



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING**

TEMA:

**Análisis del comportamiento de compra de marcas de
vehículos chinos en la ciudad de Quito**

AUTOR:

Prado Díaz, José Antonio

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del grado de Ingeniería en Marketing.**

REVISORA

Carrasco Corral, Priscila Yesenia, Econ.

**Guayaquil, Ecuador
2 de septiembre del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Prado Díaz, José Antonio**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**.

REVISORA

f. _____

Carrasco Corral, Priscila Yesenia, Econ.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Gutiérrez Candela, Glenda Mariana, Econ.

Guayaquil, 2 de septiembre del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Prado Díaz, José Antonio**

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo: **Análisis del comportamiento de compra de marcas de vehículos chinos en la ciudad de Quito**, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 2 de septiembre del 2019

EL AUTOR

f. _____
Prado Díaz, José Antonio



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, **Prado Díaz, José Antonio**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo: Análisis del comportamiento de compra de marcas de vehículos chinos en la ciudad de Quito**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 2 de septiembre del 2019

EL AUTOR:

f. _____

Prado Díaz, José Antonio

ORKUNDO PRUEBA LA NUEVA BETA DE ORKUNDO

Documento: [JOSÉ PRADO ANTONIO DE COMERCIO INTERNO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE VENEZUELA EN LA CIUDAD DE Toluca.docx](#)
(34715946)

Presentado: 2023-05-25 21:17:05:00

Presentado por: yoan.ferrero@orkund.com

Recibido: yoan.ferrero@orkund.com

Mensaje: JOSÉ PRADO - ENGATE [Ver el mensaje completo](#)
 de estos 20 sigilos, se compraron de esta presente en Toluca.

Lista de fuentes	Bloques
	Categoría Entero/número de archivos
01	00 https://www.orkund.com/usuarios/2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com-2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com.pdf
02	00 https://www.orkund.com/usuarios/2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com-2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com.pdf
03	00 https://www.orkund.com/usuarios/2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com-2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com.pdf
04	00 https://www.orkund.com/usuarios/2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com-2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com.pdf
05	00 https://www.orkund.com/usuarios/2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com-2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com.pdf
06	00 https://www.orkund.com/usuarios/2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com-2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com.pdf
07	00 https://www.orkund.com/usuarios/2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com-2023-05-25-21-17-05-00-orkund-com.pdf

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE MARKETING

TEMA: ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE MARCA DE VEHÍCULO CHINOS EN LA CIUDAD DE QUITO

AUTOR: Yoan Díaz, José Antonio Compañero práctico del examen completo previo a la obtención del grado de INGENIERO EN MARKETING

REVISOR: Elean, Priscilla Campaña Corral, Mg.

Quito, Ecuador 2023

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE MARKETING

CERTIFICACION

Certificamos que el presente documento es el resultado del examen completo previo a la obtención del grado de INGENIERO EN MARKETING

REVISOR

_____, Elean Priscilla Campaña Corral, Mg.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Econ. Priscila Yesenia Carrasco Corral, Mgs.

REVISORA

f. _____

Econ. Glenda Gutiérrez Candela, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ing. Jaime Moises Samaniego Lopez, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Agradecimientos

Agradezco a mis padres por siempre
guiarme en toda mi etapa
universitaria, a mi esposa por su
apoyo incondicional y compañía en
las largas jornadas de estudio y a mi
alma mater por darme el orgullo de
formarme en esta prestigiosa
institución.

Dedicatoria

A mi padre celestial por darme la
sabiduría y el entusiasmo necesario
para poner en práctica los
conocimientos adquiridos en mi
etapa universitaria y así poder
desarrollar el presente ensayo.

ÍNDICE

Introducción.....	2
Problemática	3
Objetivos.....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos	8
Marco Teórico	8
Definición de marca.....	8
Posicionamiento de marca	9
Comportamiento del consumidor.....	9
Proceso de compra	11
Análisis Estratégico Situacional	12
PESTA	12
Factor Político	12
Factor Económico	14
Factor Social.....	17
Factor Tecnológico.....	17
Factor Ambiental.....	19
Fuerzas de Porter	22
La rivalidad entre competidores del mismo sector (ALTA)	22
La amenaza de competidores nuevos en el sistema (ALTA).....	22

