



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Ciencias de la Administración**

**Carrera de Administración de Empresas**

**EI IMPACTO DE LAS MARCAS CHINAS EN LA  
VENTA DE MOTOCICLETAS “NAKED” DE  
CILINDRAJE 200CC A 400CC EN EL SECTOR  
AUTOMOTRIZ DE CUENCA ENTRE 2015-2020**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de  
**Licenciado en Administración de Empresas**

Autor:

**Nicolás Andrés Bermeo Andrade**

Director:

**Xavier Esteban Ortega Vásquez**

**Cuenca - Ecuador**

**2022**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis la dedico a mi Padre Celestial por regalarme la vida. A mis padres Pablo y Catalina por su apoyo y amor fraternal. A mis abuelitos y a mis hermanos: Pablo José e Israel David que me motivaron con sus buenos consejos. Un reconocimiento especial a mi abuelito Sergio por ser mi ejemplo a seguir y a mi querida Rosita por estar junto a mí durante toda mi vida hasta el momento de su partida. Va para ustedes mi eterna gratitud.

## **AGRADECIMIENTOS**

A culminar esta tesis, es un privilegio para mi agradecer de manera especial al Ingeniero Xavier Ortega Vásquez por demostrarme su profesionalismo al brindarme su dirección y supervisión durante el desarrollo de la misma y a todos los catedráticos de la Universidad del Azuay que colaboraron en mi formación académica.

A las empresas que me abrieron las puertas para obtener la información necesaria para la realización de este proyecto.

A todos mis familiares y amigos que de una u otra manera me apoyaron para alcanzar con éxito esta meta.

# Índice de contenido

<i>DEDICATORIA</i> .....	<i>I</i>
<i>AGRADECIMIENTOS</i> .....	<i>II</i>
<i>Índice de contenido</i> .....	<i>III</i>
<i>Índice de Tablas</i> .....	<i>V</i>
<i>Índice de figuras</i> .....	<i>VI</i>
<i>Índice de Anexos</i> .....	<i>VIII</i>
<i>Resumen</i> .....	<i>IX</i>
<i>Abstract</i> .....	<i>X</i>
<i>Introducción</i> .....	<i>1</i>
<i>Capítulo 1. Marco teórico</i> .....	<i>3</i>
1.1.    Mercado Automotriz .....	<i>3</i>
1.2.    Comportamiento del consumidor.....	<i>14</i>
1.3.    Marcas de motocicletas de procedencia China en el mercado .....	<i>23</i>
1.4.    Marcas de motocicletas similares en el mercado .....	<i>30</i>
<i>Capítulo 2. Diseño Metodológico</i> .....	<i>34</i>
2.1.    Diseño de investigación .....	<i>34</i>
2.2.    Tipo de Estudio.....	<i>34</i>

2.3.	Investigación Cualitativa .....	35
2.4.	Investigación Cuantitativa.....	49
<i>Capítulo 3. Operacionalización de las variables precio, calidad, marca.....</i>		<i>66</i>
3.1.	Determinación de las variables de estudio.....	66
3.2.	Elaboración de mapas de grupos estratégicos.....	68
3.2.	Identificación de factores que influyen en la decisión de compra .....	75
3.3.	Análisis comparativo sobre el impacto de las marcas chinas versus similares	76
<i>Capitulo 4. Análisis y discusión de resultados.....</i>		<i>83</i>
<i>Conclusiones y recomendaciones.....</i>		<i>86</i>
<i>Bibliografía .....</i>		<i>88</i>
<i>Anexos .....</i>		<i>91</i>

## Índice de Tablas

Tabla 1. Personas Ocupadas en el Sector Automotriz.....	5
Tabla 2. Establecimientos por provincia .....	6
Tabla 3. Generación de puestos de trabajo en el año 2019.....	7
Tabla 4 Ventas porcentuales de motocicletas 2015-2020 .....	12
Tabla 5 Ventas anuales por tipos de motos en unidades 2015-2020 .....	14
Tabla 6. Preguntas Frecuentes y cuestiones .....	15
Tabla 7. Conocimiento de las marcas chinas.....	57
Tabla 8. Motivos por la cual se adquiere las motocicletas .....	59
Tabla 9. Marcas procedencia china .....	61
Tabla 10 Ventas anuales de motocicletas 2015-2020.....	79
Tabla 11 Análisis comparativo de las marcas chinas vs similares .....	80

## Índice de figuras

Figura 1. Importación de motocicletas 2015-2020.....	9
Figura 2. Venta de motocicletas (unidades) .....	11
Figura 3 Ventas porcentuales de motocicletas 2015-2020 .....	12
Figura 4 Ventas anuales por tipos de motos en unidades 2015-2020.....	13
Figura 5. Etapas del proceso de compra .....	20
Figura 6. Ventas anuales de motocicletas según su marca 2015-2019.....	33
Figura 7. Edad.....	50
Figura 8. Género .....	51
Figura 9. Ingreso Mensual .....	51
Figura 10. Tiene motocicleta .....	52
Figura 11. Marca de su motocicleta.....	52
Figura 12 Cilindraje de su motocicleta.....	54
Figura 13. Tipo de motocicleta.....	55
Figura 14. Conocimiento de las marcas de procedencia china.....	56
Figura 15. Adquisición de motocicletas chinas .....	57
Figura 16. Motivos de la compra de una moto china .....	58
Figura 17. Marca que se adquirirían.....	60

Figura 18. Características por las cuales se adquiriría una moto de procedencia china.....	62
Figura 19. Conocimiento sobre las mejoras en las motos .....	63
Figura 20. Calificación de las características de las motocicletas .....	64
Figura 21. Calificación del servicio de las marcas .....	65
Figura 22 Calidad vs. Precio.....	69
Figura 23 Marca vs Precio .....	70
Figura 24 Tecnología vs Precio .....	71
Figura 25 Servicio técnico vs. repuestos .....	72
Figura 26 Garantía vs Precio .....	73
Figura 27 Posicionamiento vs Calidad .....	74
Figura 28 Ventas anuales de motocicletas chinas 2015-2020 .....	77
Figura 29 Ventas anuales de motos de distinta procedencia 2015-2020 .....	78
Figura 30 Ventas totales de motocicletas 2015-2020 .....	79

## Índice de Anexos

Anexo 1 Encuesta final.....	91
Anexo 2 Carta de solicitud a la empresa ECUADMOTORS .....	98
Anexo 3 Carta de solicitud a la empresa Motos y Motos .....	99
Anexo 4 Carta de solicitud a la empresa POLARIS CUENCA .....	100
Anexo 5 Carta de solicitud a la empresa MOTDIS .....	101
Anexo 6 Entrevista a profundidad #1 .....	102
Anexo 7 Entrevista a profundidad #2 .....	102
Anexo 8 Entrevista a profundidad #3 .....	103
Anexo 9 Entrevista a profundidad #4 .....	103

## Resumen

Durante varios años el porcentaje de las ventas de las motocicletas de procedencia china ha ido aumentando significativamente, al igual que su participación en el mercado cuencano. Por esta razón, se realizó esta investigación para determinar los factores que influyeron en la decisión de compra de los consumidores. Se utilizó la metodología mixta la cual consta de métodos cualitativos en donde se realizaron cinco entrevistas a profundidad a diferentes administradores de cada concesionario, mientras que, en el método cuantitativo se realizó encuestas a 385 personas dentro de la ciudad de Cuenca. Los resultados más relevantes arrojados por las encuestas es el conocimiento de las marcas chinas que es bastante amplio en la ciudad de Cuenca, las marcas más conocidas son: *Daytona*, *Axxo* y *Factory*. Además, el 60% de los encuestados adquiriría motocicletas de procedencia china, los factores más importantes para la compra de estas motocicletas son: precio, tecnología y calidad.

**Palabras Claves:** Cuenca, motocicletas, procedencia china, sector automotriz, venta.

## Abstract

For several years the percentage of sales of motorcycles of Chinese origin has been increasing significantly, as has their share of the Cuenca market. For this reason, this research was conducted to determine the factors that influenced consumers' purchase decision. The mixed methodology was used, which consists of qualitative methods where five in-depth interviews were conducted with different managers of each concessionaire, while in the quantitative method, surveys were conducted with 385 people within the city of Cuenca. The most relevant results thrown by the surveys is the knowledge of Chinese brands that is quite wide in the city of Cuenca, the best-known brands are: Daytona, Axxo and Factory. In addition, 60% of respondents would acquire motorcycles of Chinese origin, the most important factors for the purchase of these motorcycles are: price, technology and quality.

**Keywords:** Automotive Section, Cuenca, chinese origin, motorcycles, sale.



Firma  
Nicolás Andrés Bermeo Andrade  
82865  
0998962321  
nicoberan01@hotmail.com



-----  
Firma del director del trabajo  
Ing. Xavier Ortega Vasquez



-----  
Firma Unidad de Idiomas

## Introducción

Para realizar esta investigación fue de suma importancia realizar la revisión bibliográfica de diferentes tesis similares a esta nacionales como internacionales, también se obtuvieron datos de páginas gubernamentales, como el Servicio de Rentas Internas, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Otras páginas en donde encontramos más datos sobre la importación y comercialización de motocicletas fueron la Asociación de Empresas Ensambladoras de Motocicletas y Afines como también en la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador que es una de las fuentes principales de nuestra investigación.

En los últimos años en el Ecuador han ingresado varias marcas de motocicletas de procedencia china, las cuales han ido aumentando en el mercado año tras año, por lo que han ganado clientes en la ciudad de Cuenca. A través de la estadística vehicular que se realizó en el período comprendido entre enero hasta octubre de 2020 hubo un total del 40,56% de motos de procedencia china que se han vendido en el Ecuador. Más de la mitad de estas motocicletas son de tipo *naked*. Algunas de las marcas son: Axxo, Daytona, Zontes, entre otros. Sin embargo, es necesario saber el impacto y las causas que tuvieron estas marcas a lo largo de los años, que fue lo que los llevo a crecer en el mercado cuencano.

Algunos estudios realizados en el Ecuador sobre el impacto de las marcas chinas en la venta de motocicletas han destacado cuales son las causas y factores que influyen al momento de la compra de marcas de procedencia china. Sin embargo, existen pocos estudios en la ciudad de Cuenca que analizan este tema.

Godoy (2018) realizó una propuesta para analizar los factores que influyen en la decisión de compra de motocicletas chinas en la ciudad de Guayaquil en el año 2018. Este estudio determinó que algunos de los beneficios de estas marcas son: los bajos costos de adquisición, la reducción de costos de mantenimiento, entre otros.

Durante la investigación analizamos cual fue el impacto de las marcas de procedencia china, las cuales han ido creciendo y ganando mercado en la ciudad de Cuenca. Los objetivos de esta investigación tratan de saber el impacto de las marcas chinas y las causas o factores que motivaron a los consumidores adquirir estas motocicletas. La investigación se utiliza un método mixto, el cual se divide por el método cualitativo, en donde se realizaron entrevistas a profundidad a diferentes administradores y vendedores de cada uno de los concesionarios, el segundo método es el cuantitativo, en donde se realizó 385 encuestas a las personas de la ciudad de Cuenca mayores a 18 años.

Dentro del capítulo uno tenemos el marco teórico sobre de que se trata el mercado automotriz, comportamiento del consumidor y las diferentes marcas que existe en el mercado. Con los métodos antes mencionados obtendremos varios resultados los cuales se analizarán en el capítulo dos, dentro de este capítulo ya se obtendrá el impacto y las causas que motivaron a los consumidores en la decisión de compra. En el capítulo tres se trata sobre la operacionalización de los resultados, se analizará y determinará las variables de estudio, al igual que se desarrollará los mapas de grupos estratégicos, para culminar tenemos el capítulo cuatro en donde se analizará y discutirá los resultados obtenidos en toda la investigación.

## Capítulo 1. Marco teórico

### 1.1. Mercado Automotriz

A inicios del siglo XIX el Ecuador comenzó con la comercialización de autos, pero no es hasta los años 50 que con la ayuda del sector metalmecánico y el sector textil se empezó con la fabricación y producción de carrocerías, asientos para buses, algunas piezas y partes metálicas, entre otras.

A fines de los años 60 y comienzo de los años 70, “La compañía Automóviles y Máquinas del Ecuador (Aymesa) fue una de las empresas encargadas de producir los autos nacionales, convirtiendo a Ecuador uno de los pocos países de la región que ha producido sus propios autos” (Minalla, 2011)

A inicios de la década de los 90, dentro del sector automotriz se contaba con 439.302 unidades a nivel nacional. La mayoría de estos vehículos eran de las marcas Fiat Uno y Suzuki de 1.000 cm<sup>3</sup> entre estos se encontraban automóviles y camionetas. En 1992 el 49,36% de los vehículos vendidos eran importados, mientras que, el 47,96% correspondían a la fabricación nacional. Por otra parte, la producción de camionetas ensambladas en el país era el 36,4% frente al 14,9% de las camionetas importadas. En los años 1996 y 1997 el sector automotriz ecuatoriano se incrementó en un 60%, alcanzando un total de 700.000 unidades, por lo que, el sector crecía alrededor del 10% anual. Dentro del año 1997 el sector incremento sus ventas gracias a la disminución del impuesto a los consumos especiales (ICE), por esta disminución, se logró alcanzar las 714.620 unidades en el mismo año.

Hoy en día en nuestro país, como en el resto del mundo el sector automotriz, es parte fundamental dentro del avance económico, puesto que, el desarrollo de este genera ingresos fiscales al gobierno como son: aranceles e impuestos, también, genera puestos de trabajo relacionado a la producción, importación, exportación y otras actividades afines al comercio del sector.

Dentro de este sector se encuentran organismos nacionales e internacionales que regulan y brindan asesorías a las empresas que están dentro del mercado automotriz, además de las empresas que realizan actividades relacionadas al sector. Dentro de estos organismos reguladores se encuentra la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), como también, la Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana (CINAE).

Según a la información del Censo Nacional Económico de 2010, existe un total de 29.068 locales económicos a la actividad del comercio automotriz, de los cuales el 30% se dedica a la venta de repuestos de vehículos, a la venta de combustible y la venta de vehículos, por otra parte, el 70% corresponde a locales que realizan mantenimiento y reparación de vehículos.

De acuerdo con la información proporcionada por el INEC en el 2010 existe 90.012 personas ocupadas, de las cuales el 83% son hombres y el 17% mujeres. En el siguiente cuadro se muestra con detalle el tipo de empresas y cuantas personas trabajan dentro de las mismas.

*Tabla 1. Personas Ocupadas en el Sector Automotriz*

Personas Ocupadas en el Sector Automotriz		
Tipo de empresas	# Trabajadores	Porcentaje
Establecimiento de comercio	84.155	93,5%
Manufactura	5.194	5,8%
Servicios	663	0,7%
<b>Total</b>	<b>90.012</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Info/Economía Análisis Sectorial (INEC, 2012)

Como se puede observar en la Tabla 1, el mayor número de trabajadores están dentro de los establecimientos de comercio que cuenta con el 93,5%, seguido de las empresas manufactureras y empresas de servicio que cuentan con el 5,8% y 0,7% respectivamente.

Las provincias con mayor número de establecimientos son: Guayas con 6.545, Pichincha con 6.323, Azuay con 2.356. A continuación, se presenta un cuadro detallado de las provincias, el número de establecimientos y el porcentaje de estos.

*Tabla 2. Establecimientos por Provincia*

Establecimiento por Provincia		
Provincia	Establecimiento	Porcentaje
Guayas	6.545	22,1%
Pichincha	6.362	21,5%
Azuay	2.356	8,0%
Manabí	2.157	7,3%
Tungurahua	1.819	6,1%
Otros	10.348	35,0%
<b>Total</b>	<b>29.587</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Info/Economía Análisis Sectorial (INEC, 2012)

Según datos de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) el sector automotriz generó un total de 182.491 puestos de trabajo hasta enero de 2019. A continuación, se muestra un cuadro en el cual se detalla los puestos de trabajo según sus actividades.

Tabla 3. Generación de puestos de trabajo en el año 2019

Generación de puestos de trabajo 2019		
Fabricación de vehículos		
Actividad	# Trabajadores	Porcentaje
Fabricación de vehículos, carrocerías, remolques y semirremolques	8.728	4,8%
Fabricación de autopartes	2.645	1,4%
Comercio y reparación de vehículos y motocicletas		
Actividad	# Trabajadores	Porcentaje
Venta de vehículos	16.662	9,1%
Mantenimiento de vehículos	110.552	60,6%
Venta de autopartes	32.531	17,8%
Venta y mantenimiento de motocicletas	11.373	6,2%
<b>Total</b>	<b>182.491</b>	<b>100%</b>

Fuente: Sector Automotor en Cifras No. 53 (AEADE, 2021)

Analizando la Tabla 3 dentro del comercio y reparación de vehículos y motocicletas se encuentra el mayor número de trabajadores con un total de 93,8%, mientras que, en la fabricación vehicular solamente existe el 6,2% de puestos de trabajo. La fabricación de

vehículos, carrocerías, remolques y semirremolques cuenta con un total de 8.728 trabajadores, por el contrario, en las actividades dentro del comercio y reparación de vehículos y motocicletas se observa que la mayor cantidad de trabajadores se encuentran realizando el mantenimiento de vehículos con un total de 119.552 plazas de trabajo.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en la ciudad de Cuenca la actividad económica principal es el comercio, reparación de automotores y motocicletas cuentan con un total de 15.102 establecimiento económicos.

Existen varios grupos ecuatorianos que han invertido en la ciudad de Cuenca dentro del sector automotriz. Como son el Grupo Mavesa, Grupo Roldán, entre otros. Según la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), existe una ampliación de multimarca que representan en Ecuador como: FAW, Zongshen, JAC, entre otras.

En Ecuador existen varias empresas importadoras, ensambladoras y comercializadoras de motocicletas que ofrecen seguridad y calidad de sus productos, dentro del mercado automotriz existe 12 empresas ensambladoras.

Indian motos Inmot S.A es una de las empresas representantes de la marca de motocicletas BAJAJ en Ecuador. Esta empresa empezó a funcionar en el año 2010 como, importadores, ensambladores y comercializadores de la marca.

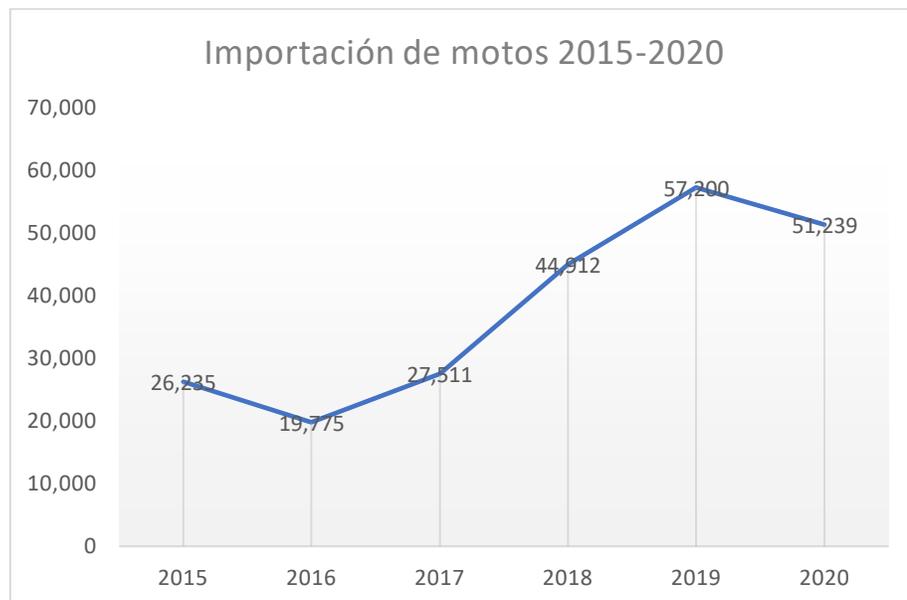
Grupo Unnomotor – Motor 1 es una de las empresas ensambladoras de motocicletas más grande del país que empezó en el año 2001, fabricando motocicletas. Además, comercializa marcas importantes como: Motor 1, Sukida, Keeway y TVS que provienen de la India. La empresa tiene 385 distribuidores autorizados en todo el país, también cuenta con 200 talleres autorizados a nivel nacional.

Motsur es otra empresa que ensambla motocicletas a finales del año 2008 en la ciudad de Cuenca, esta compañía al igual que las otras produce motos con piezas chinas.