La amenaza de la llegada de productos sustitutivos al mercado. (BAJA)	23
El poder de negociación de los proveedores (MEDIO)	24
El poder de negociación de los clientes (ALTA)	25
Análisis de las estrategias de marketing	26
Conclusiones.....	44
Referencias	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Total de vehículos vendidos en el país durante los años 2013 y 2018.....	3
Figura 2. Participación de ventas de vehículos por provincia durante el año 2018	4
Figura 3. Porcentaje de participación de vehículos importados por país de origen durante el año 2018.....	7
Figura 4: Evolución del empleo a nivel nacional	16
Figura 5. Vehículos matriculados a nivel nacional durante el periodo 2008 – 2017	26
Figura 6. Participación en ventas de los segmentos de vehículos en la provincia de Pichincha, año 2018.....	27
Figura 7. Venta de vehículos Great Wall por segmento en la provincia de pichincha, año 2018	28
Figura 8. Venta de vehículos Chery por segmento en la provincia de pichincha, año 2018	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Ventas anuales en unidades de vehículos y porcentaje de participación en las principales provincias del Ecuador durante el año 2018</i>	4
Tabla 2. <i>Ventas en unidades de vehículos por segmento y porcentaje de participación en la provincia de Pichincha durante el año 2018</i>	5
Tabla 3. <i>Ventas anuales en unidades de vehículos a nivel nacional por marca durante el año 2018</i>	5
Tabla 4. <i>Marcas más comercializadas en la provincia de Pichincha</i>	6
Tabla 5. <i>Inventario de emisiones de CO2 en el Distrito Metropolitano de Quito</i>	20
Tabla 6. <i>Análisis PESTA</i>	21
Tabla 7. <i>Ensambladoras y sus proveedores nacionales de autopartes CKD</i>	24
Tabla 8. <i>Ventas en unidades de los segmentos de vehículos en la provincia de Pichincha, año 2018</i>	27
Tabla 9. <i>Modelos de marcas chinas más vendidos dentro de los principales segmentos en la provincia de Pichincha, año 2018</i>	28
Tabla 10. <i>Modelo M4 Confort del segmento SUV de la marca Great Wall</i>	30
Tabla 11. <i>Modelo Voleex C30 Confort del segmento automóviles de la marca Great Wall</i>	33
Tabla 12. <i>Modelo New Tiggo 2 Confort del segmento SUV de la marca Chery</i>	36
Tabla 13. <i>Modelo Q5 Luxury del segmento Automóviles de la marca Chery</i>	39
Tabla 14. <i>Comparación entre modelos de automóviles de las marcas Great Wall y Chevrolet</i>	40
Tabla 15. <i>Comparación entre modelos de SUV de las marcas Great Wall y Chevrolet</i>	41
Tabla 16. <i>Comparación entre modelos de SUV de las marcas Chery y Chevrolet</i>	41
Tabla 17. <i>Comparación entre modelos de automóviles de las marcas Chery y Chevrolet</i>	42

RESUMEN

El presente ensayo se basa en realizar un análisis sobre el comportamiento de compra relacionado a las marcas de vehículos chinos en la ciudad de Quito. El mercado automotor en el país ha registrado un incremento en las ventas en los últimos años producto de medidas arancelarias que incentivaron la importación de vehículos chinos, coreanos y europeos y a su vez suprimieron la producción nacional. Las marcas chinas encabezadas por Great Wall y Chery han registrado un incremento en sus ventas a tal punto que la aceptación que han tenido en el mercado produjo que otras marcas de origen chino decidan ingresar con sus marcas al mercado ecuatoriano. Entre las preferencias de los quiteños se encuentran los automóviles y los SUV que registran una participación en ventas del 43% y 36% respectivamente. Por otra parte, prefieren adquirir vehículos de fabricación extranjera puesto que solo en el año 2018 se han importado 101.416 unidades de las cuales 100.797 fueron vendidas. Además los quiteños prefieren los vehículos provenientes de China, ya que gran parte de las importaciones de vehículos en el último año, provienen de ese país.