Al finalizar el año 2020 se observó crecimiento y reactivación comercial dentro del sector automotriz en la categoría motocicletas, puesto que, la movilización es parte fundamental para los locales comerciales para brindar servicios a domicilio, para realizar estos servicios varios emprendimientos adquirieron motocicletas por sus beneficios como, por ejemplo: el bajo costo de mantenimiento y la disminución del tiempo para llegar a diferentes lugares.

En los últimos años, la importación de motocicletas se ha incrementado significativamente en el período 2015-2020, pero, en los años 2016 y 2020 ocurrió la disminución de las importaciones por factores externos al país. A continuación, se muestra un gráfico lineal sobre la importación de motocicletas.

*Figura 1. Importación de motocicletas 2015-2020*

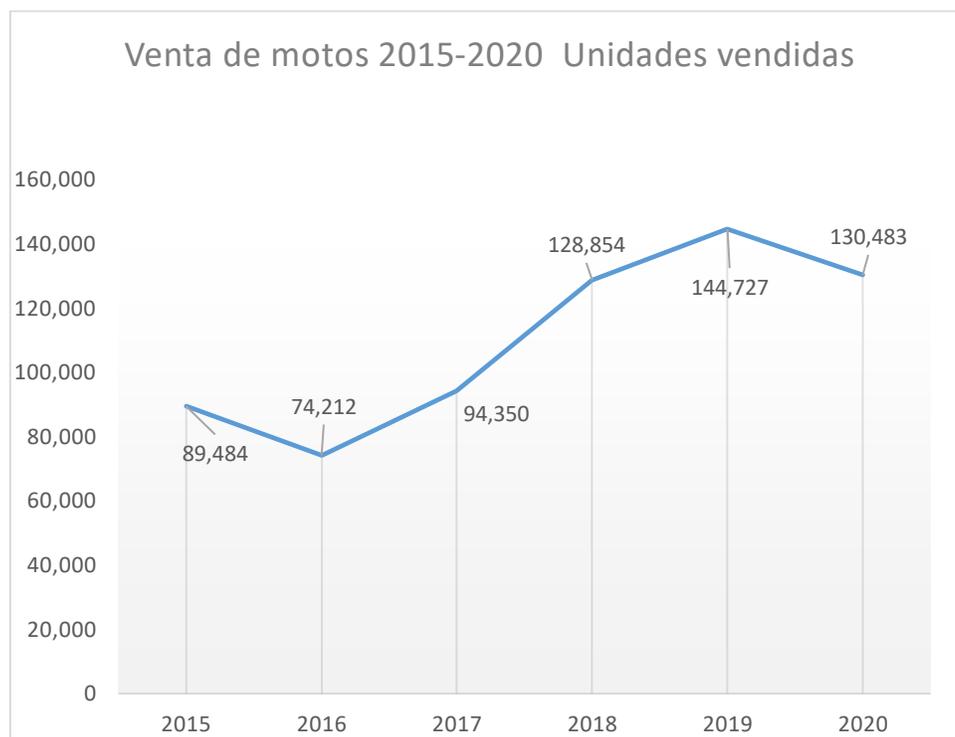


**Fuente:** Sector Automotor en Cifras No. 27 (AEADE, 2018)

Como se puede observar en la Figura 1, en el año 2015 se importó un total de 26.235 unidades, para el año 2016 hubo una disminución del 24,62%, esto quiere decir que, en este año se importaron 19.775 unidades, esta disminución ocurrió porque se redujeron los precios del petróleo lo que afectó a diferentes sectores económicos del país. Para los siguientes años se incrementaron las importaciones de manera notable llegando así al 2019 con un total de 57.200 unidades. Por el contrario, en el año 2020 se disminuyó nuevamente las importaciones, por la pandemia COVID-19 lo que causó el cierre de fronteras que impidió la exportación e importación de productos en todo el mundo.

La venta de motocicletas en nuestro país ha aumentado significativamente con el pasar de los años. En el periodo 2015-2020 hemos presenciado incrementos como disminuciones en la venta de estos productos, las disminuciones se dieron por las causas mencionadas anteriormente, en primer lugar, por la reducción de precios de petróleo y en segundo lugar la pandemia mundial.

Figura 2. Venta de motocicletas (unidades)

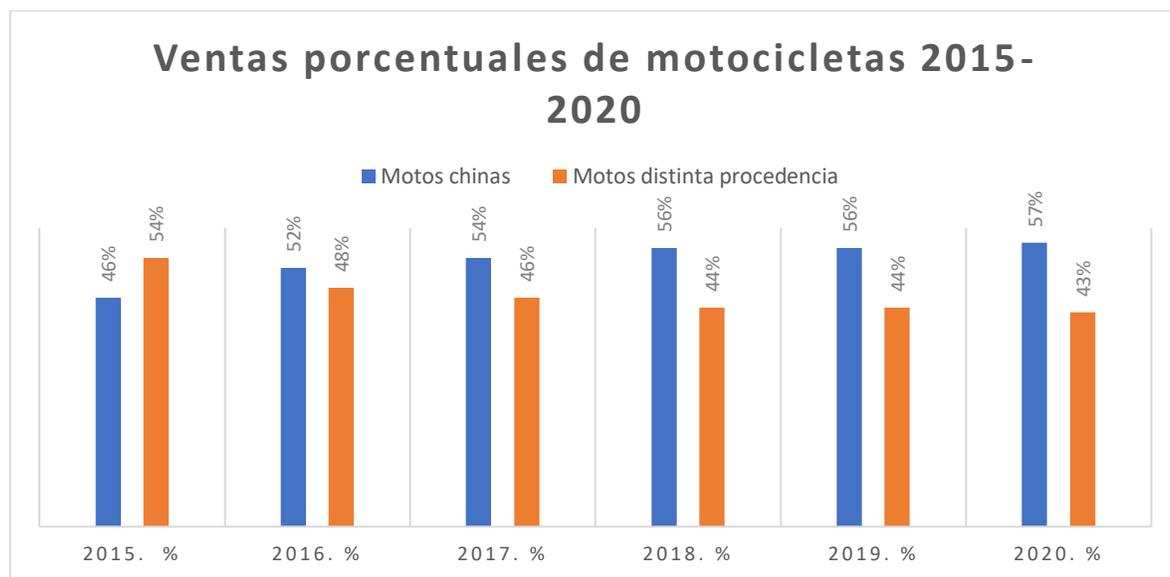


Fuente: Sector Automotor en Cifras No. 27 (AEADE, 2018)

En el siguiente gráfico observamos que dentro del año 2015 se vendieron 89.484 unidades en el país. En el año 2016 hubo una disminución con un total de 74.212 motocicletas vendidas. Por otra parte, los tres años siguientes incrementaron sus ventas año tras año hasta el 2019 que obtuvo 144.727 unidades vendidas, Finalmente en el año 2020 las ventas cayeron en un 9,84% este porcentaje en unidades es 14.244.

En la provincia del Azuay existe alrededor de 17.312 establecimientos que se dedican al comercio al por mayor y por menor de reparación de automotores y motocicletas, dentro de estos establecimientos se encuentran 40.419 personas laborando en el sector.

Figura 3 Ventas porcentuales de motocicletas 2015-2020



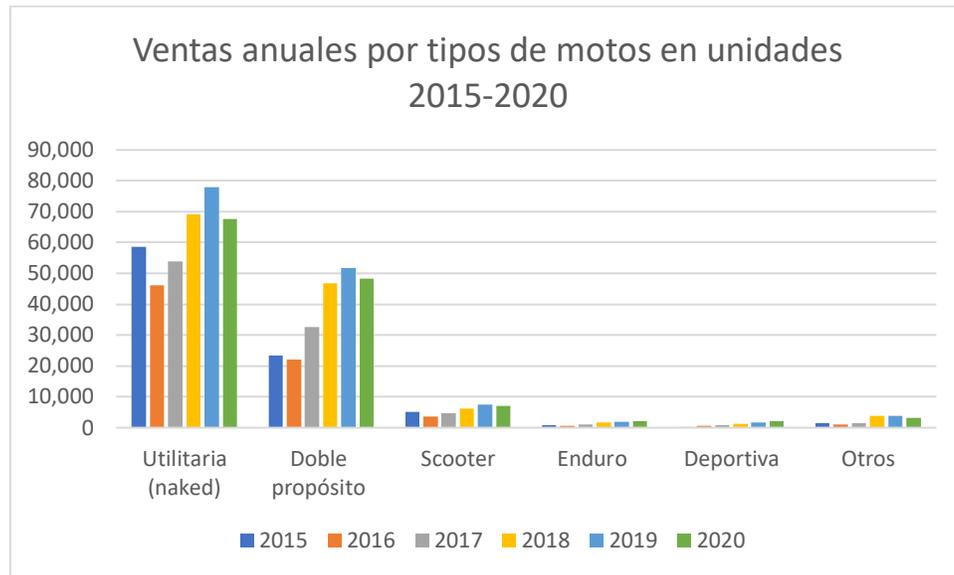
Fuente: Anuario 2020 (AEDEA, 2021)

En la siguiente tabla se puede apreciar el porcentaje de las ventas de motocicletas chinas versus motocicletas de distinta procedencia. A lo largo del periodo investigado, observamos que no existe una gran diferencia de las ventas, en el 2015 se ha vendido el 54% de las motocicletas y el 46% restante de motocicletas son de procedencia china, desde el 2016 apreciamos que las motocicletas chinas han liderado las ventas en el mercado cuencano con un 52%. Por otro lado, tenemos el 48% de las motos de distinta procedencia. Además, se observa que, durante los años 2017, 2018, 2019 y 2020 no ha variado el porcentaje en las ventas los cuales son el 56 % motos chinas y 44% en motos de distinta procedencia. A continuación, se presenta una tabla detallada con el porcentaje y las cantidades de motos vendidas en el período 2015 a 2020.

Tabla 4 Ventas porcentuales de motocicletas 2015-2020

Ventas porcentuales de motocicletas 2015-2020												
Marca	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%	2020	%
Motos chinas	40.957	46%	38.693	52%	50.788	54%	71.746	56%	81.392	56%	74.250	57%
Motos distinta procedencia	48.527	54%	35.519	48%	43.562	46%	57.108	44%	63.335	44%	56.233	43%
<b>Total</b>	<b>89.484</b>	<b>100%</b>	<b>74.212</b>	<b>100%</b>	<b>94.350</b>	<b>100%</b>	<b>128.854</b>	<b>100%</b>	<b>144.727</b>	<b>100%</b>	<b>130.483</b>	<b>100%</b>

Figura 4 Ventas anuales por tipos de motos en unidades 2015-2020



Podemos apreciar que el segmento más vendido en nuestro país son las motocicletas utilitarias o también conocidas como *naked*. Este tipo de motocicletas se ubica en el puesto número 1, seguido de las motocicletas de doble propósito. A comparación de los otros segmentos claramente se nota una diferencia enorme en las ventas de estas. A continuación, podemos observar con más detalle los datos de cada uno de los segmentos de las motos vendidas durante estos años, cabe recalcar que, en el año 2020 se tomaron datos hasta el mes de junio

Tabla 5 Ventas anuales por tipos de motos en unidades 2015-2020

Ventas anuales por tipos de motos en unidades 2015-2020						
Segmento	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Utilitaria (naked)	58.627	46.205	53.839	69.223	77.986	67.576
Doble propósito	23.417	22.101	32.618	46.844	51.832	48.377
Scooter	5.039	3.667	4.721	6.171	7.476	7.033
Enduro	780	566	992	1.612	1.925	2.212
Deportiva	208	573	805	1.263	1.754	2.104
Otros	1.413	1.100	1.375	3.741	3.754	3.181
<b>Total</b>	<b>89.484</b>	<b>74.212</b>	<b>94.350</b>	<b>128.854</b>	<b>144.727</b>	<b>130.483</b>

Fuente: Anuario 2020 (AEDEA, 2021)

## 1.2. Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor es un proceso de toma de decisiones y acciones que tiene un individuo durante la búsqueda y adquisición de bienes o servicios para satisfacer sus necesidades. Además, el comportamiento del consumidor se enfoca en las conductas que tienen los diferentes consumidores y las familias al momento de gastar sus recursos para adquirir bienes y/o servicios.

Según Solomon (2008) el comportamiento del consumidor es el estudio de los procesos que intervienen cuando una persona o grupo selecciona, compra, usa o desecha productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidades y deseos.

Según Schiffman & Kanuk (2010) definen al comportamiento del consumidor como lo que consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que esperan que satisfagan sus necesidades.

Estudiar el comportamiento del consumidor es de suma importancia para las empresas. Así podrán analizar y estudiar a sus consumidores para conocer sus necesidades y deseos, de esta manera, se logrará ser la primera opción de compra del consumidor. Por esta razón, las empresas deben realizar las siguientes preguntas para conocer al consumidor.

Tabla 6. Preguntas Frecuentes y cuestiones

Preguntas Frecuentes	Cuestiones
¿Qué compra?	Se trata de analizar el tipo de producto que el cliente selección entre todos los productos deseados.
¿Quién compra?	Determinar quién es la persona que realmente toma la decisión de. Compra. Si es el consumidor o que lo influye.
¿Por qué compra?	Analizar cuáles son los motivos por los que se adquiere dicho producto, la base de los beneficios o la satisfacción que produce y las necesidades de los consumidores por los productos adquiridos.
¿Cómo lo compra?	Se relaciona con el proceso de compra. Si la decisión es emocional o radical. Si paga en efectivo o con tarjeta de crédito.
¿Cuándo lo compra?	Debe conocer el momento de la compra y frecuencia de compra en relación a sus necesidades, que van cambiando a lo largo de su vida.
¿Dónde compra?	Los lugares en los que las compras de los consumidores están influenciadas. Por los canales de

	distribución y también otros aspectos del servicio, trato, imagen del punto de venta, etc.
<b>¿Cuánto compra?</b>	La cantidad física que posee el producto o para satisfacer sus deseos o necesidades. Esto indica si la compra es repetitiva o no.
<b>¿Cómo lo utiliza?</b>	En cuanto a la forma en el que el consumidor se crea el contenedor seleccionado o la presentación del producto.

Fuente: (Paredes, 2014)

En el proceso de compra el consumidor también analiza las siguientes variables que son: vida de útil del producto y/o servicio adquirido y mantenimiento de estos durante su periodo de utilidad.

En conclusión, el análisis del comportamiento del consumidor es parte fundamental para todas las organizaciones, puesto que, es una herramienta para estudiar el proceso sobre la toma de decisiones de los consumidores, el cual se enfoca en las conducta, búsqueda y adquisición de un bien y/o servicio teniendo en cuenta la satisfacción de las necesidades.

### **Tipos de consumidores**

Existen dos tipos de consumidores:

Según Schiffman y Kanuk (2010) el primer tipo de consumidor es el consumidor personal compra viene y servicios para su propio uso, para el uso del hogar, o como un obsequio para un tercero.

El segundo tipo de consumidor según Schiffman y Kanuk (2010) es el consumidor organizacional, incluye negocios con fines de lucro y sin fines de lucro, a las dependencias gubernamentales, así como a las instituciones que deben comprar productos y servicios para que sus organizaciones funcionen.

En pocas palabras, el consumidor personal adquiere los productos y/o servicios como uso personal o uso del hogar. A este consumidor se lo llama también como el consumidor final que es el que abarca a todos los individuos. Por otra parte, el consumidor organizacional adquiere grandes cantidades de productos o servicios como, por ejemplo: materia prima, equipos tecnológicos, entre otros. Para el funcionamiento de las empresas dedicadas a la fabricación, producción, comercialización de bienes y/o servicios los cuales terminan siendo comprados por el consumidor final.

### **Determinantes de compra del consumidor**

El comportamiento en la compra del consumidor es influenciado por una gran cantidad de variables propias de carácter psicológico y de otros factores como: social, cultural y personal, a estas variables también se les conoce como determinantes. Las cuales se distribuyen en dos grandes grupos.

- **Determinantes Externas**

Las determinantes externas provienen del entorno económico, social, cultural, tecnológico, medioambiental, familia, entre otras.

- 1. Entorno Económico:** Dentro de este entorno se estudia la situación económica de los individuos, estos factores están fuera de control de las empresas, por lo tanto, estos pueden ser a gran escala, conocidos también como factores macro, por

ejemplo: empleo y desempleo, ingresos, inflación, tasas de interés, entre otros. Por otro lado, también existen factores a menor escala, conocidos como factores micro, la empresa tiene la posibilidad de cambiar o actuar sobre estos; por ejemplo: demanda, competencia, calidad, entre otros.

2. **Entorno Tecnológico:** El consumidor analiza las innovaciones en los productos que puedan satisfacer sus necesidades, puesto que, la innovación y la creatividad son factores muy importantes al momento de escoger un producto, porque es un valor agregado de la empresa hacia los consumidores.
3. **Entorno medio ambiental:** Al igual que el entorno tecnológico, el consumidor analiza la utilización de productos reciclados si es el caso, si no el daño ambiental que puede producir el producto que va a adquirir. Este también es un valor agregado que ofrece la empresa, puesto que, el consumidor elegirá el producto menos dañino o el producto que este con todas las certificaciones.
4. **Entorno Familiar:** Este entorno es uno de los grupos más importantes dentro de la decisión de compra de un individuo, debido a que la familia es un pilar fundamental en el comportamiento del consumidor, sus actitudes, necesidades y motivaciones de este. La familia participa en la decisión de compra ya se para el beneficio del consumidor o de todo su entorno. Esto se da porque la familia representa un factor emocional para las personas.

- **Determinantes Internas**

Las determinantes internas provienen del campo psicológico, que pueden ser: motivación, percepción, experiencia, entre otras.

- 1. La motivación:** Es un estado que nos da energía y mantiene la conducta de las personas para alcanzar las metas y objetivos determinados, es el impulso para no renunciar ante las situaciones, obstáculos o dificultades que se presentan en el camino.
- 2. La percepción:** Es un proceso en el cual los consumidores seleccionan, organizan e interpretan los estímulos. La percepción que tiene el consumidor al ver una marca o imagen, pueden ser positivas como negativas, estas ideas también pueden influenciar a los consumidores para la adquisición del producto y/o servicio.
- 3. La personalidad:** Los consumidores adquieren productos o servicios para destacar o esconder aspectos de sí mismos, es decir, compran productos que consideran que van con su forma de ser. El estudio de la personalidad es un factor clave para las empresas al momento de realizar un plan de marketing.

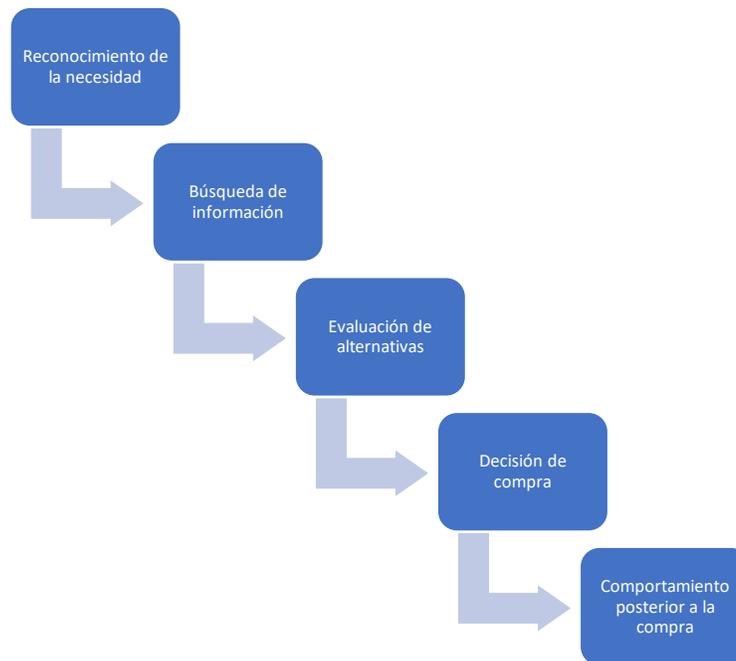
### **Decisión de compra**

Según Perez (2017) comprar un producto no se decide de un momento a otro. Entre el momento en que un cliente identifica una necesidad que pretende cubrir y el momento en que adquiere el producto o accede al servicio. Existe un trecho largo y a veces complejo de entender. Es lo que se denomina proceso de decisión de compra.

Al momento de adquirir un producto el consumidor se enfrenta a decisiones complicadas, las cuales deberá buscar soluciones al momento de elegir algún producto y/o servicio. El consumidor pasa por diferentes etapas antes de comprar algún bien o servicio. Algunos consumidores saben de dichas etapas, por el contrario, la mayoría de los clientes siguen cada una de las etapas de forma inconsciente.

Según Kotler y Armstrong (2008) detallan cinco etapas fundamentales durante el proceso de compra de los consumidores.

*Figura 5. Etapas del proceso de compra*



**Fuente:** (Kotler & Armstrong, 2008)

- **Reconocimiento de la necesidad:** Es la primera etapa del proceso de compra. Según Kotler y Armstrong (2008) el consumidor reconoce un problema o una necesidad. Esta necesidad es provocada por estímulos internos, como también puede ser provocada por estímulos externos. Por ejemplo, los anuncios en redes sociales o charlas con personas cercanas, esto provoca que el consumidor piense en adquirir un bien o servicio. Por lo que, el consumidor reconoce su problema o necesidad, y no está conforme con su situación actual.

Según Schiffman y Leslie (2010) existe dos tipos de diferentes estilos de reconocimiento de la necesidad o problemas. En primer lugar, son los consumidores

del tipo “estado real”, quienes perciben que tienen un problema con su producto y/o servicio que no se desempeña satisfactoriamente y en segundo lugar son los consumidores de tipo “estado deseado” quienes tienen el deseo de adquirir algún producto nuevo. Por lo que se desencadena el proceso de decisión.

- **Búsqueda de información:** Como lo indica Kotler y Armstrong (2008) el consumidor interesado podría o no buscar información sobre su producto que satisfaga sus necesidades o deseos; si el deseo del consumidor es fuerte al momento de buscar productos y servicios, es probable que no necesite información y compre el bien. Por el contrario, si el consumidor puede guardar la necesidad para otro momento, es posible que la persona busque más información sobre el producto. Además, la persona prestará más atención a los anuncios y publicidades.

Hoy en día los consumidores tienen internet como otras tecnologías que contribuyen a la búsqueda de información. Estas herramientas dan facilidad a los consumidores de comparar en diferentes locales variables como precios, calidad, entre otras.

De la misma manera, según Kotler y Armstrong (2008) existen otro tipo de fuentes que son.

- a. **Fuentes personales:** dentro de estas fuentes está los familiares, amigos, conocidos, entre otros.
  - b. **Fuentes comerciales:** publicidad, vendedores, concesionarios, exhibiciones.
  - c. **Fuentes empíricas:** manejo, evaluación, uso del producto.
- **Evaluación de alternativas:** Según Schiffman y Leslie (2010) los consumidores usan dos tipos de información. La primera es una lista de marcas y modelos que

tienen en mente para realizar su elección y la segunda son los criterios que sirven de base para evaluar cada una de las marcas. La realización de una muestra de marcas ayuda a la elección y el proceso de toma de decisiones.

Otros autores como Kotler y Armstrong (2008) indican que los consumidores obtienen actitudes diferentes hacia las distintas marcas. Las personas evalúan las alternativas de compra dependiendo de cada individuo y la situación de la compra. Existen consumidores que razonan lógicamente. Por otro lado, la mayoría de los consumidores compran por impulso, es decir que, no evalúan ni buscan información para adquirir el producto. También existe ocasiones donde recurren a personas que les asesoren o amistades para escuchar experiencias sobre los diferentes productos.

- **Decisión de compra:** en la etapa de evaluación, el cliente clasifica las marcas y desarrolla las intenciones de compra. Después en la decisión de compra el consumidor escogerá la marca de su preferencia.

Según Kotler y Armstrong (2008) existen dos factores que puede interferir en la decisión de compra. Uno de los factores esta dado por las actitudes de otros, es decir, el circulo que le rodea al consumidor le insiste por una de las marcas, y el segundo factor se da por los factores de situación inesperados. En otras palabras, el consumidor adquiere productos con base a sus ingresos, el precio y los beneficios del producto, es decir en la situación económica.

- **Comportamiento posterior a la compra:** según Schiffman y Leslie (2010) existe tres posibles resultados después de la adquisición de productos y/o servicios.
  - a. El desempeño cumple con sus expectativas, que ocasiona un sentimiento neutral.

- b. El desempeño sobrepasa las expectativas, esto causa un sentimiento positivo del producto.
- c. El desempeño se encuentra por debajo de las expectativas, esto ocasiona una insatisfacción al consumidor, sentimiento negativo hacia la marca.

En conclusión, si todo el proceso de compra se realiza de buena manera, es de mucha ayuda para los consumidores para lograr la satisfacción de su necesidad al adquirir un bien o servicio.

### **1.3. Marcas de motocicletas de procedencia China en el mercado**

Dentro del sector automotor de motocicletas de procedencia china, existe una gran cantidad de opciones para los consumidores, como son:

- **Shineray**

Es una marca de motocicletas ensambladas por *Motorcycle Assembly line of Ecuador S. A. Massline*, están ubicados en la ciudad de Guayaquil desde el año 2009. Esta empresa cuenta con todas las certificaciones ISO 9001:2008 desde el año 2013 y a partir del año 2017 la versión ISO 9001:2015. Las normas ISO establecen los requisitos de un sistema de gestión de calidad, es decir, que esta empresa pone empeño en la calidad y seguridad en sus productos.

La empresa ensambladora Massline cuenta con 173 talleres a nivel nacional algunos talleres propios y otros tercerizados, en la provincia del Azuay cuenta con seis talleres de los cuales tres están ubicados en la ciudad de Cuenca.

Esta marca tiene un portafolio amplio de productos que podemos ver en su página web, dentro de esta tenemos motocicletas doble propósito, utilitarias,

deportivas y scooter. Las motocicletas se pueden encontrar en diferentes distribuidores autorizados a nivel nacional como: *Jaher, Artefacta, Marcimex*, entre otros.

- **Motor 1**

Es una empresa que nace en el año 2001 ofreciendo motocicletas seguras y económicas en conjunto a un servicio integral de postventa. Para el año 2005 se crea UNOMOTORS empresa que busca producir medio de transporte para la movilización. En la ciudad de Quito en el año 2008 se construyó una planta que tiene la línea de ensamble más grande del país. Finalmente, en el año 2016 esta empresa formó parte del grupo Vázquez los cuales cuenta con experiencia dentro del sector automotriz.

Al igual que la marca Shineray. esta empresa comercializa motocicletas *scooter*, doble propósito, utilitarias y por último tricimotos. La asociación cuenta con 385 distribuidores y 200 talleres autorizados a nivel nacional.

- **Daytona**

En el año 2005 nace la marca Daytona, para el año 2010 se construyó una ensambladora en la ciudad de Guayaquil, después en el año 2016 obtuvo su certificación de calidad ISO 9001-2008 y finalmente, en el año 2019 obtuvo la certificación ISO 9001-2015, mencionadas anteriormente estas normas se rigen al sistema de gestión de calidad de los productos.

Daytona cuenta con más de 90 talleres autorizados a nivel nacional, de los cuales 12 talleres se encuentran en la provincia del Azuay y siete de ellos están dentro de la ciudad de Cuenca.

A diferencias de otras marcas, Daytona tiene un amplio catálogo de motocicletas de diferentes categorías como son: utilitaria, deportiva, caballito, *scooter*, doble propósito, enduro, clásica. Dentro de estas categorías los modelos son: DY200 SPPED, DY200 WING EVO, DY200 WING EVO II, DY200 WOLF y por último la DY250 GP 1.

- **Zongshen**

Esta marca forma parte del Grupo Comercial Roldán que fue fundado en 1970 en la ciudad de Cuenca. ECUADMOTOS CIA LTDA comercializa y ensambla motos a nivel nacional, por lo cual tienen políticas de calidad. Zongshen se encuentra en más de 10 países, fabrica más de un millón de motocicletas anualmente y su año de fundación fue en 1992.

Zongshen cuenta con más de 30 talleres de servicio autorizados a nivel nacional y en la ciudad de Cuenca con siete talleres.

Al igual que las otras marcas Zongshen cuenta con el mismo catálogo de motocicletas. Los modelos de tipo naked o también llamados modelos de calle son: ZII y RZ3S cyclone

- **Axxo**

La empresa Motdis S.A se dedica a la importación y comercialización de la marca AXXO Bike, esta marca se comercializa en el mercado ecuatoriano desde el año 2012, esta marca cuenta con seis tiendas oficiales, cuatro de ellas ubicadas en la ciudad de Cuenca.

Los modelos que comercializa esta marca dentro de la categoría de motocicletas para calle son: ASFALT 250, F51 y R51.

- **Zontes**

Es una compañía que se estableció en el año 2003, la cual es introducida al mercado ecuatoriano en el año 2019, al igual que las otras marcas cuenta con las certificaciones de calidad ISO 90001:2000m y las certificaciones del medio ambiente ISO 14001. Esta marca es importada por la empresa MERCOINTELG S.A. cuenta con 10 distribuidores a nivel nacional y en la ciudad de Cuenca solamente con un solo local.

Dentro de su portafolio tenemos los siguientes modelos: 310 R, 310 X y 310 V.

- **CF motos**

“Es una de las multinacionales más importantes a nivel mundial por volumen de facturación, volumen de producción de motores y de vehículos producidos, tanto motocicletas como ATVs, UTVs o generadores eléctricos” (Moto, 2021).

Es una marca que llega al Ecuador con productos de buena calidad a precios bajos, según Diego Bueno, gerente general de CF Moto indica que las motocicletas chinas representan un 75% en el país y el 25% restante son motocicletas japonesas, austriacas, hindúes, entre otras las cuales tienen un costo elevado.

En su portafolio de productos se pueden observar los siguientes modelos: NK250, NK300 y NK400.

- **Ranger**

En el año 2001 fue creada la empresa MOTSUR Cía. Ltda. que conforma parte del grupo Gerardo Ortiz e Hijos Cía. Ltda. esta compañía se dedica al armado de motocicletas, triciclos, cuadrones de su marca registrada Ranger. Esta empresa tiene su planta ensambladora en la ciudad de Cuenca en la zona de Racar. Al igual que sus competidores cuenta con las normas ISO 9001:2008 que garantiza la buena gestión de calidad de ensamblaje de motocicletas.

Esta marca cuenta con servicio técnico a nivel nacional; además cuenta con seis distribuidores oficiales de repuestos y accesorios en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Manta.

Dentro de su portafolio de motocicletas tienen los siguientes modelos: BS 200-6, 250 CF.

- **Tundra**

Tundra es una marca que nació en el año 2010, tiene una trayectoria de 11 años en el mercado nacional. CrecosCorp S.A son los creadores y comercializadores de esta marca, quienes ofrecen motocicletas ensambladas en el país por mano de obra 100% ecuatoriana.

Tundra cuenta con servicios técnicos en varias ciudades del país, dentro de su portafolio tundra ofrece los siguientes modelos *naked*: Veloce RR 250cc y Venom 200cc.

- **Tuko**

La marca Tuko es comercializada y ensamblada por la empresa MOTOINDUSTRIA S.A. quienes constituyeron esta marca en el año 2011. Tuko brinda servicios técnicos especializados, como también productos de alta calidad. Los procesos de esta empresa se encuentran certificados por las normas ISO 9001:2015.

Esta marca es distribuida por las siguientes cadenas: Artefacta, Baratodo, La Ganga, Tropimotos. Los cuales se encuentran en la mayoría de las ciudades del país, contando así con servicios técnicos autorizados.

Tuko ofrece los siguientes modelos naked: TK CR3 200cc, TK CR5 200cc, TK CR5 250c y por último la TK CR5 GT 223cc.

- **Dukare**

Dukare Cía. Ltda. es una empresa ecuatoriana que nació en el año 2005 en la ciudad de Cuenca, se dedica a la exportación y comercialización de todo tipo de motocicletas y repuestos. Desde el año 2009 se empezaron a ensamblar en Ecuador, al igual que algunos de sus competidores tiene certificación ISO 9001:2015.

Esta marca cuenta con más de 102 talleres y servicio técnico en diferentes ciudades del país.

Los modelos que ofrecen son: DK 200S, DK 250L, DK 250X.

- **Loncin**

Loncin es una marca de motocicletas de procedencia china quien brinda productos que se adaptan a las diferentes necesidades de los consumidores. Prioneer

S.A. es una empresa de Ibarra los cuales en el 2007 obtuvieron la representación de esta marca.

Loncin ofrece servicios técnicos en diferentes provincias del país. Además, cuenta con los siguientes modelos: LX 300, PRO-5 LX250-15, APOLO 3 LX200-23.

- **IGM**

Esta empresa se dedica al ensamblaje de motocicletas de procedencia china, ofrece una movilidad versátil y segura en cada una de sus motocicletas. Su calidad cuenta con las certificaciones ISO 9001 y también IQNET Managment System.

Al igual que sus competidores ofrece servicio técnico especializado en varias ciudades del país, el Azuay cuenta con ocho talleres autorizados por la marca IGM. Dentro de su portafolio brinda modelos como: Wind 200cc, KPR 250cc.

#### 1.4. Marcas de motocicletas similares en el mercado

- **Yamaha**

Yamaha es una marca japonesa fundada en el año 1887. Almacenes Juan Eljuri Cía. Ltda. es el representante e importador oficial de esta marca en Ecuador. Se encarga de las importaciones, como también servicio técnico, mantenimiento, repuestos y accesorios.

A nivel nacional existe más de 30 distribuidores, talleres y concesionarios autorizados por Yamaha, que brindan servicios a toda la población del Ecuador. Dentro de la categoría estudiada Yamaha cuenta con los siguientes productos: FZ 250, MT-03.

- **Kawasaki**

Es una marca japonesa fundada en el año 1896 en Tokio. De igual manera que sus competidores, esta marca ofrece todo tipo y modelos de motocicletas, doble propósito, deportivas, *enduro*, *cross*, entre otras, cuenta con todas las normas de calidad ISO 9001.

Kawasaki cuenta con cuatro concesionarios a nivel nacional, en Quito, Guayaquil y dos en Cuenca, Kawasaki del Ecuador S.A se encarga de la venta y post venta para todos sus consumidores, son los importadores directos de todas las motocicletas, accesorios y repuestos en el país.

El catálogo que ofrece Kawasaki de los modelos naked son: Versys X 300, Ninja 300, Ninja 400, Z 400, Z 250.

- **Honda**

Es una marca japonesa representada por Industrias Motorizadas S.A con sus siglas INDUMOT S.A. la cual empezó en 1977 como importadores, ensambladores y comercializadores de motocicletas. Esta empresa en los años 90 obtiene la distribución de la marca de Honda en el Ecuador. Almacenes Juan Eljuri es el dueño de esta empresa, pero en el año 2009 separó sus marcas comerciales Yamaha, Honda, Kawasaki, y por esto el representante legal de la marca honda es INDUMOT S.A.

De igual manera que sus competidores Honda tiene los mismos tipos de motos vistos anteriormente, en su catálogo de motos tipo naked están: CB 300R, CB 300F.

- **Suzuki**

Al igual que sus competidores mencionados anteriormente, esta marca proviene de Japón. Comandato es el representante oficial de esta marca en todo el país. A nivel nacional Comandato cuenta con cuatro servicios técnicos Suzuki y 19 centros autorizados Suzuki.

Esta marca dentro de su catálogo ofrece la siguiente opción de motocicleta naked: Gixxer 250.

- **KTM**

La marca KTM es proveniente de Austria, KTM del Ecuador Cía. Ltda. nace en el año 2001 en la ciudad de Cuenca. Los pioneros de la marca KTM en la importación y comercialización en la ciudad de Cuenca fueron: Wilson Malo

Vintimilla, Juan Monsalve, Wilson Malo Valdivieso. Esta empresa también se dedica a la comercialización de repuestos y accesorios. Además, cuenta con tres concesionarios y servicio técnico calificado a nivel nacional.

Dentro de su catálogo en motocicletas tipo naked existen: Duke 200 y Duke 390.

- **BMW**

La marca BMW proviene de Alemania, su representante oficial en Ecuador es BMW MOTORRAD que inicio desde 1932, la cual se dedica a la representación y comercialización de productos y servicios de marcas reconocidas internacionalmente. Sus sucursales a nivel nacional son Álvarez Barba S.A en la ciudad de Quito, Ecuavía S.A. en la ciudad de Guayaquil y por último Autocorp en la ciudad de Cuenca.

La única motocicleta tipo naked que ofrece esta marca es: BMW 310 R.

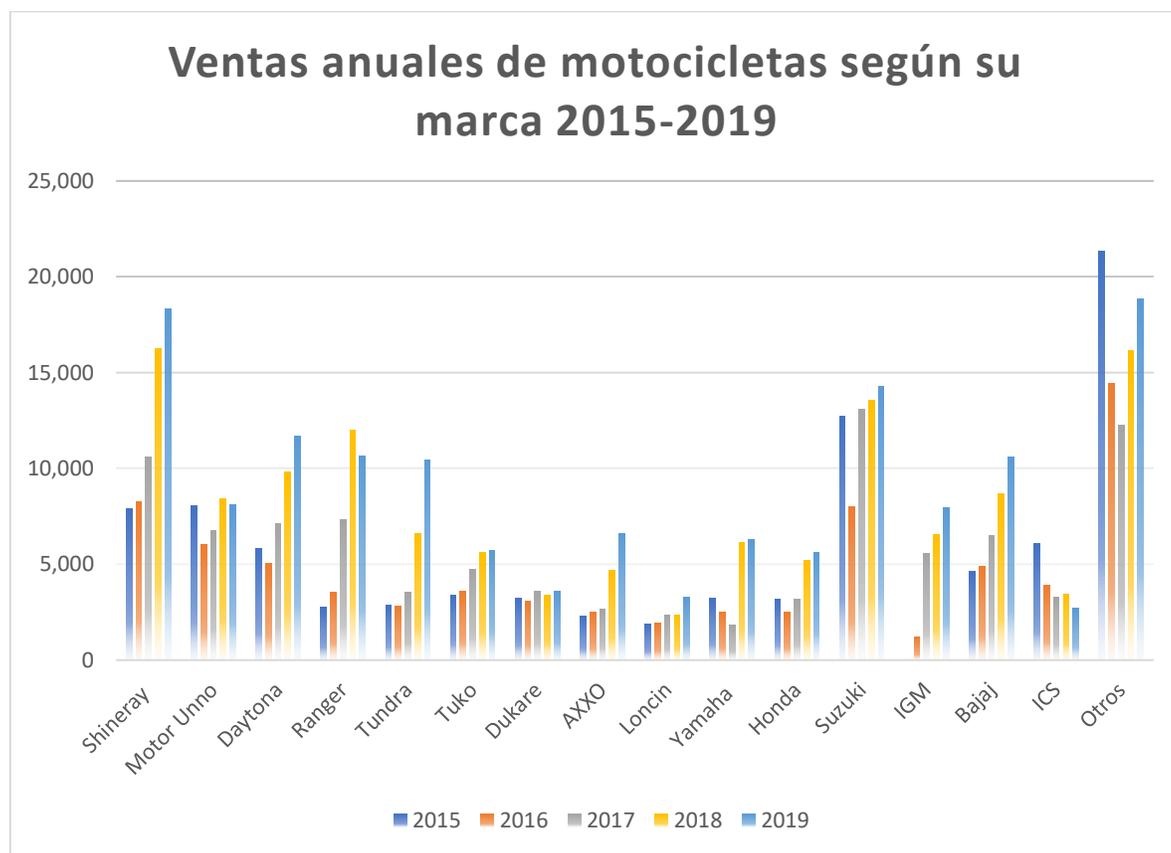
- **Bajaj**

Bajaj es una marca hindú representada por la empresa Indian Motos Inmot S.A, esta marca trabajo como importadores, ensambladores, comercializadores en Ecuador desde el año 2010, la empresa cuenta con la mayor capacidad de respuesta en el área automotriz.

Bajaj tiene tres talleres autorizados en Manta, Guayaquil y Cuenca. Además, existe más de 30 distribuidores autorizados a nivel nacional. En la provincia del Azuay existe 2 concesionarios que prestan servicios para la ciudad de Cuenca.

Los productos que ofrecen son: Pulsar 200 NS, Pulsar 200 NS FI, Dominar 400, Dominar D400 2.0. Estos son los productos competidores en el mercado con las marcas chinas.

Figura 6. Ventas anuales de motocicletas según su marca 2015-2019



Fuente: (AEADE, 2018)

Como se puede analizar en el siguiente gráfico, la marca más vendida es Shineray que es una de las marcas de procedencia china. En segundo lugar, es la marca Suzuki la cual es de procedencia japonesa. En general podemos apreciar de izquierda a derecha las motocicletas más vendidas en ese período han sido de procedencia china.