Palabras Claves: (Pichincha, marcas, comportamiento, compra, ventas, vehículos, chinos, mercado)

Introducción

En los últimos años “China ha experimentado un gran crecimiento económico, logrando convertirse en una potencia a nivel económico, financiero y comercial, superando incluso a la economía estadounidense, que por un largo periodo dominó en solitario el entorno a nivel mundial (Fuentes, 2014)” (Vergara, 2014)

Zambrano (2018) en su artículo periodístico sostiene que:

China tiene el control del 14,8% de la economía mundial, y a través de esta gran participación, busca liderar el sector automotriz, enfocándose en la innovación y calidad tecnológica de su amplia gama de vehículos y principalmente en la producción autónoma de carros híbridos y eléctricos. Además, indica que la inversión china en la industria automovilística a nivel mundial, ha ido creciendo de forma acelerada en los últimos años, considerando que en el año 2000, China ocupaba tan solo el 1% de ventas globales de nuevos vehículos, mientras que en el 2017 ascendió al 30%, vendiendo alrededor de 28,9 millones de autos nuevos, lo cual le ha permitido tener casi el mismo nivel de Estados Unidos y Europa juntos.

La búsqueda del liderazgo en el sector automotriz a nivel mundial, influyó para que las automotrices chinas inviertan en la producción, desarrollo e innovación de vehículos eléctricos y autónomos convirtiéndolas en empresas altamente tecnológicas, adaptando nuevos dispositivos, diferentes formas de conducción e incluso nuevos artículos de entretenimiento y seguridad para sus automóviles, llegando a ser una ventaja competitiva para el gigante asiático. En el mercado de América Latina estos factores

han predominado en los usuarios, permitiendo a las automotrices chinas posicionarse como una alternativa de movilidad (Zambrano, 2018).

Problemática

El sector automotor en el país ha crecido en los últimos años. Durante el 2018 se vendieron 137.615 unidades a nivel nacional y registró un crecimiento del 31% en comparación al 2017.



Figura 1. Total de vehículos vendidos en el país durante los años 2013 y 2018.
Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

Este crecimiento se dio a partir de la eliminación de restricciones como el establecimiento de cupos de importación y salvaguardias establecidas por el Gobierno anterior, las cuales limitaban la comercialización de vehículos nuevos en el país. Además el apoyo de las instituciones financieras por medio de los créditos que otorgan para la adquisición de los vehículos contribuyó a satisfacer la demanda represada en años anteriores.

En la provincia de Pichincha durante el año 2018 se registraron ventas de 52.894 unidades de vehículos, tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1

Ventas anuales en unidades de vehículos y porcentaje de participación en las principales provincias del Ecuador durante el año 2018

Provincia	Unidades	Porcentaje de participación
Pichincha	52.894	38%
Guayas	38.016	28%
Azuay	9.905	7%
Tungurahua	9.436	7%
Manabí	5.667	4%
Otras provincias	21.697	16%
Total	137.615	100%

Nota Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

Las unidades vendidas en la provincia de Pichincha representaron un 38% en las ventas dentro del sector automotriz a nivel nacional, siendo la provincia que más unidades vendió en el país durante ese periodo.

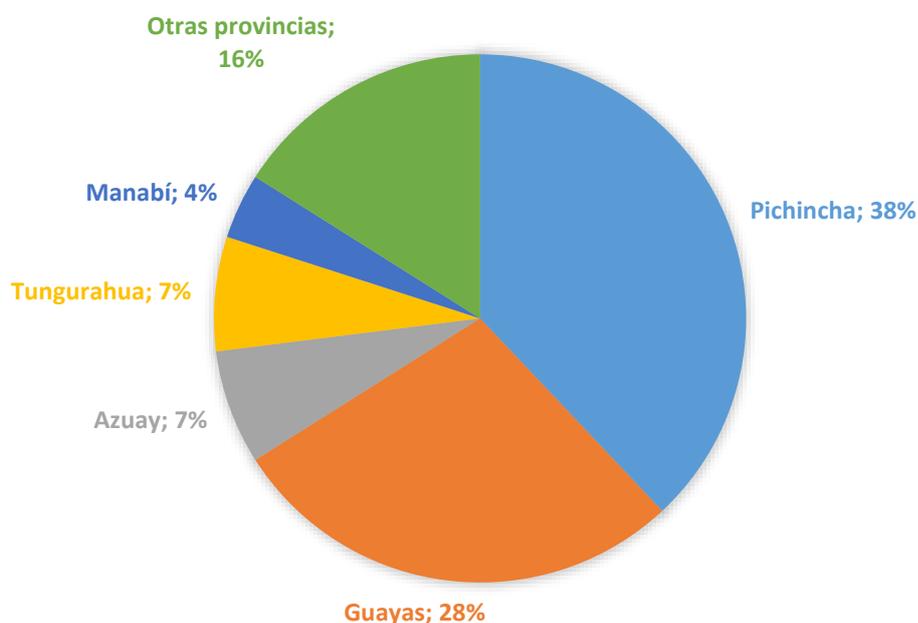


Figura 2. Participación de ventas de vehículos por provincia durante el año 2018
Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

Por otra parte el tipo de vehículo más vendido son los automóviles con 22.578 unidades vendidas y un porcentaje de participación del 43% liderando el mercado

como el segmento de vehículo más comercializado en la provincia durante el 2018, seguido por los SUV y las camionetas con un porcentaje de participación del 36% y 12% respectivamente.