## **Capítulo 2. Diseño Metodológico**

### **2.1. Diseño de investigación**

En el diseño de investigación el método de análisis será mixto tendrá un enfoque dual: cualitativo dentro de este método se realizará encuestas a profundidad, para saber cuál es el impacto y cuáles son las motivaciones que tienen los consumidores al momento de selección del producto, decisión y adquisición para la compra del vehículo de procedencia china. En los métodos cuantitativos tendremos las entrevistas, que nos ayudara a saber la satisfacción de los clientes que han comprado motocicletas de procedencia china, como también, saber el aumento en la venta de motocicletas de marcas china en los años propuestos. Así como también realizar el debido calculo muestra. Por estos motivos se realizará a cabo la combinación de estos dos enfoques, porque esto nos permitirá recolectar una gran cantidad de datos, como también nos ayudará a tener una comprensión completa sobre nuestro tema.

### **2.2. Tipo de Estudio**

En esta investigación se buscará explicar el impacto de las marcas china en venta de motocicletas tipo “naked” de cilindraje 200cc a 400cc en el sector automotriz de la ciudad de Cuenca. Por lo que se realizará una investigación descriptiva para saber definiciones sobre los tipos de consumidor que existen, cómo reacciona su cerebro para tomar decisiones y cuáles son sus motivaciones. Luego se realizará un estudio exploratorio para saber los factores que influyen en el consumidor a tomar esa decisión, esto no ayudara a saber el porqué del crecimiento de las marcas en nuestra ciudad. Para finalmente llegar a

descubrir los resultados y todos los factores que tiene un consumidor al momento de la compra.

## **2.3. Investigación Cualitativa**

### **2.3.1. Entrevistas a profundidad**

Entrevista a profundidad #1: La entrevista se realizó al Mgtr. David Aguirre jefe de marca de la empresa MODIS que comercializa las marcas de motocicleta de procedencia china Axxo Bikes y CF Motos. Esta entrevista se realizó el día 02 de junio de 2021, por el autor de esta investigación.

Las preguntas realizadas tienen como objetivo principal conocer el mercado de las motocicletas chinas con la opinión del entrevistado.

#### **1. A breves rasgos como ha visto la acogida de las motocicletas chinas en el mercado cuencano.**

Respuesta: Es muy interesante en realidad la acogida que hemos tenido con CF Motos. Es de gran manera aceptada en el mercado debido a sus características, tecnología e innovación. Es una motocicleta de gama alta y existe diferentes tipos de categorías en el mercado de ensamblaje chinos los nuestros son un ensamblaje triple AAA. Es decir, una moto de gama alta que compite con marcas de renombre como KTM, Honda. Pero a un precio inferior, por lo tanto, la aceptación del mercado ha sido muy buena.

#### **2. Según su experiencia, ¿Qué características tiene su cliente específico, tomando en cuenta el sexo, la edad y capacidad adquisitiva?**

Respuesta: Nosotros dentro de nuestro portafolio de productos tenemos una amplia gama de modelos los cuáles apuntamos a diferentes targets. En ese sentido te puedo hablar de la marca CF motos específicamente apuntamos a un público medio alto. Estamos hablando de una persona profesional, estudiante o empleado bancario que está entre los 24 años hasta los 42 años es más o menos un arquetipo de cliente. Una persona con poder adquisitivo con un sueldo alrededor de 1000 dólares que pueden financiarse. Lo que busca es una movilidad alternativa, innovación y tecnología.

**3. ¿Qué atributos busca un comprador al momento de adquirir una motocicleta de procedencia china?**

Respuesta: El cliente busca lo que es innovación, tecnología y sobre todo garantía te puedo hablar de CF motos la garantía es de 4 años o 48000 km que a pesar de ser una marca China nos pone a competir directamente con marcas como KTM, Honda, Yamaha que tienen la misma garantía, sin embargo, nosotros tenemos un precio inferior a ellos lo que nos vuelve mucho más competitivos y atractivos para el mercado.

**4. ¿Cuál cree que sean sus ventajas y desventajas frente a sus competidores de motocicletas chinas?**

Respuesta: Las ventajas frente a los competidores es la calidad en el ensamblaje versus las otras motos chinas del mercado. CF motos tiene un ensamblaje muy superior. Nuestros componentes son de gran calidad. Además, el diseño de la motocicleta es realizado por el mismo diseñador de KTM en un convenio que se tiene con la empresa, entonces hablando de características técnicas

y de componentes de gama alta a un precio totalmente inferior te das cuenta de que en realidad es un diferencial que no lo tienen el resto de las marcas en el mercado. Ahora una de las desventajas o limitantes versus las marcas es el factor precio, puesto que, algunas marcas están muy por debajo de nuestro precio debido a sus componentes y su garantía es inferior a la nuestra.

Ahora hablando de Axxo es una marca para poder pelear con ese segmento de gama baja que se podría decir. Sin embargo, Axxo es una moto de excelente calidad tenemos cilindradas desde 125cc en adelante, contamos con prestaciones de tipo doble propósito, naked, incluso en scooter. Es una moto muy versátil una marca muy versátil con excelente precio, garantía y el respaldo de la marca. Axxo marca un diferencial es una marca poco más aspirativa para el cliente, ya que no vas a comparar una Axxo con un Daytona entonces la calidad es de factor diferencial.

**5. Se conoce que existe una gran variedad de marcas de motocicletas de procedencia china ¿Cuál cree que sea su valor agregado para que el consumidor elija su marca?**

Respuesta: En realidad el mercado se informa mucho más y las marcas que se van quedando atrás es por el factor calidad, este factor es pilar fundamental que busca el cliente. Por el contrario, el factor precio sigue siendo predominante al momento de la compra tomando en cuenta la situación actual.

**6. En el tiempo que está usted en el mercado, ¿cuáles son los competidores directos de su marca?**

Respuesta: En la marca CF motos competimos directamente con las marcas Zontes, Loncin, Benelli, KTM, Yamaha y Honda en ciertos modelos específicos, dependiendo la cilindrada.

Dentro de la marca Axxo los competidores directos son: Benelli, Daytona, Shineray, Bajaj en ciertos modelos de diferente cilindraje.

**7. ¿Cuál cree que es el motivo principal de los consumidores al adquirir una motocicleta de procedencia china?**

Respuesta: El factor precio es el motivo principal, es predominante al momento de la adquisición de una motocicleta.

**8. ¿Desde qué año se generó un crecimiento en las ventas de las motocicletas chinas?**

Respuesta: En los tres últimos años ha existido un crecimiento de más del 25% anual. Es un repunte muy importante para el mercado de las motos chinas, porque la gente busca una alternativa para su movilidad, independencia al momento de movilizarse, y, por último, el ahorro del tiempo.

**9. ¿Cuál es la percepción que tienen de sus clientes que han adquirido motocicletas de su marca?**

Respuesta: Nosotros tenemos un plan de fidelización; por el momento nuestros clientes tienen una satisfacción del 90%, el 10% restante se da con algunos clientes que nos han pedido repuestos no muy comunes al momento de mantenimiento de su motocicleta.

**10. En las marcas que usted comercializa ¿cómo funciona la garantía?**

Respuesta: Axxo la garantía es de dos años o 20.000 km, si bien es cierto la garantía no corresponde al cambio del vehículo, si no al mantenimiento de este.

CF motos tiene garantía de cuatro años o 40.000 km es una de las tres marcas que da garantía por este tiempo. Para el cambio de un repuesto nosotros tenemos un plazo de 30 días para solucionar el problema, por el contrario, si nos pasamos del límite de los 30 días nosotros tenemos la obligación de sacar el repuesto de una motocicleta nueva.

Entrevista a profundidad #2: La entrevista se realizó al Ing. Pablo Alvarado gerente general de la empresa ECUADMOTORS, que comercializa motocicletas de procedencia china cuya marca es Zongshen. Esta entrevista se realizó el día 11 de junio de 2021, por el autor de esta investigación

Las preguntas realizadas tienen como objetivo principal conocer el mercado de las motocicletas chinas con la opinión del entrevistado.

**1. A breves rasgos como ha visto la acogida de las motocicletas chinas en el mercado cuencano.**

Respuesta: La acogida del mercado de nuestra marca Zongshen ha sido muy positiva debido a las prestaciones de cada una de nuestras motocicletas, la tecnología es muy superior algunas marcas que están en el mercado, como también nuestra garantía que es de dos años o 24.000 km.

**2. Según su experiencia, ¿Qué características tiene su cliente específico, tomando en cuenta el sexo, la edad y capacidad adquisitiva?**

Respuesta: Bueno dentro de nuestro portafolio existe una gran cantidad de tipos de motocicletas, la mayoría de los clientes son hombres alrededor de los 23 a 34 años con un trabajo estable, que su sueldo sobrepase los \$700 dólares, esto también servirá para sacar crédito directo en nuestra concesionaria.

**3. ¿Qué atributos busca un comprador al momento de adquirir una motocicleta de procedencia china?**

Respuesta: En general nuestros clientes buscan motocicletas económicas, que estén a la altura de marcas como Yamaha, KTM, Honda, entre otras. Además, buscan motocicletas innovadoras en tecnología y diseño.

**4. ¿Cuál cree que sean sus ventajas y desventajas frente a sus competidores de motocicletas chinas?**

Respuesta: Las ventajas frente a nuestros consumidores es nuestra tecnología, puesto que son motos de alta gama que sobresalen en el mercado. Y una limitante de nuestras motocicletas es el factor precio, puesto que, a comparación de muchas marcas de procedencia china nuestro precio es alto.

**5. Se conoce que existe una gran variedad de marcas de motocicletas de procedencia china ¿Cuál cree que sea su valor agregado para que el consumidor elija su marca?**

Respuesta: Como valor agregado de nuestra marca te puedo decir que es la calidad de nuestros componentes, como también, la tecnología de nuestras motocicletas.

**6. En el tiempo que está usted en el mercado, ¿cuáles son los competidores directos de su marca?**

Respuesta: nuestros competidores directos son las marcas Cf motos, Zontes, Loncin, Benelli, KTM, Yamaha y Honda en ciertos modelos específicos, dependiendo la cilindrada.

**7. ¿Cuál cree que es el motivo principal de los consumidores al adquirir una motocicleta de procedencia china?**

Respuesta: El motivo principal de los consumidores es el factor precio, como se puede observar, nuestra marca presta algunos servicios similares a marcas reconocidas en nuestro país, pero a un precio mucho más bajo.

**8. ¿Desde qué año se generó un crecimiento en las ventas de las motocicletas chinas?**

Respuesta: Bueno lo de las marcas chinas han venido creciendo durante el año 2012 hasta hoy. Varios factores han sido importantes como la independización en la movilidad, el precio de las motocicletas, el mantenimiento de estas, y, por último, el ahorro del tiempo para ir de un lugar a otro.

**9. ¿Cuál es la percepción que tienen de sus clientes que han adquirido motocicletas de su marca?**

Respuesta: Nuestros clientes han tenido comentarios positivos de nuestra marca, claro que como en toda empresa vamos a tener comentarios negativos, puesto que algunos clientes piden repuestos que no son muy comunes que se dañe.

**10. En las marcas que usted comercializa ¿cómo funciona la garantía?**

Respuesta: Nuestra marca proporciona 24 meses o 24.000 km lo que suceda primero, como todas marcas la garantía se basa en daños de fábrica.

Entrevista a profundidad #3: La entrevista se realizó al Señor José Daniel Durán vendedor de la empresa Motos y Motos, que comercializa motocicletas de procedencia china cuya marca es Loncin. Esta entrevista se realizó el día 09 de junio de 2021, por el autor de esta investigación.

Las preguntas realizadas tienen como objetivo principal conocer el mercado de las motocicletas chinas con la opinión del entrevistado.

**1. A breves rasgos como ha visto la acogida de las motocicletas chinas en el mercado cuencano.**

Respuesta: Las motos chinas si han tenido una muy buena acogida, más que nada por el precio, porque es una moto accesible para cualquier persona, puedes conseguir una moto de \$1.000 hasta los \$4.000 dólares.

**2. Según su experiencia, ¿Qué características tiene su cliente específico, tomando en cuenta el sexo, la edad y capacidad adquisitiva?**

Respuesta: La mayoría de nuestros clientes adquiere una motocicleta para trabajar de *delivery*, la mayoría son hombres de 19 a 35 años, los clientes buscan comprar una motocicleta a crédito.

**3. ¿Qué atributos busca un comprador al momento de adquirir una motocicleta de procedencia china?**

Respuesta: Los atributos que buscan es que la motocicleta les sirva para la ciudad, tenga una buena autonomía, que sea una motocicleta de buena calidad.

**4. ¿Cuál cree que sean sus ventajas y desventajas frente a sus competidores de motocicletas chinas?**

Respuesta: Las ventajas de las motos Loncin son sus precios y también su calidad.

- 5. Se conoce que existe una gran variedad de marcas de motocicletas de procedencia china ¿Cuál cree que sea su valor agregado para que el consumidor elija su marca?**

Respuesta: Por lo general la mayoría de los clientes que viene a nuestro local, es porque le han recomendado nuestra marca

- 6. En el tiempo que está usted en el mercado, ¿cuáles son los competidores directos de su marca?**

Respuesta: Nosotros competimos con la gran mayoría de marcas que existen en el Ecuador, los principales competidores serian Daytona, Shineray, Bultaco que se venden bastante en el mercado.

- 7. ¿Cuál cree que es el motivo principal de los consumidores al adquirir una motocicleta de procedencia china?**

Respuesta: Son varios motivos por los cuales los consumidores elijen una motocicleta de procedencia china, puede ser para trabajar a domicilio, para movilidad, para paseo. Ahora dentro de este segmento existe una gran variedad de motocicletas como doble propósito, naked, scooter, entre otras.

- 8. ¿Desde qué año se generó un crecimiento en las ventas de las motocicletas chinas?**

Respuesta: Por los años 2008 y 2009 las motocicletas se han empezado a vender muy bien, que empezaron las importaciones de las marcas chinas, se nota la

diferencia de precio que las motocicletas de marcas reconocidas como Yamaha, KTM, entre otras.

**9. ¿Cuál es la percepción que tienen de sus clientes que han adquirido motocicletas de su marca?**

Respuesta: La mayoría de los clientes han estado satisfechos al adquirir nuestra marca, la verdad no hemos tenido ninguna queja por parte de ellos.

Obviamente si hemos tenido comentarios sobre nuestro servicio técnico y garantía.

**10. En las marcas que usted comercializa ¿cómo funciona la garantía?**

Respuesta: Nuestro local da garantía de 2 años o 24.000 km, para ser una motocicleta china y al precio que se vende, yo creo que es una muy buena garantía que brinda nuestro local.

Entrevista a profundidad #4: La entrevista se realizó al Señor Christian Escandón administrador del local Polaris Cuenca, que comercializa motocicletas de procedencia china cuya marca es Zontes. Esta entrevista se realizó el día 11 de junio de 2021, por el autor de esta investigación.

Las preguntas realizadas tienen como objetivo principal conocer el mercado de las motocicletas chinas con la opinión del entrevistado.

**1. A breves rasgos como ha visto la acogida de las motocicletas chinas en el mercado cuencano.**

Respuesta: En el mercado cuencano hemos tenido una muy buena acogida en especial con nuestra marca Zontes, que realmente en el mercado de las motos chinas están clasificadas como a, b o c, nosotros estamos calificados como triple A.

**2. Según su experiencia, ¿Qué características tiene su cliente específico, tomando en cuenta el sexo, la edad y capacidad adquisitiva?**

Respuesta: En Cuenca somos bastante exigentes de acuerdo con las marcas chinas. La mayoría de los clientes son hombres, en realidad como tenemos una gran variedad de productos a diferentes precios, hablando de la capacidad adquisitiva cualquier persona que trabajen a domicilio, como personas que buscan motos para viajar, realmente en ese tema no nos limitamos.

**3. ¿Qué atributos busca un comprador al momento de adquirir una motocicleta de procedencia china?**

Respuesta: El cliente busca un poco lo que es precio, características de la moto y según su necesidad para lo que vaya a usar la moto, dependiendo de lo que

ellos buscan nosotros le direccionamos a que tipo de motocicleta se acoplara a su necesidad.

**4. ¿Cuál cree que sean sus ventajas y desventajas frente a sus competidores de motocicletas chinas?**

Respuesta: Una de nuestras ventajas es que manejamos una tecnología muy diferente al resto de motos. Nuestra motocicleta no usa llaves, es un sensor de proximidad. Se puede utilizar con un reloj Xiaomi, como también las motocicletas están calificadas como euro 5, esto quiere decir que, los motores pasan todas las pruebas europeas, pantalla TFT full color. En algunas motocicletas tenemos dos pantallas movibles, mantenedor de batería que funciona cuando uno no ocupa la motocicleta y se mantendrá con la carga perfecta para que sus componentes funcionen perfectamente.

**5. Se conoce que existe una gran variedad de marcas de motocicletas de procedencia china ¿Cuál cree que sea su valor agregado para que el consumidor elija su marca?**

Respuesta: Nuestro valor agregado es que manejamos el crédito más bajo a nivel de todos los mercados, como comenté al principio nuestra marca es triple A en los componentes y acabados en toda la motocicleta. Además, el valor agregado es nuestra tecnología que te explique anteriormente, es muy superior a muchas motocicletas que están en el mercado.

**6. En el tiempo que está usted en el mercado, ¿cuáles son los competidores directos de su marca?**

Respuesta: Nuestra competencia directa en el mercado de procedencia china sería CF motos, la cual estas tienen un motor más potente y el precio es mucho más alto. En nuestro modelo 310 T es bastante comparada tanto en Europa, España, Chile, Argentina con la BMW GS310 que está dentro del mismo segmento.

**7. ¿Cuál cree que es el motivo principal de los consumidores al adquirir una motocicleta de procedencia china?**

Respuesta: Es por las prestaciones que nos dan costos y beneficios, en algunos modelos que tenemos pago lo mismo comparado con motocicletas de marcas superiores.

**8. ¿Desde qué año se generó un crecimiento en las ventas de las motocicletas chinas?**

Respuesta: Realmente te hablo de mi marca, nosotros llevamos dos años en el mercado y nos ha ido muy bien durante este período.

**9. ¿Cuál es la percepción que tienen de sus clientes que han adquirido motocicletas de su marca?**

Respuesta: Una de las ventajas que nuestros clientes se sienten satisfechos es por mantenimiento, garantía y sobre todo se trata de estar pendiente a las preguntas de nuestros clientes, por ser una moto totalmente electrónica la gente tiene muchas expectativas de la moto, como también siempre hemos tratado de dar un servicio post venta muy personalizado.

**10. En las marcas que usted comercializa ¿cómo funciona la garantía?**

Respuesta: Esto es una de las ventajas y en donde somos superiores a muchas marcas. Desde la fábrica nos dan tres años motor y chasis o 30.000 km obviamente en daños de fábrica y dos años o 20.000 km en el sistema eléctrico que ninguna marca te da.

## 2.4. Investigación Cuantitativa

### 2.4.1. Cálculo de la muestra

En el siguiente estudio se utilizará la fórmula de la muestra cuando se conoce el tamaño de la población. Dentro de la población tenemos a las personas mayores de 18 años que residan en la ciudad de Cuenca, puesto que, en la ley de nuestro país las personas pueden conducir un vehículo automotor con la mayoría de edad, en este caso 18 años. A continuación, se presenta los datos que se utilizará en el estudio.

En donde:

Total, de la población (N) = 130.483 motocicletas matriculadas en el 2020

Nivel de confianza (z) = 95%

Probabilidad de éxito o proporción esperada (p) = 0,50

Probabilidad de fracaso (q) = 0,50

Error máximo admisible (e) = 5%

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2(N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 130.483}{0,05^2(130.483 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$
$$n = \frac{125.315,8732}{327,1654}$$
$$n = 383,03$$

La muestra para esta investigación será de 383 personas.

## 2.4.2 Análisis e interpretación de resultados

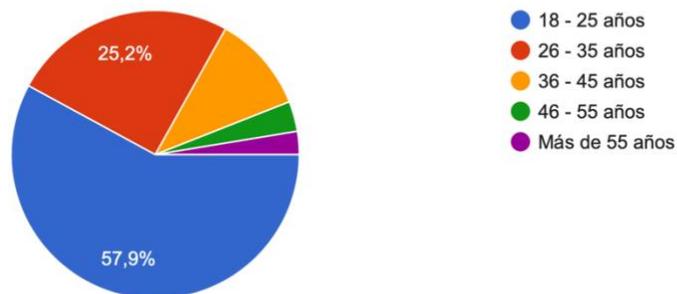
En el siguiente análisis se tabulará los resultados de las 385 encuestas que se realizaron a las personas que residen en la ciudad de Cuenca.