Tabla 2

Ventas en unidades de vehículos por segmento y porcentaje de participación en la provincia de Pichincha durante el año 2018

Segmento	Unidades	Porcentaje de participación
Automóviles	22.578	43%
SUV	18.972	36%
Camionetas	6.582	12%
Camiones	2.603	5%
Van	1.604	3%
Buses	555	1%

Nota Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

Según la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), durante el año 2018 se han vendido 137.615 vehículos de todas las marcas. En este informe, la marca china mejor ubicada es Great Wall en el cuarto lugar en ventas con 8.380 unidades detrás de Chevrolet (45.605), Kia (23.141) y Hyundai (13.568). En el top 10 de ventas también están: Chery (3.330) y JAC (3.075), tal como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3

Ventas anuales en unidades de vehículos a nivel nacional por marca durante el año 2018

Marca	Unidades
Chevrolet	45.605
Kia	23.141
Hyundai	13.568
Great Wall	8.380
Toyota	7.947
Nissan	4.969
Hino	4.154
Chery	3.330
Ford	3.175
JAC	3.075

Nota Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

En la provincia de Pichincha, la marca Chevrolet es la que goza de una mayor aceptación por parte del mercado y se refleja en las 17.629 unidades que se vendieron durante el 2018. Por otra parte Great Wall se ubica en la quinta posición con 2.931

unidades vendidas convirtiéndose en la marca china más representativa del país asiático dentro del mercado ecuatoriano tal como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4

Marcas más comercializadas en la provincia de Pichincha

Marca	Unidades
Chevrolet	17.629
Kia	8.941
Hyundai	4.744
Toyota	3.282
Great Wall	2.931
Nissan	2.463
Hino	1.210
Ford	1.102
Chery	944
JAC	712

Nota Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

Las marcas que continúan liderando la venta de vehículos en el país son: Chevrolet (33%), Kia (17%) y Hyundai (10%), pero marcas chinas como Great Wall (6%) y Chery (2%) han mantenido un crecimiento constante en los últimos años.

China se ha convertido en el segundo mercado de origen que más ha crecido en los últimos dos años en el Ecuador (González, 2019).

Los automóviles de origen chino dominaron la importación de vehículos en el país, registrando compras de USD 15,8 millones, consolidándose con el 19,2% de participación de las compras al exterior, desplazando a Corea del Sur, que había ocupado el primer lugar desde enero hasta diciembre del 2018 (Yáñez y González, 2019).

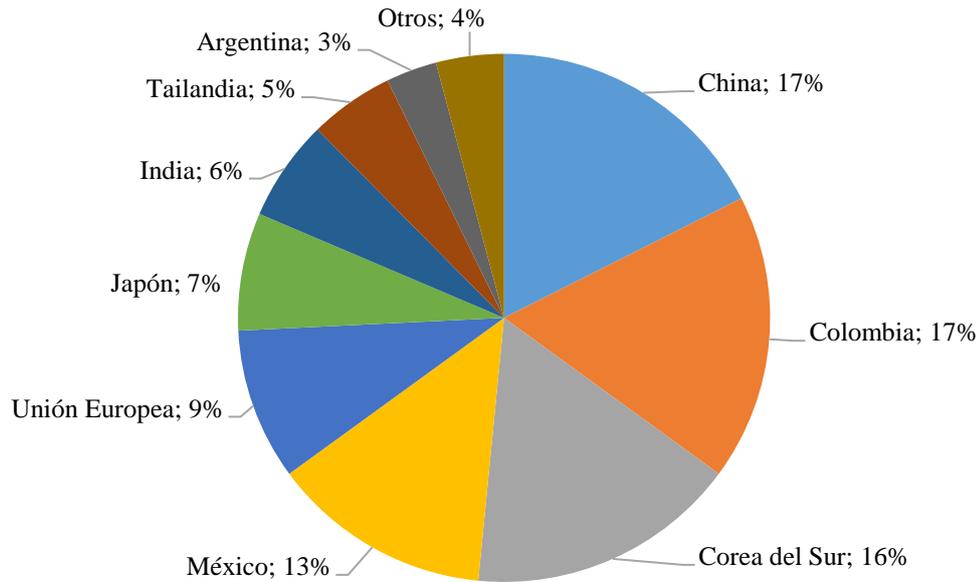


Figura 3. Porcentaje de participación de vehículos importados por país de origen durante el año 2018
Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