Las siguientes preguntas son:

### 1. Edad

*Figura 7. Edad*

1. Edad  
385 respuestas

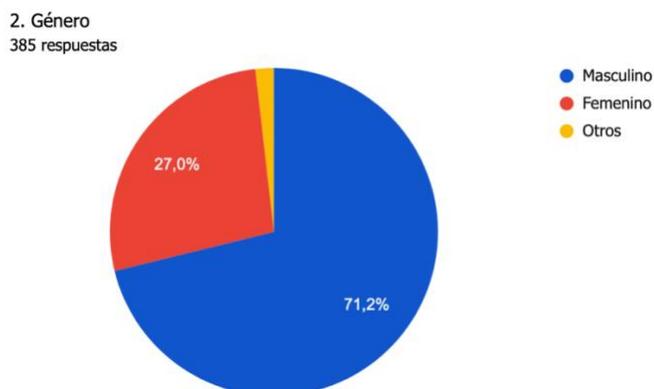


**Elaborado:** el autor

En el siguiente gráfico podemos apreciar que el 57,9% de los encuestados están entre 18 a 25 años, esto significa que, las personas jóvenes son más propensas a comprar una motocicleta. Seguido del 25,2 % que son las personas que están entre 26 y 35 años de edad, el 10,9% de encuestados son personas que están en el rango de 36 a 45 años. Por último, las personas que están entre los 46 a 55 años y mayores a 55 años cuentan con una participación del 3,4% y 2,6% respectivamente.

## 2. Género

Figura 8. Género

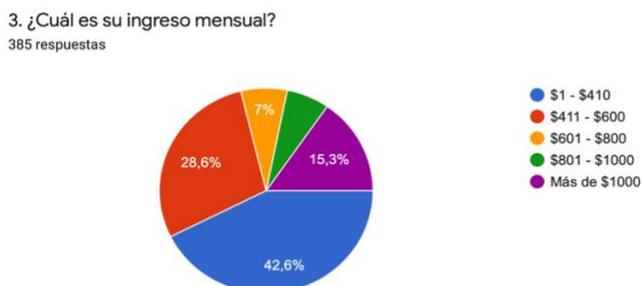


**Elaborado:** el autor

En la mayoría de las investigaciones similares a predominado el género masculino. Por lo que podemos observar, el 71,2% son hombres, el sexo femenino represento en un 27% en esta investigación, y en la categoría otros se encuestaron a personas que no se sentían identificados en el género masculino y femenino, estas personas tuvieron una participación del 1,8%.

## 3. Ingreso Mensual

Figura 9. Ingreso Mensual

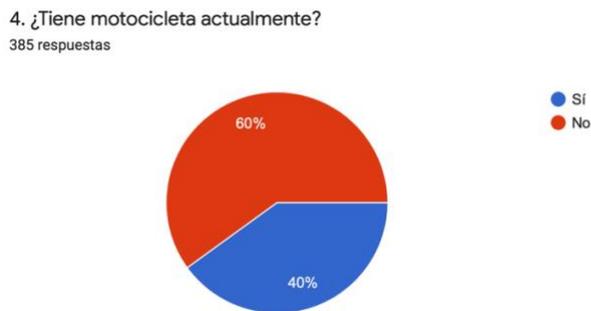


**Elaborado:** el autor

De los 385 encuestados tuvimos una participación predominante del 42,6% que son personas que ganan entre \$1 a \$410 dólares mensuales. El siguiente grupo son individuos que ganan entre \$411 a 4600 dólares con una participación del 28,6%. Los encuestados que ganan más de \$1.000 dólares al mes son el 15,3%. Y, por último, las participaciones del 7% y 6,5% corresponden a las personas que ganan entre \$601 a \$800 y \$801 a \$1.000 dólares respectivamente.

#### 4. Tiene motocicleta

*Figura 10. Tiene motocicleta*



**Elaborado:** el autor

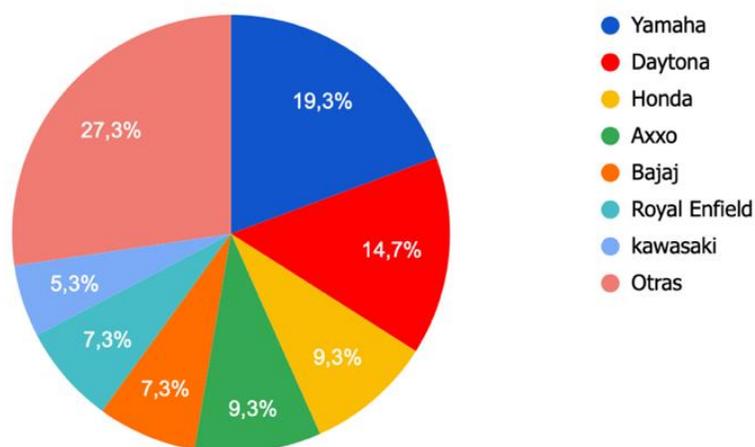
En la siguiente gráfica se puede apreciar que de los 385 encuestados predominan con un 60% individuos que no tienen motocicletas actualmente, mientras que el 40% sí tienen moto en la actualidad.

#### 5. Marca de su motocicleta

*Figura 11. Marca de su motocicleta*

### 5. Qué marca es su motocicleta?

154 respuestas



**Elaborado:** el autor

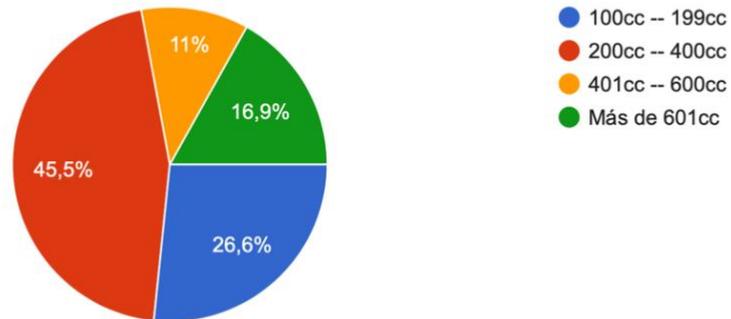
En esta pregunta obtuvimos 154 respuestas de las personas que, si tienen motocicleta actualmente, las marcas predominantes son Yamaha y Daytona que cuenta con el 19,3% y 14,7% de participación respectivamente, seguido de las marcas las marcas Honda y Axxo que obtuvieron el 9,3%, luego la marca Bajaj que es de procedencia hindú y la marca Royal Enfield que proviene de Inglaterra cuentan con una aportación del 7,3%. La marca Kawasaki de procedencia japonesa cuenta con 5,3%. Para terminar, tenemos el grupo otras con un 27,3% las cuales se ubican diferentes marcas reconocidas como: KTM, BMW, Ducati y también otras marcas de procedencia china, por ejemplo: Shineray, Zontes, CF motos, Benelli, Loncin, entre otras. A estas marcas se les junto en el grupo otras, puesto que, su participación individual era menos del 5%.

## 6. Cilindraje de su motocicleta

Figura 12 Cilindraje de su motocicleta

6. ¿Qué cilindraje es su motocicleta ?

154 respuestas



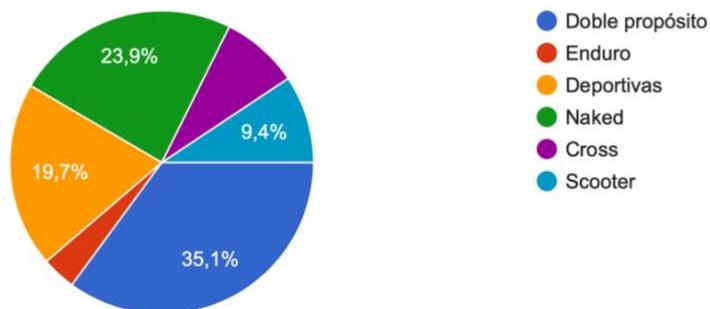
**Elaborado:** el autor

Podemos apreciar en el gráfico que el grupo de 200cc a 400cc es el que tiene mayor participación en esta investigación con un 45,5%. Luego viene el grupo de 100cc a 199cc con el 26,6%, seguido del grupo más de 601cc con una aportación del 16,9%. Y, por último, tenemos el 11% que se refiere al grupo de 401cc a 600 centímetros cúbicos.

## 7. Tipos de motocicletas

Figura 13. Tipo de motocicleta

7. ¿Qué tipo de motocicleta prefiere?  
385 respuestas

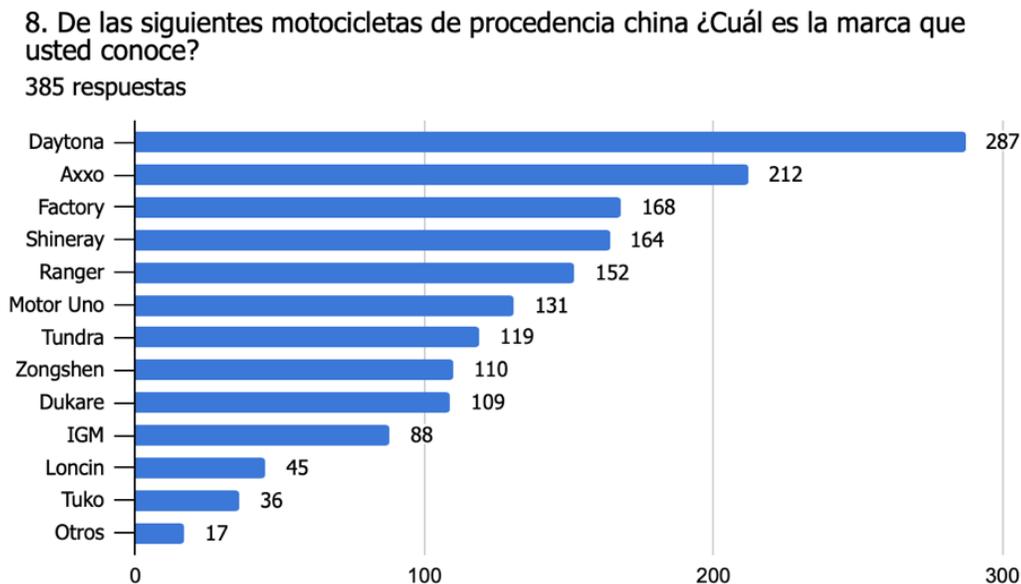


**Elaborado:** el autor

La mayoría de encuestados prefieren motocicletas tipo doble propósito y naked, estos tipos de motocicletas cuenta con una aportación del 35,1% y 23,9% respectivamente, seguido de las motos deportivas que cuentan con el 19,7%. Luego están las motos tipo *scooter* que tienen el 9,4%. Y para terminar están los dos grupos tipo cross con el 8,3% y las motos de enduro con 3,6%.

## 8. Conocimiento de las marcas de procedencia china

Figura 14. Conocimiento de las marcas de procedencia china



**Elaborado:** el autor

Como se puede apreciar en la gráfica tenemos las marcas de procedencia china más reconocidas por los encuestados en la ciudad de Cuenca, la primera de ellas es la marca Daytona con un total de 287 respuestas. La segunda marca es Axxo con 212 respuestas, en tercero y cuarto lugar tenemos las marcas Factory y Shineray con un total de 168 y 164 respuestas respectivamente. En quinto lugar, se ubica la marca Ranger con 152 respuestas. Las marcas con poca diferencia entre si son Motor Uno, Tundra, Zongshen y Dukare. Las marcas que no son muy reconocidas en nuestra ciudad son: IGM 88, Loncin 45 y Tuko 36 respuestas. En la categoría otros se juntaron las marcas con poco conocimiento en el mercado, a continuación, se presenta la tabla 5. con cada una de las marcas y sus respuestas.

Tabla 7. Conocimiento de las marcas chinas

Marcas	Respuestas
Daytona	287
Axxo	212
Factory	168
Shineray	164
Ranger	152
Motor Uno	131
Tundra	119
Zongshen	110
Dukare	109
IGM	88
Loncin	45
Tuko	36
Otros	17
Zontes	8
Dukare	2
Benelli	2
CF motos	5
<b>Total</b>	<b>1655</b>

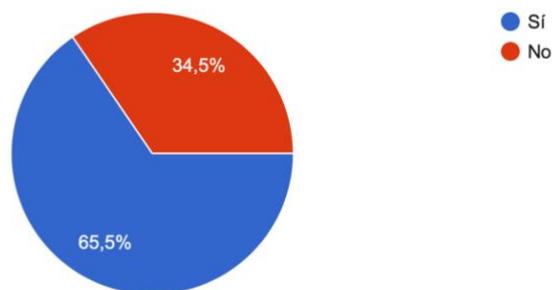
**Elaborado:** el autor

## 9. Adquisición de motocicletas chinas

Figura 15. Adquisición de motocicletas chinas

9. ¿Usted compraría una motocicleta de procedencia china?

385 respuestas



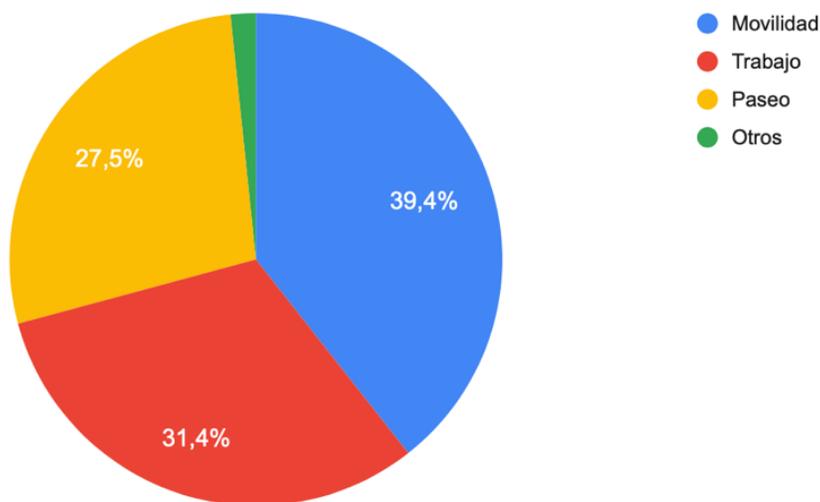
**Elaborado:** el autor

Dentro de las 385 respuestas tenemos que más de la mitad de las personas si comprasen motocicletas de procedencia china con un total de 65,5% y el 34,5% restante son personas que no adquirirían estas motocicletas.

## 10. Motivos de la compra de una moto china

Figura 16. Motivos de la compra de una moto china

10. ¿Por qué motivo usted compraría una motocicleta?  
252 respuestas



**Elaborado:** el autor

El motivo principal de los encuestados al adquirir una motocicleta es la movilidad con un 39,4%, puesto que, las motocicletas son más baratas que los vehículos en tema de gasolina, mantenimiento, repuestos, entre otros. Además, el ahorro en el tiempo, ya que, con una motocicleta se llega más rápido a distintos lugares. El siguiente motivo es el trabajo, debido a que varias personas trabajan a domicilio haciendo *delivery* de productos, como por ejemplo personas que trabajan en *Uber Eats*, *Pedidos Ya*, entre otros. El 27,5% son de personas que ocuparían sus motocicletas para un paseo. Y para concluir, tenemos el

grupo de otros que se refiere a distintos motivos como: deporte, costo, y por lo económico estos motivos se agruparon puesto que, individualmente no alcanzaban el 1% de las respuestas. A continuación, se muestra la tabla en donde se puede apreciar los diferentes motivos.

*Tabla 8. Motivos por la cual se adquiere las motocicletas*

Motivos	Respuestas
<b>Movilidad</b>	143
<b>Trabajo</b>	114
<b>Paseo</b>	100
<b>Otros</b>	6
<b>Costo</b>	2
<b>Económico</b>	2
<b>Deporte</b>	2
<b>Total</b>	<b>363</b>

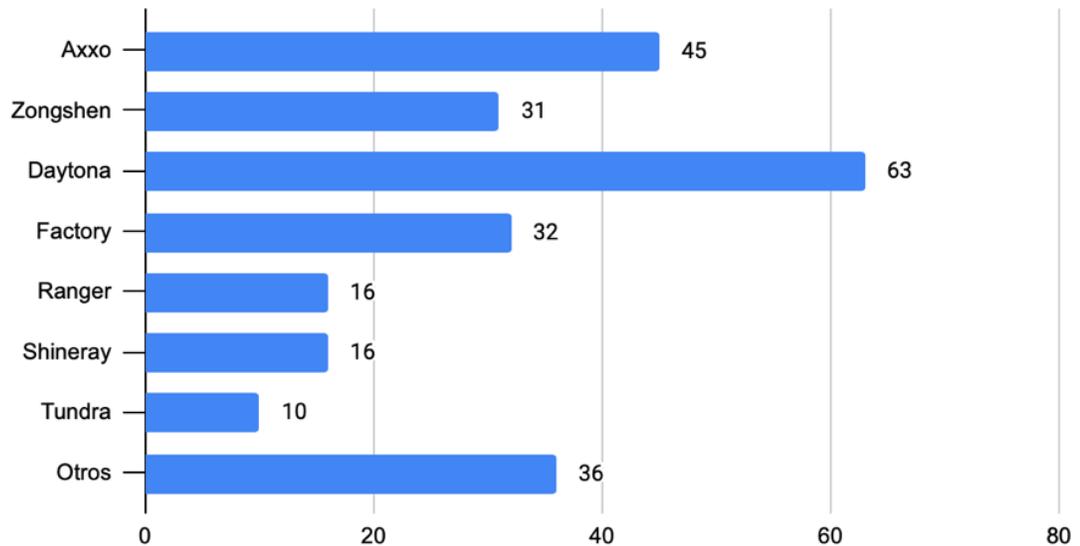
**Elaborado:** el autor

## 11. Marca que se adquirirían

Figura 17. Marca que se adquirirían

### 11. ¿Qué marca de motocicleta china usted adquiriría?

252 respuestas



**Elaborado:** el autor

Como se puede apreciar en la figura 17, las marcas más cotizadas dentro de los encuestados son Daytona con un total de 63 respuestas. Luego encontramos a la marca Axxo con 48 respuestas, seguido de las marcas que no tienen mucha diferencia entre si las cuales son: Factory y Zongshen con un total de 32 y 31 respuestas respectivamente. Ranger y Shineray cuentan con 16 respuestas, Tundra con 10 respuestas. Al igual que las anteriores preguntas, tenemos la categoría otros que se refiere algunas marcas que individualmente no sobrepasaban las nueve respuestas, estas marcas son: Loncin (8), IGM (7), Zontes (7), Dukare (5), Motor uno (4), CF motos (2), Benelli y Tuko (1). A continuación, se presenta la tabla con las marcas y sus respuestas.

*Tabla 9. Marcas procedencia china*

<b>Marcas</b>	<b>Respuestas</b>
<b>Axxo</b>	45
<b>Zongshen</b>	31
<b>Daytona</b>	63
<b>Factory</b>	32
<b>Ranger</b>	16
<b>Shineray</b>	16
<b>Tundra</b>	10
<b>Otros</b>	36
<b>Dukare</b>	5
<b>Motor 1</b>	4
<b>Tuko</b>	1
<b>Loncin</b>	8
<b>IGM</b>	7
<b>Zontes</b>	7
<b>CF motos</b>	2
<b>Benelli</b>	1
<b>Total</b>	248

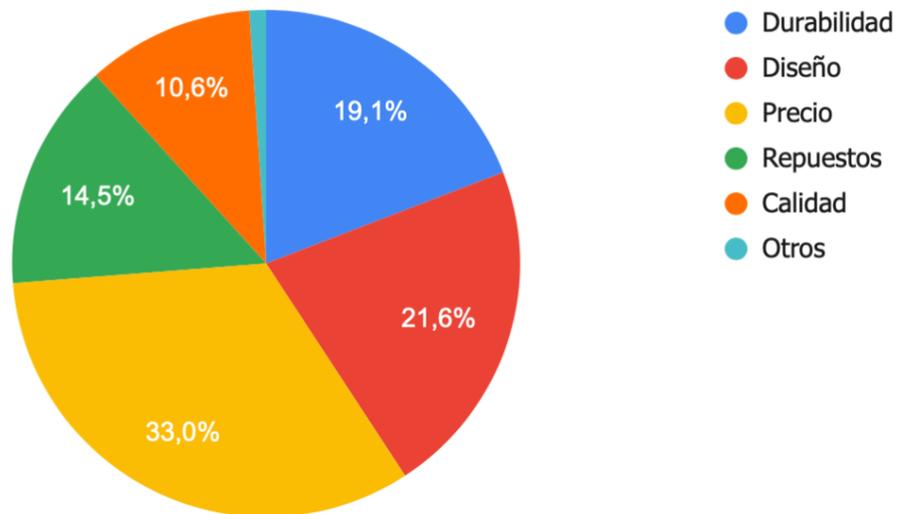
**Elaborado:** el autor

## 12. Características por las cuales se adquiriría una moto de procedencia china.

Figura 18. Características por las cuales se adquiriría una moto de procedencia china

12. ¿Cuáles serían las características por la cual usted adquiriría una motocicleta de procedencia china?