En total, al mercado ingresaron 15 marcas nuevas, de las cuales 11 son de China. Entre ellas se encuentran Soueast, Shineray, Landwind, Dayang, Baic, Domy y otras (Diario El Comercio, 2019).

González y Pacheco (2019) afirman que:

Los autos de origen chino fueron los que más crecieron en participación en ventas en los últimos dos años en Ecuador, ocupando el tercer lugar del mercado. En el 2018 se vendieron en el país 18.635 unidades de origen chino. Con ello, los vehículos del país asiático lograron una participación del 13,5%, un crecimiento de 8,3 puntos porcentuales en relación con el 2016.

Dentro del parque automotor ecuatoriano existe presencia de diversas marcas chinas que se han abierto paso en este sector competitivo. Por tal motivo se busca

esclarecer los factores que inciden en la ciudad de Quito en el comportamiento de compra al momento de elegir una marca china de automóvil.

Objetivos

Objetivo General

Analizar el comportamiento de compra de marcas de vehículos chinos en la ciudad de Quito.

Objetivos Específicos

- Realizar un levantamiento de información para desarrollar un marco teórico sobre las teorías de comportamiento del consumidor.
- Realizar un análisis estratégico situacional sobre el entorno en el que se desarrolla el sector automotriz en Ecuador.
- Analizar las estrategias de marketing que utilizan las empresas que comercializan vehículos chinos en el Ecuador.

Marco Teórico

En este capítulo se expondrán los conceptos más relevantes para la comprensión del tema en el que se basa el presente ensayo. Así mismo se presentarán algunas teorías conceptuales de diversos autores que permitirán una lectura clara y entendible sobre el objeto a analizar.

Definición de marca

Para Carlos J. Campo (2016) “Una marca es una denominación, el símbolo que permite referirse a un producto o servicio concreto de manera que lo diferencia de los demás”. Partiendo de esta definición nos podemos adentrar aún más mencionando que las marcas no sólo deben buscar diferenciarse por medio de las características, modelo o precio en el caso del sector

automotor, sino que deben buscar destacar entre sus competidores mediante una promesa de valor.

Así lo describe Cassanoves Boix (2017) en su definición de marca: “Una marca es una promesa que la compañía hace al consumidor, en relación con lo que el producto o servicio de la empresa le va a proporcionar”. Esa promesa de valor se va construyendo por medio de la creación de una identidad de marca compuesta por un conjunto de valores o elementos que la empresa desee posicionar en la mente del comprador, por medio de un mensaje claro y conciso.

Posicionamiento de marca

El posicionamiento es un concepto ligado a los procesos de creación y gestión de valor de marca y es definida como la posición que ocupa la marca en la mente del consumidor. Esta posición dentro de la mente del consumidor no sólo se concentra en las fortalezas de la marca sino también en sus debilidades, no sólo de la propia marca, también la de sus competidores. Por lo tanto la marca alcanza su significado para el consumidor en función de la posición que le otorga frente a marcas competidoras (Llopis Sancho, 2015).

Para Silva, Ortíz, Juliao y González (2014) el posicionamiento es una “asociación entre factores que permiten distinguir una marca o producto del resto”. Además mencionan que para construir un posicionamiento se lo realiza generando campañas de comunicación en diferentes niveles pero sustentado con las experiencias que tengan los clientes con la marca.

Comportamiento del consumidor

Según la definición de Marín Martínez (2016) “El comportamiento del consumidor consiste en un conjunto de actividades que lleva a cabo una persona desde que reconoce una necesidad hasta que la satisface mediante la adquisición de un bien y su uso” (p.2).

Además, Quintanilla Pardo, Berenguer Contrí, y Gómez Borja (2014) mencionan que:

El comportamiento del consumidor es el conjunto de actividades que realizan las personas cuando seleccionan, compran, evalúan y utilizan bienes y servicios, con el objeto de satisfacer sus deseos y necesidades, actividades en las que están implicados procesos mentales y emocionales, así como acciones físicas.

Ponce Díaz, Besanilla Hernández y Rodríguez Ibarra (2014) definen al comportamiento del consumidor como “el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que satisfarán sus necesidades”. Además mencionan que el comportamiento del consumidor se enfoca en la forma en que los individuos toman decisiones para adquirir algún producto en base a factores que influyen en su decisión; estos factores son culturales, sociales, personales y psicológicos. Los factores culturales son aquellos en los que el ser humano se desarrolla, es el conjunto de valores, percepciones, deseos y comportamientos aprendidos por parte de una sociedad, a partir de la familia y otras instituciones importantes. La clase social a la que el individuo pertenece es también un factor muy importante sobre sus comportamientos que se ven afectados por la familia o grupos a los que pertenece. Los factores personales hacen referencia a las características personales que posee cada individuo como consumidor, aspectos como la edad, estilo de vida, profesión o situación económica que son indispensables a la hora de tomar una decisión de compra. Los principales factores psicológicos son la motivación, percepción, el aprendizaje, las creencias y actitudes, que en cierta forma son de mucha importancia en el comportamiento del consumidor porque de esto depende la respuesta que el consumidor da ante dicha situación. Las decisiones de compra que tomamos afectan en gran medida la demanda de productos y servicios que consumimos.

Proceso de compra

La compra de un producto o servicio es el resultado de un proceso que depende del carácter y la forma de ser de cada comprador, de su posición económica y del producto que vaya a adquirir. (Escudero Serrano, 2016, p.41)

El proceso de decisión de compra empieza cuando el consumidor reconoce el problema que tiene; lo cual se da cuando percibe una diferencia entre lo ideal y su estado actual. La consecuencia lógica de la toma de conciencia de una situación que requiere una solución viene dada por la motivación del individuo que lo conduce a obtener un fin, un resultado satisfactorio. A continuación se desarrolla en la persona una intención de compra como forma de solución, llevando al consumidor a que realice una búsqueda interna de información a partir de sus conocimientos y experiencias. Si resulta insuficiente, el individuo procederá a realizar una búsqueda externa consultando diversas fuentes de información que se encuentren a su alcance. Esta búsqueda de información será más completa según la importancia de la situación y cuanto menor conocimiento tenga el individuo. La información obtenida será evaluada en función a los criterios correspondientes al producto que se piensa adquirir. La identificación de una potencial opción que solucione el problema, llevará a la elección de una determinada marca producto del deseo que surge como consecuencia de la motivación, y por último al acto de compra. Una vez realizada la compra, el individuo evalúa los resultados y si la marca adquirida responde a las expectativas y beneficios esperados de su consumo o uso. Finalmente la evaluación conduce a la satisfacción o insatisfacción y a la realización de ciertas actividades postcompra (Alonso López, 2015, p.27-28).

Análisis Estratégico Situacional

PESTA

Factor Político

Ecuador por políticas restrictivas aplicadas en años anteriores en cuanto a la importación de vehículos y partes vehiculares utilizadas por la industria nacional, sufrió una contracción en la venta de vehículos de fabricación nacional e importados, lo cual produjo una demanda represada que se refleja actualmente por el aumento de las ventas en estos últimos años, gracias a la eliminación de cupos de importación de vehículos y por medio del acuerdo comercial con la Unión Europea que está vigente desde el 1 de enero de 2017 que condujo al aumento de unidades importadas y a la aparición de nuevas marcas provenientes de esos países, mientras que los vehículos ensamblados en el país mantienen un margen alto en costos de producción por los tributos fijados en la importación de las partes para ensamblar o CKD que equivalen al 15% de aranceles y se traduce en un encarecimiento del vehículo, lo cual le resta competitividad frente a los vehículos europeos importados que llegan al Ecuador con preferencias arancelarias permitiéndoles participar en el mercado con precios más competitivos (Cavagnaro, 2019).

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

especiales (ICE) que oscila entre el 5 y 35%, según el precio del automotor. Y, finalmente, pagan el 14% del impuesto al valor agregado (IVA).