252 respuestas



**Elaborado:** el autor

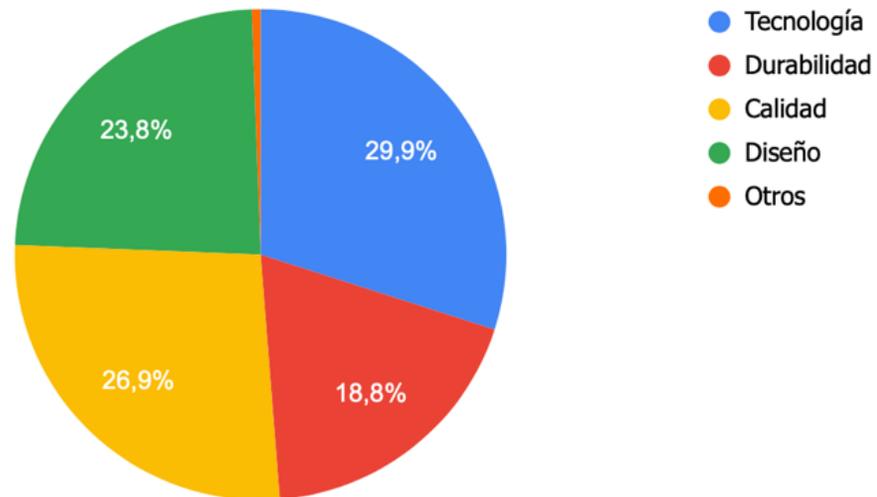
Una de las características principales por la cual los encuestados comprarían una motocicleta china es por el precio este factor cuenta con un 33% de participación en la investigación con 186 respuestas por parte de las personas. La segunda característica es el diseño cuenta con 21,6% se refiere a 122 respuestas. La tercera característica es la durabilidad de la motocicleta cuenta con 108 respuestas y esto es el 19,1% de participación. La cuarta característica son los repuestos con el 14,5% y un total de 82 respuestas. Y la última característica es la calidad con un 10,6% y un total de 60 respuestas.

### 13. Conocimiento sobre las mejoras en las motos

Figura 19. Conocimiento sobre las mejoras en las motos

13. Según su conocimiento ¿Usted cree que en el transcurso del tiempo las motocicletas chinas han mejorado en?

252 respuestas



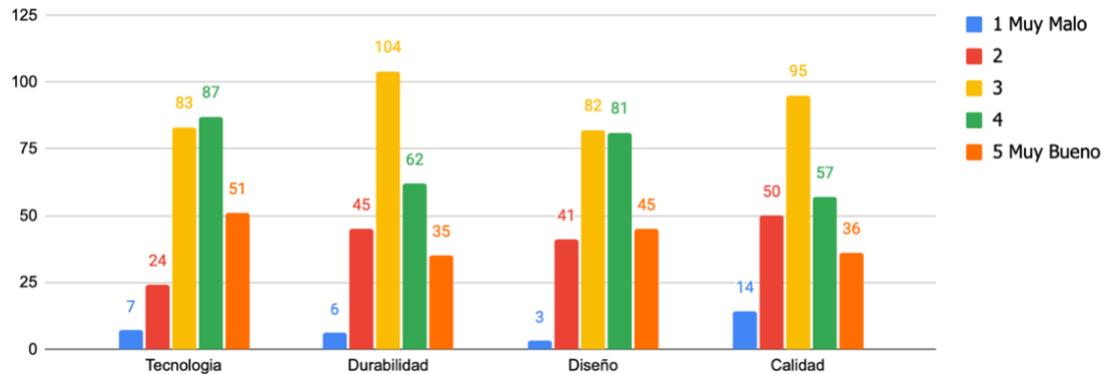
**Elaborado:** el autor

Según las 252 respuestas de los encuestados, las motocicletas chinas a lo largo de los años han mejorado en la tecnología con un 29,9% de participación. La siguiente mejora es la calidad con un 26,9%; seguido del diseño que cuenta con un 23,8%. Para concluir, la durabilidad de las motocicletas que es un 18,8% de participación.

## 14. Calificación de las características de las motocicletas

Figura 20. Calificación de las características de las motocicletas

14. De acuerdo con la marca que usted tiene, califique las siguientes características según la escala del 1 al 5.



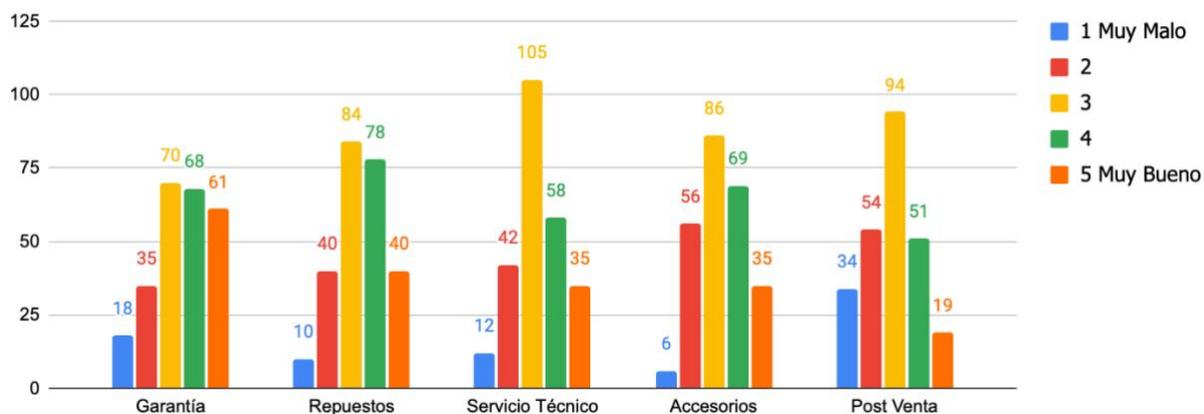
**Elaborado:** el autor

En la figura podemos apreciar que las personas están satisfechas con las características que presta una motocicleta de procedencia china, dando como calificación a regular a todas las características. Donde se puede apreciar una mejor calificación es en la tecnología con 87 respuestas a favor de las motos chinas, seguido del diseño que no hay una brecha significativa en la calificación entre regular y bueno. En donde existe calificaciones casi similares es en la característica de calidad, puesto que, algunas marcas chinas son de muy baja calidad y por experiencia de los encuestados han calificado: Muy malo (14), Malo (50), Regular (95), Bueno (57) y Muy bueno (36).

## 15. Calificación del servicio de las marcas

Figura 21. Calificación del servicio de las marcas

15. De acuerdo con la marca que usted tiene, califique su experiencia del servicio de las marcas. Según la escala del 1 al 5.



**Elaborado:** el autor

En el siguiente gráfico de barras tenemos la calificación de las marcas según su servicio dentro del mercado. Uno de los servicios que no hay mucha diferencia en sus calificaciones es la garantía, puesto que, todas las marcas de motocicletas chinas dan la misma garantía en sus productos. Dentro del servicio de los repuestos es donde se aprecia que existe una mejor calificación para este servicio, pues cuenta con las siguientes respuestas: Muy malo (10), Malo (40), Regular (84), Bueno (78) y Muy Bueno (40). En donde se puede ver una brecha significativa es en el servicio técnico los cuales tienen una calificación regular con 105 respuestas. Y para terminar se aprecia que la calificación muy mala está en la post venta de las motocicletas con un total de 34 respuestas a comparación de los otros servicios.

## **Capítulo 3. Operacionalización de las variables precio, calidad, marca**

### **3.1.Determinación de las variables de estudio**

Gracias a la investigación de campo entrevistas a profundidad y encuestas realizadas en la ciudad de Cuenca, podemos determinar las siguientes variables que los consumidores buscan en una motocicleta de procedencia china. Las variables de estudio son las siguientes:

#### **3.1.1 Precio**

La variable precio ha sido predominante en este estudio. Es una de las características principales que los consumidores buscan en las motocicletas de procedencia china. Como podemos observar, dentro del mercado de motocicletas existen una gran cantidad de marcas que ofrecen motocicletas a un precio accesible para todas las personas. Por otro lado, existen marcas con un precio mayor, pero son las que compiten con marcas reconocidas en el mercado.

#### **3.1.2 Tecnología**

Esta variable va de la mano con el precio, debido a que mientras más tecnología implementen las marcas, más costosa serán sus motocicletas como es el caso de la marca Zontes que ha implementado más la tecnología desarrollada en el mercado. Además, esta marca esta tiene unos bueno estándares de calidad. Es por eso, que puede llegar a competir con marcas japonesas, austriacas, entre otras marcas reconocidas.

### **3.1.2 Calidad**

La calidad durante los últimos años ha mejorado de manera significativa en estas motocicletas. Como podemos apreciar en los resultados analizados, alrededor del 30% de los encuestados han opinado que las marcas han invertido en la calidad de sus productos. Cabe destacar que la calidad varía en cada marca dependiendo el precio: mientras mayor es el precio, mejor será su calidad y viceversa.

### **3.1.3 Diseño**

Actualmente, las marcas de procedencia china han innovado en el diseño de sus productos, como se observa en las calles urbanas existe una gran variedad de motocicletas de todo tipo las cuales son llamativas para los consumidores, dependiendo de la calidad el diseño de las mismas mejorará significativamente.

### **3.1.4 Garantía**

Dentro de la garantía los consumidores se encuentran totalmente satisfechos. Las marcas proporcionan buenos tiempos de garantía, la mayoría de las marcas están entre 24.000km o dos años de garantía. Por el contrario, tenemos la marca CF motos que proporciona 40.000km o cuatro años de garantía, gracias a esto las personas han elegido dichas marcas.

### **3.1.5 Repuestos y accesorios**

Los concesionarios que comercializan motocicletas de procedencia china cuentan con la mayoría de los repuestos y accesorios en su inventario. Gracias a las entrevistas a profundidad realizadas, podemos apreciar que estos tienen un precio bajo, accesible y con muy buena calidad.

### **3.1.6 Servicio Técnico**

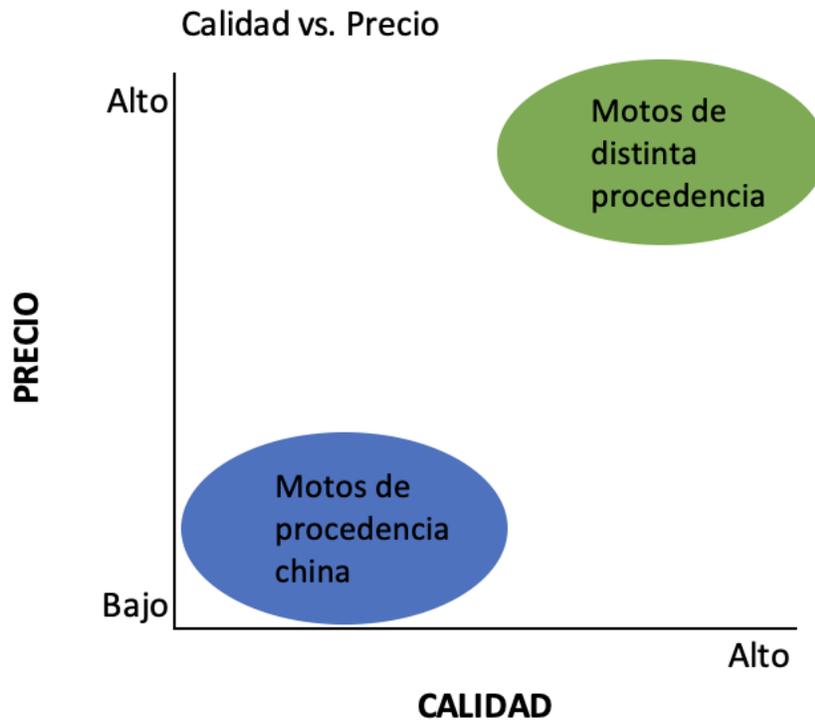
Gracias a la investigación realizada durante este período, cabe destacar que, los concesionarios cuentan con servicio técnico especializado en cada una de sus sucursales. Además, cuentan con dicho servicio en la mayoría de las provincias del país donde se comercializan las diferentes marcas de procedencia china.

### **3.2.Elaboración de mapas de grupos estratégicos**

Un mapa estratégico es una técnica de análisis que varias empresas que se encuentran en un mercado competitivo pueden utilizar para la toma de decisiones y determinar hacia donde se dirige su competencia. Esta herramienta consiste en construir un plano cartesiano tomando en cuenta dos variables independientes, para poder ubicar a las empresas según su puntuación con una gráfica circular dependiendo el tamaño. Gracias a este análisis podremos apreciar en donde se encuentran las marcas de procedencia China. A continuación, se presenta los mapas de grupos estratégicos de las marcas de motocicletas de procedencia china.

- **Calidad vs Precio**

*Figura 22 Calidad vs. Precio*

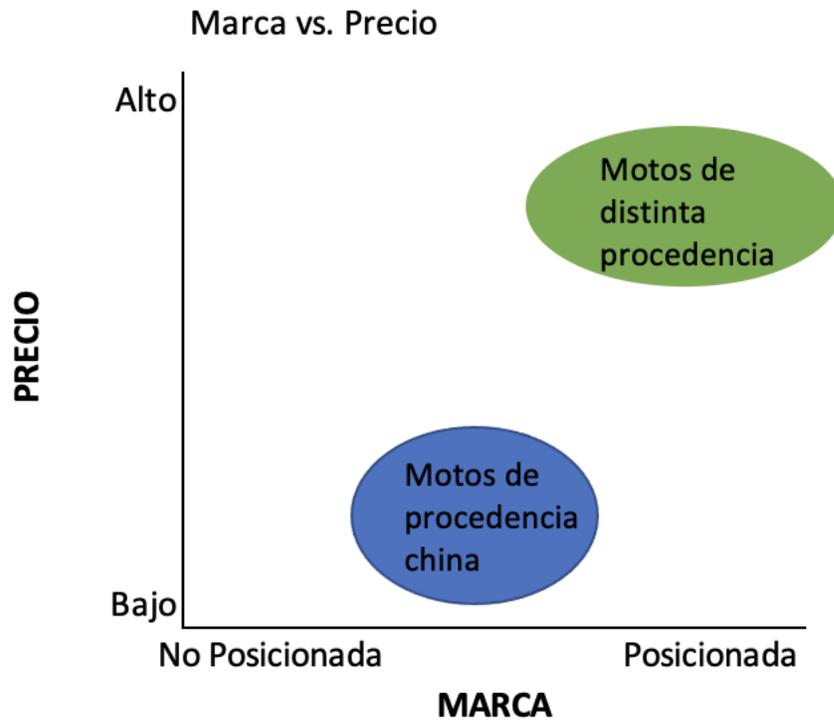


**Elaborado:** el autor

Cuando la calidad es mejor, los precios tienden a subir. Ahora bien, es necesario resaltar que dentro motocicletas de procedencia china la mayoría de las marcas tienen precios muy bajos y con una calidad no muy buena. Por el contrario, las marcas de distinta procedencia que son reconocidas en el mercado compiten por su calidad, tecnología, prestigio y sus precios elevados.

- **Marca vs Precio**

*Figura 23 Marca vs Precio*

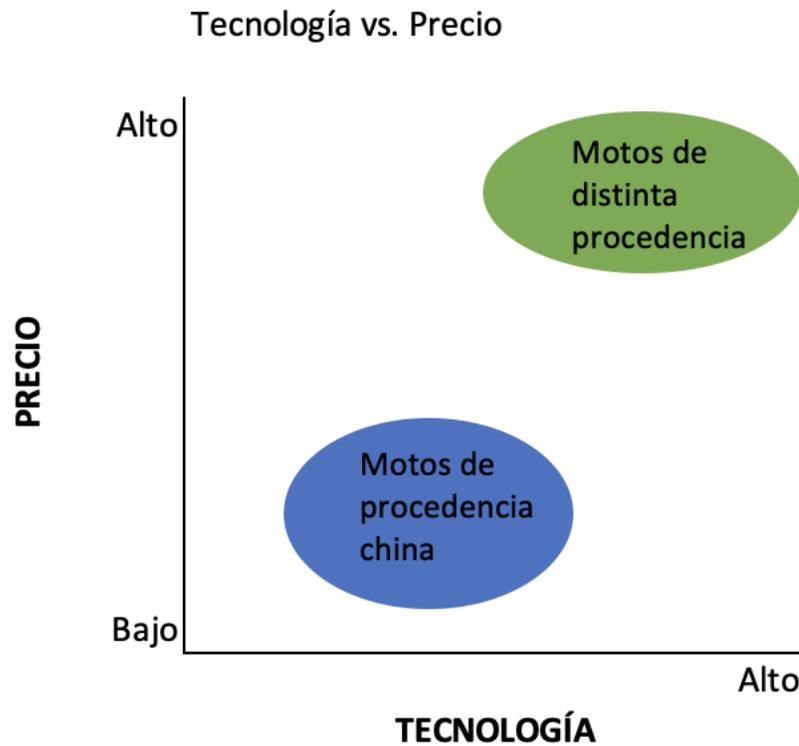


**Elaborado:** el autor

En el caso de comparar las dos variables marca y precio, las motos de distinta procedencia al ser productos reconocidos en el mercado el precio de estos será mayor gracias a su posicionamiento y el poder adquisitivo de estas motocicletas. No obstante, las marcas de procedencia china al no estar posicionadas en el mercado, tienen un precio mucha más bajo.

- **Tecnología vs Precio**

*Figura 24 Tecnología vs Precio*

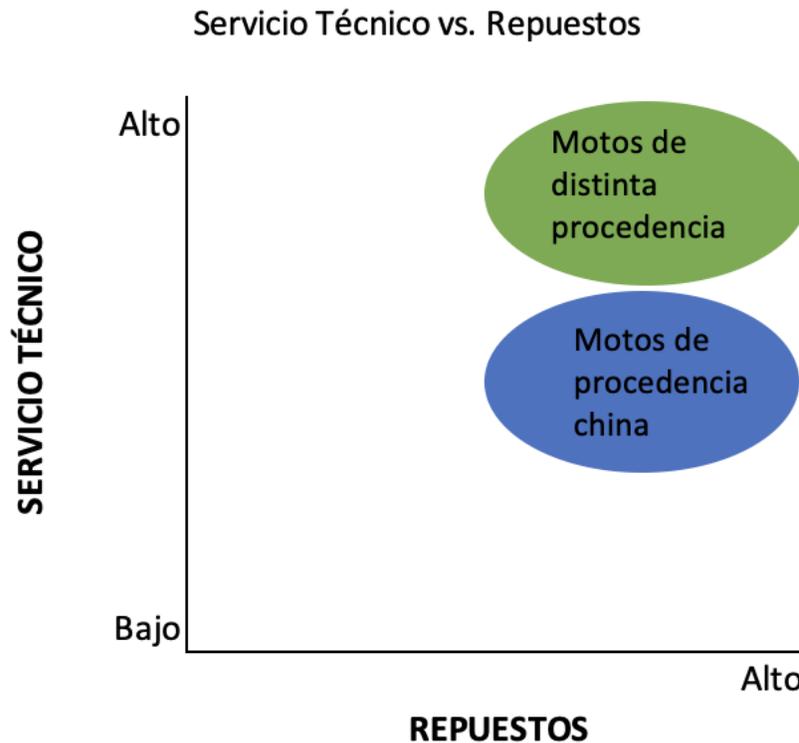


**Elaborado:** el autor

Las motocicletas de procedencia china al no contar con tecnología de punta, tienen un precio menor. Sin embargo, existen marcas chinas que se enfocan en innovar en tecnología. Algunas marcas están compitiendo con las motocicletas reconocidas en el mercado. Sin embargo, las motos de distinta procedencia como: Yamaha, KTM, Honda, entre otras, incluyen en sus motocicletas tecnología de punta las cuales les da un valor agregado; es por esto que, los precios de estas motocicletas son altos.

- **Servicio Técnico vs. repuestos**

*Figura 25 Servicio técnico vs. repuestos*

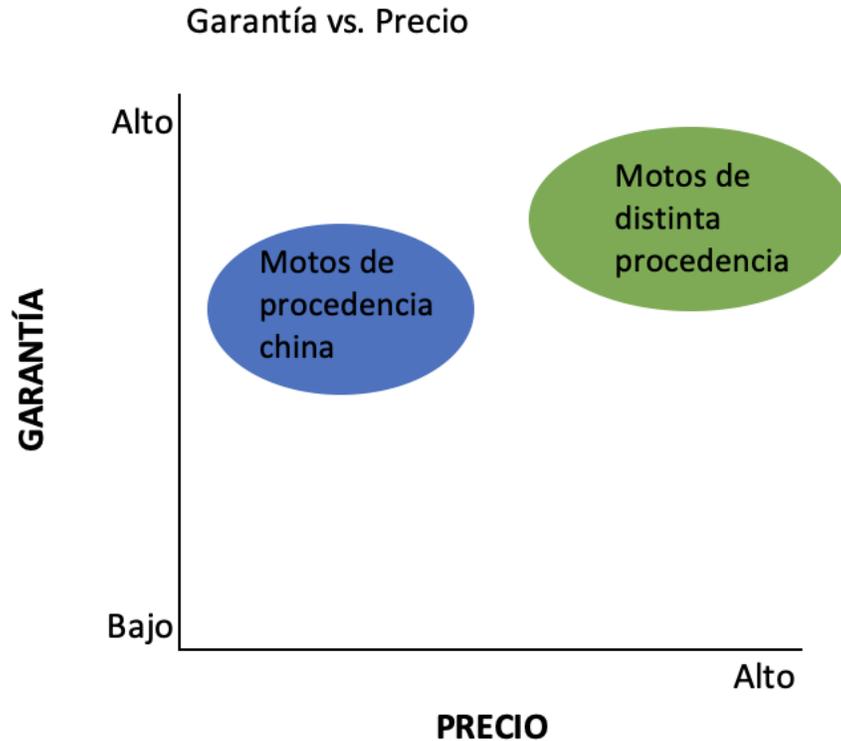


**Elaborado:** el autor

Al comparar estas dos variables, existe una pequeña diferencia. Gracias a las entrevistas a profundidad, se sabe que las motos de procedencia china tienen un stock alto en sus repuestos. Al no ser tan costosos, los repuestos y su servicio técnico no son altos. Mientras que, en las motos de distinta procedencia al tener un mayor poder adquisitivo tienen un stock muy elevado y limitado. Al ser motocicletas de gama alta y con un precio dominante, sus repuestos son caros por la calidad que estos brindan, esto hace que el servicio técnico de estas motos sea alto.

- **Garantía vs Precio**

*Figura 26 Garantía vs Precio*

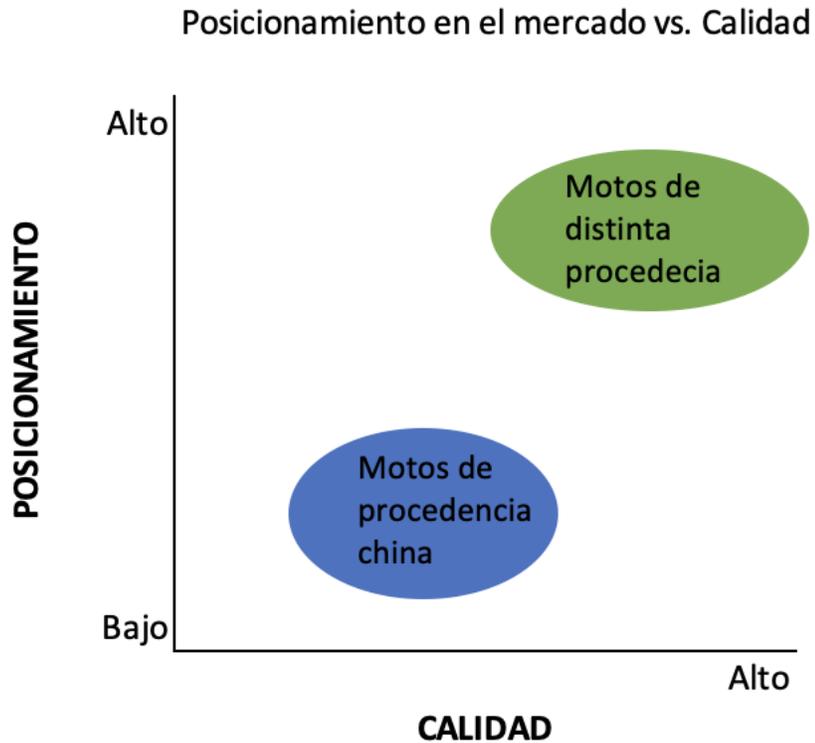


**Elaborado:** el autor

Las motos de distinta procedencia al tener un elevado precio brindan una garantía mucho mayor. No obstante, las empresas de motos de procedencia china con un precio bajo no se quedan atrás. Al no ser muy reconocidas en el mercado tienen que brindar una garantía igual o mayor a las de distinta procedencia para competir dentro del segmento. Como pudimos observar en las entrevistas a profundidad existen marcas chinas que brindan un tiempo de garantía mucho mayor a comparación de marcas reconocidas.

- **Posicionamiento vs Calidad**

*Figura 27 Posicionamiento vs Calidad*



**Elaborado:** el autor

Las motos con mayor calidad en el mercado están mejor posicionadas. Cabe resaltar que los consumidores prefieren motos de buena calidad, es por esto que estas marcas son reconocidas de manera inmediata. No obstante, algunas motos chinas no cuentan con buena calidad, lo que les hace menos llamativas para los consumidores.

### **3.2. Identificación de factores que influyen en la decisión de compra**

Durante la investigación de campo (las entrevistas y encuestas) es importante destacar los factores más importantes que influyeron en la decisión de compra de los consumidores, los factores son los siguientes:

#### **3.2.1 Precio**

El factor más importante para los consumidores de motocicletas de procedencia china es el factor precio con un 33% de respuestas en las encuestas realizadas. Cabe recalcar que los consumidores adquieren estas motocicletas por el precio, pues tienen un precio mucho más bajo que todas las marcas reconocidas en el mercado. La mayoría de los consumidores adquieren estas motocicletas como otra forma de moverse independientemente. Por otro lado, están los consumidores que las compran para su trabajo la mayoría de estos trabajos son de *delivery*, por lo cual necesitan un transporte económico, que sus repuestos, accesorios y mantenimiento tenga un bajo costo.

#### **3.2.2 Tecnología**

El segundo factor más importante elegido por los consumidores es la tecnología. Podemos apreciar que en algunas marcas como son Zontes, Loncin, CF motos han innovado en sus productos. Esta característica destaca para que las motocicletas sean más llamativas para el mercado. Es importante señalar que la tecnología en estas motocicletas ha superado a sus competidores reconocidos en el mercado como es el caso de Honda, Bajaj, entre otras.

### **3.2.3 Calidad**

Por último, el tercer factor más importante para las personas es la calidad. Durante los años que se han comercializado estas marcas, los usuarios han visto las mejoras de la calidad de sus motocicletas. Es por esto que los consumidores empiezan a escoger dichas marcas. Cabe recalcar que la calidad va de la mano con el precio... a mayor precio, mejor calidad. Las marcas de procedencia china están aumentando sus ventas gracias al precio y la calidad triple AAA que tienen sus productos.

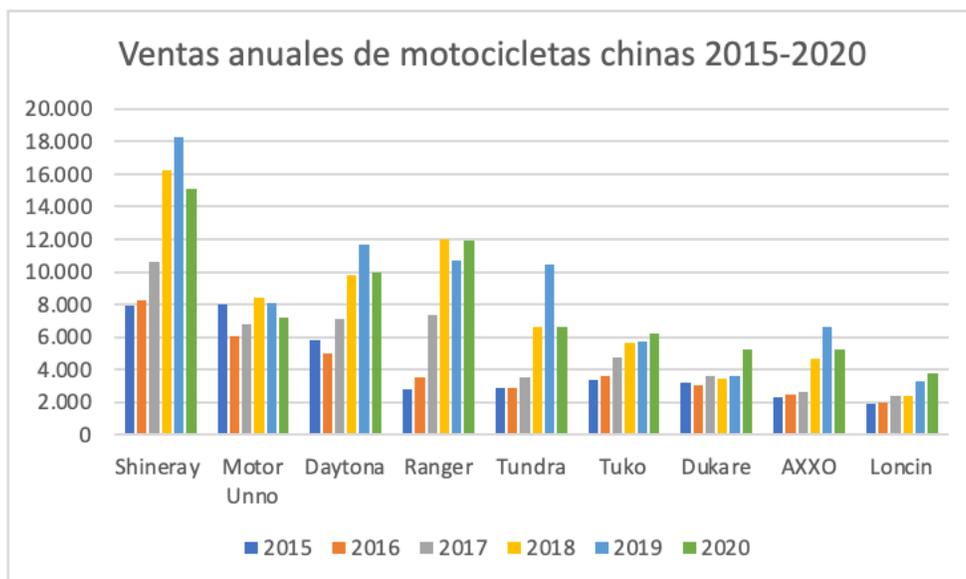
Para concluir, estos tres factores mencionados anteriormente son los más importantes para que los consumidores adquieran estas motocicletas. Han sido los más puntuados en las encuestas y también los más mencionados por parte de los administrativos de cada marca. La finalidad de comercializar estas motos es dar otra opción de movilización a los ciudadanos, ahorrando tiempo en cada viaje. En pocas palabras, estas motocicletas han crecido en sus ventas por todas las características que ofrecen a un precio mucho menor a las marcas japonesas, australianas e indias que se comercializan en el mercado cuencano.

### **3.3. Análisis comparativo sobre el impacto de las marcas chinas versus similares**

En el siguiente análisis se comparará las ventas de las marcas de procedencia china versus marcas de distinta procedencia. Así también, se analizarán varias características importantes de cada una de estas para saber qué diferencias existen.

- **Ventas anuales de motocicletas chinas 2015-2020**

Figura 28 Ventas anuales de motocicletas chinas 2015-2020

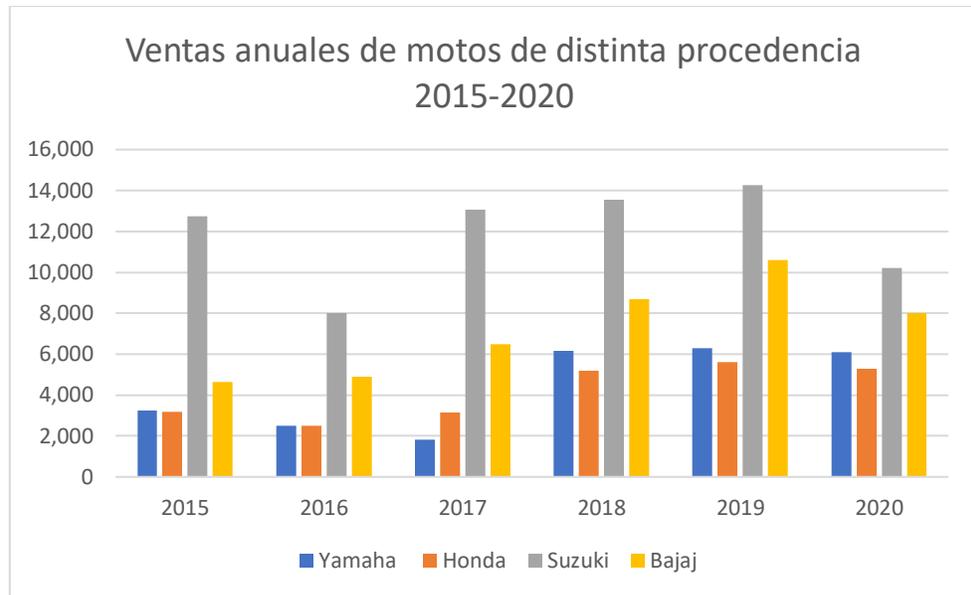


Fuente: Anuario 2020 (AEDEA, 2021)

Como podemos apreciar en la figura 28, el impacto de las marcas chinas durante los últimos años se ha ido incrementando de una gran manera. La marca más vendida en el Ecuador es Shineray, seguido por la marca Ranger y después viene la marca Daytona. Estas tres marcas se consolidan como las tres principales con ventas superiores. Las marcas menos reconocidas y vendidas en nuestro país es Loncin, Dukare, entre otras.

- **Ventas anuales de motos de distinta procedencia 2015-2020**

*Figura 29 Ventas anuales de motos de distinta procedencia 2015-2020*

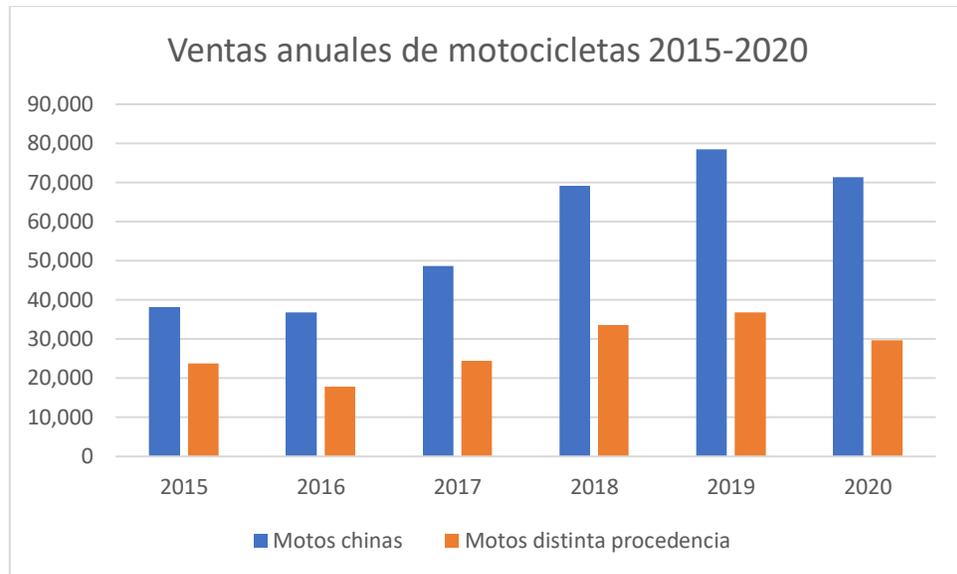


**Fuente:** Anuario 2020 (AEDEA, 2021)

En el siguiente gráfico observamos que la marca Suzuki durante el 2015 es la marca más vendida en el país. Por esta razón, es la marca más reconocida del país. No obstante, la marca Honda es la menos vendida durante estos años. Se ha evidenciado un notable crecimiento en las ventas de esta marca al pasar de los años.

- **Ventas anuales de motocicletas 2015-2020**

*Figura 30 Ventas totales de motocicletas 2015-2020*



Fuente: Anuario 2020 (AEDEA, 2021)

En este gráfico se observa el impacto de las marcas chinas en el Ecuador, tienen unas ventas que han ido aumentando con el pasar del tiempo. A comparación de las motos de diferente procedencia que se ha visto la disminución de sus ventas. A continuación, podemos apreciar la tabla 10, en la cual vemos que las motos chinas superan por mucho a las motos de diferente procedencia. Es necesario aclarar que no se consiguió todas las marcas que existen de diferente procedencia y es por esto que existe una gran diferencia entre estas motos.

*Tabla 10 Ventas anuales de motocicletas 2015-2020*

Ventas anuales de motocicletas 2015-2020						
Marca	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Motos chinas	38.212	36.734	48.673	69.133	78.439	71.293
Motos distinta procedencia	23.823	17.891	24.532	33.595	36.766	29.626

**Análisis comparativo de las marcas chinas vs similares***Tabla 11 Análisis comparativo de las marcas chinas vs similares*

<b>Variables</b>	<b>Marcas procedencia china</b>	<b>Marcas distinta procedencia</b>
<b>Diseño</b>	Dentro de estas dos variables no existe un impacto significativo, puesto que, las marcas chinas tienen una tendencia a "copiar" algunos diseños de marcas reconocidas.	
<b>Calidad</b>	Las marcas chinas ahora en la actualidad tienen una calidad muy buena, por lo que, los consumidores han visto la mejora de esta y han elegido estos productos.	Las marcas de distinta procedencia siempre han sido reconocidas por su calidad en la industria.
<b>Precio</b>	El impacto de estas motos ha ido incrementando durante varios años, porque su precio es bastante llamativo para los consumidores.	Ahora en la actualidad las marcas han disminuido sus ventas, a causa de sus precios elevados.
<b>Tecnología</b>	Durante los últimos años algunas marcas de procedencia china han innovado en tecnología, como es el caso de Zontes, CF motos, entre otras, por esa razón el impacto de estas motos ha ido incrementado, no obstante, existen otras marcas que compiten en esta variable como: Daytona, Shineray, etc.	Se sabe que las motos de distinta procedencia tienen una tecnología muy superior a las de su competencia, por este motivo es que sus precios son elevados.

<p><b>Garantía</b></p>	<p>Gracias a las encuestas a profundidad realizadas a varios administradores de diferentes concesionarios podemos apreciar que en esta variable no existe diferencia, todas las marcas dan el mismo tiempo o similar tiempo de garantía en sus productos.</p>	
<p><b>Accesorios</b></p>	<p>Al ser motocicletas de procedencia china con un precio bajo existe varios accesorios a un precio accesible para los consumidores.</p>	<p>Las motocicletas reconocidas en el segmento al ser de gama media, media alta tiene accesorios muy costosos para sus diferentes motocicletas, lo que hace que no sea llamativos para los consumidores.</p>
<p><b>Post venta</b></p>	<p>Esta variable es desfavorable en las motos chinas, puesto que, al no tener muy buena calidad la gente no confía mucho en estas, es por eso que la reventa de estas motos es muy difícil y sus precios se deprecian mucho más.</p>	<p>Estas motos de distinta procedencia de igual manera se complica la reventa, puesto que, sus precios son elevados y es por esta razón la gente que tiene presupuesto para adquirir una moto de estas marcas, prefiere comprar una motocicleta nueva de procedencia china con las mismas características, pero mucho más seguro por la garantía que brindar los concesionarios.</p>
<p><b>Repuestos</b></p>	<p>Al igual que la variable accesorios, estas motos tienen la mayoría de los repuestos en stock a un precio accesible para sus clientes</p>	<p>Estas motos tienen mucho mayor su inventario de repuestos, pero de igual forma que los accesorios sus precios son muy elevados.</p>

<b>Servicio Técnico</b>	Dentro de esta variable hemos visto que existe varios servicios técnicos especializados de todas las motocicletas en las diferentes ciudades o provincias del país.	
<b>Durabilidad</b>	El impacto de las motos chinas durante estos años ha sido mucho mayor, puesto que varias personas han dado puntos positivos hacia la durabilidad de estas motos.	Se sabe que estas motos al tener una calidad prestigiosa y tener un precio alto su durabilidad es mucho mayor.
<b>Mantenimientos</b>	Al ser motocicletas económicas el costo de sus mantenimientos es bajos, por esta razón los consumidores prefieren estas motocicletas que otros automotores mucho más costosos y con la misma finalidad que es la movilización de las personas.	Estas motocicletas al tener un precio alto y ser de gama media, el costo de mantenimiento es elevado, por este motivo se hace difícil para algunas personas adquirir y mantener estas motos.

**Fuente:** Entrevistas y encuestas elaboradas por el autor

Para finalizar el impacto de las motocicletas de procedencia china es bastante positivo en el mercado cuencano, en general para todo el país, gracias a todas las prestaciones que estas motocicletas dan a cada uno de sus consumidores. Una de las variables o factores principales de estas motocicletas es el precio accesible, por este motivo es que a los consumidores se les hace atractivo este tipo de motocicletas para diferentes usos.

## Capítulo 4. Análisis y discusión de resultados

En el siguiente capítulo presentaremos el análisis y discusión de los resultados obtenidos por la investigación de campo realizada en este período de investigación. Dicho análisis presentara de manera general el impacto que tuvieron las motocicletas de marca china en el mercado cuencano, Por otro lado, destacaremos los factores, variables y/o características fundamentales que tienen estas motocicletas a comparación de otras de distinta procedencia.

Los datos obtenidos de las entrevistas a profundidad realizadas a los administradores y vendedores de los diferentes concesionarios de la ciudad de Cuenca arrojaron datos realmente positivos para todas las marcas de motos chinas, al igual que, las encuestas realizadas a los ciudadanos de Cuenca mayores a 18 años. A través de estos métodos de análisis se logró identificar y determinar las variables o causas que motivaron a los consumidores cuencanos para la compra de motocicletas de procedencia china.

Durante la investigación presenciamos el aumento de las diferentes marcas chinas. En base a los datos se observa que se da por algunos factores esenciales, como el factor precio que es muy bajo y accesible para todo tipo de personas; así también la tecnología que han ido innovando e implementando durante el pasar de los años, como también su calidad que ha ido mejorando poco a poco.

El precio es el factor más importante para todos los consumidores de motocicletas. En la actualidad, varias personas están pasando por una crisis económica y por este motivo el 33% de los encuestados adquiriría una motocicleta de procedencia china por el precio mucho menor que las motocicletas de marcas reconocidas.

La siguiente característica va de la mano con el precio. Algunas de las marcas de motocicletas chinas han innovado en lo que es la tecnología y por ende el precio de estas se han elevado, pero siguen siendo mucho menores a las de marcas reconocidas. La tecnología de la mayoría de las motocicletas chinas son bastantes simples; no obstante, están no se quedan atrás de su competencia, como es el caso de las marcas Zontes y Cf motos que compiten con marcas reconocidas en nuestra ciudad.

Por último, pero no menos importante, el factor calidad, como muchas personas saben la calidad de las motocicletas chinas han ido mejorando durante el pasar de los años. Esto ayudó a las marcas a seguir posicionándose en el mercado y aumentado sus ventas. Algunas motos ya vienen con certificaciones triple A; es decir, con una calidad de ensamblaje de gama alta.

En los resultados obtenidos en la figura 12 los encuestados han elegido dos tipos de motocicletas doble propósito cuenta con el 35,1% y motocicletas utilitarias o más conocidas como motos *naked* cuenta con una participación del 23,9%.

Dentro de los resultados obtenidos en la figura 15 los motivos por los cuales las personas adquieren una motocicleta china son por la movilidad, trabajo y paseo. Los consumidores eligen una movilización independiente y económica que facilite su movilidad como también el ahorro del tiempo. Además, varias motos son compradas para trabajos a domicilio, es muy poca gente que adquiere una motocicleta para deportes.

A través de las encuestas las marcas más reconocidas por los consumidores los cuales si adquiriesen motos chinas son las siguiente: Daytona, Zongshen, Axxo, Factory, Shineray, entre otras. Estas motos son bastante llamativas para los consumidores por las características y factores que ofrecen, las cuales se mencionaron anteriormente.

Dentro de las encuestas logramos apreciar que más de la mitad de los encuestados están completamente seguros en que adquiriría motos de procedencia china, con una participación del 65,5%, mientras que el 34,5% de encuestados no comprarían estas motocicletas.

Para concluir, a través de los resultados obtenidos podemos proyectar que las marcas chinas seguirán aumentando sus ventas en los próximos años. Los cuales empiezan a innovar en tecnología y mejorando cada vez más su calidad dentro de todos sus productos que ofrecen.

## Conclusiones y recomendaciones

Durante varios años las motocicletas chinas han ido incrementado su participación el mercado. Podemos evidenciar en la figura 14 que los encuestados respondieron de manera positiva que si adquirirían motocicletas de procedencia china con un 65,5% de participación. Son resultados positivos, pues las personas tienen conocimiento de las mejoras que han tenido estas marcas a lo largo de este tiempo. Las ventas de las motocicletas chinas han ido aumentando durante varios años. Podemos comparar resultados obtenidos por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) que en el año 2012 se vendieron 100.277 unidades y en el 2020 se vendieron 130.483 motocicletas, es decir, la participación de las ventas aumentó en un 30,12% en los últimos ocho años.

En esta investigación se identificaron las causas o determinantes que influyeron a los consumidores de la ciudad de Cuenca al momento de tomar las decisiones para adquirir motocicletas de procedencia china.

Los datos obtenidos han sido de suma importancia para la investigación. A través de la información generada por los diferentes profesionales de cada una de las concesionarias y la participación de los encuestados han ayudado a determinar cuáles son las ventajas y mejoras que han obtenido las marcas chinas para seguir posicionándose lentamente en el mercado cuencano.

A través de los métodos cualitativos se utilizaron herramientas como las entrevistas a profundidad realizadas a los diferentes administradores y vendedores de los concesionarios. Dentro de estas entrevistas, los profesionales aportaron información valiosa sobre el sector automotor dentro del segmento de las motocicletas, sobre el futuro de las

mismas y hacia donde van dirigidas a lo largo del tiempo. Por otro lado, en el método cuantitativo se utilizaron encuestas dirigidas hacia el mercado cuencano. Estos instrumentos arrojaron los siguientes resultados: las personas de 18 a 25 años de género masculino con un ingreso mensual entre \$1 a \$410 dólares adquirirían una motocicleta de procedencia china. Dentro de este grupo de encuestados, el 60% no tenía motocicleta, mientras que el 40% si tenía motocicleta de diferentes marcas, las más predominantes fueron Yamaha y Daytona, los cuales tenían motos de cilindraje entre 200cc a 400cc y en los tipos de motocicletas las dos más predominantes fueron doble propósito y naked con una participación del 35,1% y 23,9% respectivamente.

Para concluir, las características que predominaron para que las personas adquieran una motocicleta china fueron: precio, tecnología, calidad, diseño, repuestos, accesorios y servicio técnico. Además, los consumidores buscan un servicio post venta de calidad, al igual que la garantía que las marcas ofrecen.

## Bibliografía

Minalla, C. (21 de junio de 2011). *Universidad Ecotec*. Obtenido de Avances Tecnológicos en Ecuador :

[https://www.ecotec.edu.ec/documentacion/investigaciones/estudiantes/trabajos\\_de\\_clases/27213\\_2011\\_PASANTIAS\\_TRECALDE\\_000000803.pdf](https://www.ecotec.edu.ec/documentacion/investigaciones/estudiantes/trabajos_de_clases/27213_2011_PASANTIAS_TRECALDE_000000803.pdf)

INEC. (01 de Noviembre de 2012). *INEC*. Obtenido de Info/Economía Análisis Sectorial:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info7.pdf>

AEADE. (25 de febrero de 2021). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador* .

Obtenido de Sector Automotor en Cifras No. 53: <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2021/03/Sector-Automotor-en-Cifras-No.-53.pdf>

AEADE. (noviembre de 2016). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador* .

Obtenido de Anuario 2015: <http://aeade.net/wp-content/uploads/2016/11/ANUARIO-2015.pdf>

AEADE. (Diciembre de 2018). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador*.

Obtenido de Sector Automotor No. 27: <http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2018/12/boletin%2027%20espanol%20resumido.pdf>

Comercio. (13 de Febrero de 2017). *El Comercio* . Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/actualidad/exportaciones-ecuador-importaciones-balanzacomercial-petroleo.html>

- Solomon, M. (2008). Comportamiento del Consumidor . En M. Solomon, *Comportamiento del Consumidor Séptima Edición* (pág. 7). Mexico: Pearson Educación .
- Paredes, A. (Octubre de 2014). *Repositorio PUCESA*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato :  
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1005/1/75618.pdf>
- Perez, A. (13 de marzo de 2017). *OBS Business School* . Obtenido de Etapas de decisión de compra: <https://www.obsbusiness.school/blog/cuales-son-las-etapas-del-proceso-de-decision-de-compra>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing Octava Edición . En P. Kotler, & G. Armstrong, *Fundamentos de Marketing Octava Edición* (págs. 129-143). Mexico : Pearson Educación .
- Schiffman & Kanuk. (2010). Comportamiento del consumidor Décima edición. En L. S. Lazar, *Comportamiento del consumidor* (pág. 5). Mexico: Pearson Educacion.
- Schiffman, L., & Leslie, K. (2010). Comportamiento del consumidor Décima Edición. En L. Schiffman, & K. Leslie, *Comportamiento del consumidor Décima Edición* (págs. 466-472). México: Pearson Educación.
- Daytona. (2020). *Daytona* . Obtenido de Categoría Deportivas:  
<https://daytona.com.ec/categoria-producto/deportiva/>
- Shineray. (2020). *Shineray*. Obtenido de Nosotros historia:  
<https://shineray.com.ec/nosotros/>
- Vázquez, G. (2020). *Unnomotors-Motor 1* . Obtenido de Historia:  
<https://www.grupovazquez.com.ec/unnomotors-motor-1/>

Zongshen. (2018). *Zongshen* . Obtenido de Categorías :

<https://zongshenecuador.com/modelos/page/2/>

Bikes, A. (2020). *AXXO Bikes*. Obtenido de Categorías motocicletas street:

<http://axxo.com.ec/producto/r51/>

Zontes. (2020). *Zontes* . Obtenido de Motos: <https://www.zontesecuador.com>

Moto, C. (2021). *CF Moto*. Obtenido de Sobre CF moto: <https://cf->

[moto.es/web/?page\\_id=50](https://cf-moto.es/web/?page_id=50)

AEADE. (2018). *Anuario 2018*. Obtenido de Asociación de Empresas Automotrices del

Ecuador: <http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2019/03/Anuario%202018.pdf>

## Anexos

### *Anexo 1 Encuesta final*

#### **Estudio sobre el impacto de las marcas de motocicletas de procedencia china en el sector automotriz de la ciudad de Cuenca**

La siguiente encuesta tiene como objetivo principal conocer el impacto que tuvo el mercado sobre la venta de motocicletas de procedencia china en la ciudad de Cuenca. Por lo tanto, solicito su colaboración para completar la encuesta. De antemano, agradezco su ayuda.

#### **1. Edad**

18 – 25 años \_\_\_\_\_

26 – 35 años \_\_\_\_\_

36 – 45 años \_\_\_\_\_

46 – 55 años \_\_\_\_\_

Más de 55 años \_\_\_\_\_

#### **2. Género**

Masculino \_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

#### **3. ¿Cuál es su ingreso mensual?**

\$ 1 - \$ 410	_____
\$ 411 - \$ 600	_____
\$ 601 - \$ 800	_____
\$ 801 - \$ 1000	_____
Más de \$ 1000	_____

**4. ¿Tiene motocicleta actualmente?**

*Si su respuesta es NO, continúe en la séptima pregunta.*

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

**5. ¿Qué marca es su motocicleta?**

\_\_\_\_\_

**6. ¿Qué cilindraje tiene su motocicleta?**

100cc – 199cc \_\_\_\_

200cc – 400cc \_\_\_\_

401cc – 600cc \_\_\_\_

Más de 601cc \_\_\_\_

**7. ¿Qué tipo de motocicleta prefiere?**

Doble propósito \_\_\_\_

Enduro \_\_\_\_

Deportivas \_\_\_\_

Naked \_\_\_\_

Cross \_\_\_\_

Scooter \_\_\_\_

Otra \_\_\_\_\_

**8. De las siguientes motocicletas de procedencia china ¿Cuál es la marca que usted conoce? Se puede escoger varias opciones**

Daytona \_\_\_\_ Factory \_\_\_\_ Shineray

—

Motor Uno \_\_\_ Ranger \_\_\_ Tundra  
—  
Tuko \_\_\_ Dukare \_\_\_ Axxo  
—  
Loncin \_\_\_ IGM \_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

**9. ¿Usted compraría una motocicleta de procedencia china?**

*Si su respuesta es NO, termina la encuesta.*

Si \_\_\_ No \_\_\_\_\_

**10. ¿Por qué motivo usted compraría una motocicleta?**

*Se puede escoger varias opciones*

Trabajo \_\_\_\_\_

Paseo \_\_\_\_\_

Movilidad \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

**11. ¿Qué marca de motocicleta china usted adquiriría?**

Daytona \_\_\_ Factory \_\_\_ Shineray

—

Motor Uno \_\_\_ Ranger \_\_\_ Tundra

—

Tuko \_\_\_ Dukare \_\_\_ Axxo

—

Loncin \_\_\_ IGM \_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

**12. ¿Cuáles serían las características por la cual usted adquiriría una motocicleta de procedencia china? *Se puede escoger varias opciones***

Durabilidad \_\_\_ Precio \_\_\_ Calidad

—

Diseño \_\_\_ Repuestos \_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

**13. Según su conocimiento ¿Usted cree que en el transcurso del tiempo las motocicletas chinas han mejorado en?**

Tecnología    \_\_\_

Durabilidad    \_\_\_

Calidad    \_\_\_

Diseño    \_\_\_

Otro    \_\_\_\_\_

**14. De acuerdo con la marca que usted tiene, califique las siguientes características según la escala del 1 al 5: siendo 1 (Muy Malo) y 5 (Muy Bueno)**

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Tecnología					
Durabilidad					
Diseño					
Calidad					

**15. De acuerdo con la marca que usted tiene, califique su experiencia del servicio de las marcas. Según la escala del 1 al 5: siendo 1 (Muy Malo) y 5 (Muy Bueno)**

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Garantía					
Repuestos					
Servicio Técnico					
Accesorios					
Post venta					

*Gracias por su tiempo.*

## Carta de solicitudes para las entrevistas a profundidad

Anexo 2 Carta de solicitud a la empresa ECUADMOTORS

Cuenca, 03 de junio de 2021

Sr.(es). ECUADMOTORS  
Atención: Ing. Pablo Alvarado  
Ciudad.

Reciba un cordial saludo de Nicolás Bermeo Andrade, estudiante de la carrera de Administración de empresas de la Universidad del Azuay. Por medio de la presente, solicito a usted, sírvase participar de una entrevista a profundidad sobre la temática: "El impacto de las marcas chinas en la venta de motocicletas "naked" de cilindraje 200cc a 400cc en el sector automotriz de cuenca entre 2015-2020", misma que es parte de mi trabajo de titulación previa a la obtención de mi título de tercer nivel. El trabajo de titulación es dirigido por el docente, Ing. Xavier Ortega, MBA.

La entrevista será desarrollada de manera presencial o virtual, dependiendo de su preferencia y comodidad. Además, es importante indicarle, que la información obtenida en la entrevista será únicamente usada con fines académicos y de análisis dentro del trabajo de titulación antes mencionado. De así requerirlo, el trabajo final será compartido con Usted.

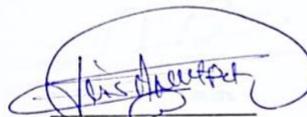
Agradezco de manera anticipada su participación y apoyo. En caso de tener preguntas o consultas sobre el trabajo de titulación o entrevista, los datos de contacto son:

- Correo electrónico: [nicoberan01@es.uazuay.edu.ec](mailto:nicoberan01@es.uazuay.edu.ec)
- Celular: 0998962321

Atentamente:



Nicolás Bermeo Andrade.  
Autor.



Ing. Pablo Alvarado  
Gerente General.

*Anexo 3 Carta de solicitud a la empresa Motos y Motos*

Cuenca, 03 de junio de 2021

Sr.(es). MOTOS Y MOTOS  
Atención: Sr. José Daniel Duran.  
Ciudad.

Reciba un cordial saludo de Nicolás Bermeo Andrade, estudiante de la carrera de Administración de empresas de la Universidad del Azuay. Por medio de la presente, solicito a usted, sirvase participar de una entrevista a profundidad sobre la temática: "El impacto de las marcas chinas en la venta de motocicletas "naked" de cilindraje 200cc a 400cc en el sector automotriz de cuenca entre 2015-2020", misma que es parte de mi trabajo de titulación previa a la obtención de mi título de tercer nivel. El trabajo de titulación es dirigido por el docente, Ing. Xavier Ortega, MBA.

La entrevista será desarrollada de manera presencial o virtual, dependiendo de su preferencia y comodidad. Además, es importante indicarle, que la información obtenida en la entrevista será únicamente usada con fines académicos y de análisis dentro del trabajo de titulación antes mencionado. De así requerirlo, el trabajo final será compartido con Usted.

Agradezco de manera anticipada su participación y apoyo. En caso de tener preguntas o consultas sobre el trabajo de titulación o entrevista, los datos de contacto son:

- Correo electrónico: [nicoberan01@es.uazuay.edu.ec](mailto:nicoberan01@es.uazuay.edu.ec)
- Celular: 0998962321

Atentamente:

  
Nicolás Bermeo Andrade.  
Autor.

  
Sr. José Daniel Duran.  
Vendedor.

*Anexo 4 Carta de solicitud a la empresa POLARIS CUENCA*

Cuenca, 03 de junio de 2021

Sr.(es). POLARIS CUENCA  
Atención: Sr. Christian Escandón  
Ciudad.

Reciba un cordial saludo de Nicolás Bermeo Andrade, estudiante de la carrera de Administración de empresas de la Universidad del Azuay. Por medio de la presente, solicito a usted, sírvase participar de una entrevista a profundidad sobre la temática: “El impacto de las marcas chinas en la venta de motocicletas “naked” de cilindraje 200cc a 400cc en el sector automotriz de cuenca entre 2015-2020”, misma que es parte de mi trabajo de titulación previa a la obtención de mi título de tercer nivel. El trabajo de titulación es dirigido por el docente, Ing. Xavier Ortega, MBA.

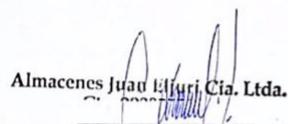
La entrevista será desarrollada de manera presencial o virtual, dependiendo de su preferencia y comodidad. Además, es importante indicarle, que la información obtenida en la entrevista será únicamente usada con fines académicos y de análisis dentro del trabajo de titulación antes mencionado. De así requerirlo, el trabajo final será compartido con Usted.

Agradezco de manera anticipada su participación y apoyo. En caso de tener preguntas o consultas sobre el trabajo de titulación o entrevista, los datos de contacto son:

- Correo electrónico: [nicoberan01@es.uazuay.edu.ec](mailto:nicoberan01@es.uazuay.edu.ec)
- Celular: 0998962321

Atentamente:

  
Nicolás Bermeo Andrade.  
Autor.

  
Almacenes Juan L. Luján Cia. Ltda.  
Sr. Christian Escandón.  
Administrador

Anexo 5 Carta de solicitud a la empresa MOTDIS

Cuenca, 03 de junio de 2021

Sr.(es). MOTDIS

Atención: Ing. David Aguirre, Mst.

Ciudad.

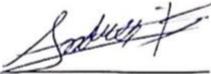
Reciba un cordial saludo de Nicolás Bermeo Andrade, estudiante de la carrera de Administración de empresas de la Universidad del Azuay. Por medio de la presente, solicito a usted, sírvase participar de una entrevista a profundidad sobre la temática: "El impacto de las marcas chinas en la venta de motocicletas "naked" de cilindraje 200cc a 400cc en el sector automotriz de cuenca entre 2015-2020", misma que es parte de mi trabajo de titulación previa a la obtención de mi título de tercer nivel. El trabajo de titulación es dirigido por el docente, Ing. Xavier Ortega, MBA.

La entrevista será desarrollada de manera presencial o virtual, dependiendo de su preferencia y comodidad. Además, es importante indicarle, que la información obtenida en la entrevista será únicamente usada con fines académicos y de análisis dentro del trabajo de titulación antes mencionado. De así requerirlo, el trabajo final será compartido con Usted.

Agradezco de manera anticipada su participación y apoyo. En caso de tener preguntas o consultas sobre el trabajo de titulación o entrevista, los datos de contacto son:

- Correo electrónico: [nicoberan01@es.uazuay.edu.ec](mailto:nicoberan01@es.uazuay.edu.ec)
- Celular: 0998962321

Atentamente:

  
Nicolás Bermeo Andrade.  
Autor.

  
Ing. David Aguirre, Mst.  
Jefe de Marca.

*Anexo 6 Entrevista a profundidad #1*

Datos de la empresa MOTDIS

Empresa: MOTDIS

Lugar: Av. Fray Vicente Solano, Cuenca

Persona entrevistada: Ing. David Aguirre

Cargo en la empresa: jefe de marca

Marcas que distribuye: CF motos, Axxo y Hero

Tiempo que labora: Mes y medio

Duración de la entrevista: 14 minutos y 6 segundos

*Anexo 7 Entrevista a profundidad #2*

Datos de la empresa ECUADMOTORS

Empresa: ECUADMOTORS

Lugar: Av. Doce de Octubre, Cuenca.

Persona entrevistada: Ing. Pablo Alvarado

Cargo en la empresa: Gerente General

Marcas que distribuye: Zongshen

Tiempo que labora: Un año y medio

Duración de la entrevista: 7 minutos y 28 segundos

*Anexo 8 Entrevista a profundidad #3*

Datos de la empresa Motos y Motos

Empresa: Motos y Motos

Lugar: Unidad nacional 78, Cuenca.

Persona entrevistada: Sr. José Daniel Duran

Cargo en la empresa: Vendedor

Marcas que distribuye: Loncin, Daytona, Axxo

Tiempo que labora: 6 meses

Duración de la entrevista: 8 minutos y 35 segundos

*Anexo 9 Entrevista a profundidad #4*

Datos de la empresa Polaris Cuenca

Empresa: Polaris Cuenca

Lugar: C. Gran Colombia 23-145, Cuenca.

Persona entrevistada: Sr. Christian Escandón

Cargo en la empresa: Administrador

Marcas que distribuye: Zontes, Polaris

Tiempo que labora: 4 años

Duración de la entrevista: 9 minutos y 18 segundos