Heredia (2017) menciona:

Si bien el ICE se liquida en el momento de la importación, grava al bien en la última fase de comercialización, por lo que recoge los costos anteriores incluyendo aranceles ya pagados, en otras palabras el ICE y el IVA se convierten en impuestos sobre los mismos impuestos. Toda esta carga tributaria incide en los precios de venta de los vehículos, que aumentan de acuerdo al modelo y al valor del automotor. Por ejemplo, un auto de gama baja se vende en USD 19.990 en el país, de los cuales 7.762 van al Estado en tributos. En cambio, un SUV de gama media que cuesta USD 37.000 debe cancelar 16.358 en tributos. Y en un auto de gama alta valorado en USD 75.990, unos 37.036 se van en tributos. Sin estos impuestos, el costo de los vehículos en el país se reduciría a la mitad.

Por otra parte, el arancel del 15% para la importación de partes y piezas (CKD) ha beneficiado a las empresas importadoras y perjudicado a la industria local convirtiéndose en el principal factor por el que no se puede competir. Este tributo también aplica a los autopartistas para la importación de la materia prima. Además un fuerte competidor para la industria local es Colombia, ya que los vehículos que provienen de ese mercado ingresan al país con 0% de arancel. Además, la industria colombiana no paga impuestos por la importación de CKD. Estos factores han sido determinantes para la firma GM OBB (General Motors), que cuenta con plantas ensambladoras en ambos países. La empresa, que concentra el 72% del ensamblaje de vehículos en el país, ya ha empezado a trasladar parte de su producción al país vecino. Este año, la compañía dejó de ensamblar el Chevrolet Sail 2 en el país y ahora lo hace en su fábrica en Colombia. Desde ahí importa al Ecuador con el objetivo de cubrir un segmento de mercado con

un precio más competitivo. El volumen de producción diaria de General Motors ha bajado de 140 unidades a 100, de diciembre pasado a la fecha. La compañía explica que la baja de producción local se debe a la pérdida de competitividad de la industria nacional debido a que la política pública genera mayores incentivos para importar que para producir localmente (González, 2018).

Debido a la pérdida de competitividad de la industria local, el Comité de Comercio Exterior (COMEX), aprobó el pasado 20 de noviembre de 2018 la política arancelaria para la importación de vehículos en CKD, incluida en un informe del Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones, con el objetivo de impulsar el ensamblaje de vehículos en el Ecuador. La propuesta consiste en establecer una tarifa arancelaria de 0% para la importación de piezas y partes (CKD) para nuevos proyectos de ensamblaje de autos. Además, incluye la desgravación progresiva del 15% actual en pago de aranceles para importación de CKD en proyectos vigentes, hasta llegar al 0% en el 2023. La desgravación se irá cumpliendo en función del incremento de piezas locales incorporadas en la producción de autos.

Finalmente, la importación de vehículos de energía limpia tendrá beneficios tributarios. Los modelos de vehículos eléctricos de hasta USD 35.000 estarán liberados de tributos (IVA, ICE y aranceles) (Pacheco, 2017).

Factor Económico

El sector automotor tiene una participación importante en la economía del país debido a los ingresos que genera en las diferentes ramas productivas que involucra esta actividad. La industria automotriz impulsa de manera directa e indirecta a otras industrias del sector productivo como son las industrias: siderúrgica, metalúrgica, metalmecánica, minera, petrolera, petroquímica, del plástico, vidrio, electricidad, robótica e informática, las cuales son de gran importancia en la elaboración de los vehículos (Vacas, 2019).

En el 2018 Ecuador incrementó sus importaciones totales en un 16,2% (\$ 22.121 millones). Los vehículos están entre los cinco principales productos no petroleros importados, debido a que ingresaron al país un 22% más en el 2018 que en el 2017 (\$ 1.067 millones). (Diario El Universo, 2019).

Las últimas cifras sobre el mercado laboral corresponden al cierre del año 2018, en el informe presentado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se observa el deterioro en los indicadores, ya que por un lado el empleo adecuado/pleno disminuyó en el último año al pasar de 42,3% en diciembre 2017 a 40,6% en diciembre 2018; la tasa del último mes es la segunda más baja en un mes de diciembre desde 2007. Por otro lado, el empleo inadecuado; es decir, todas las formas de subempleo e informalidad, mostró un incremento al pasar de 53,0% a 55,3% entre diciembre 2017 y diciembre 2018; siendo esta la tasa más alta para este mes desde el año 2007

El empleo adecuado disminuyó un 3,2 % en marzo de 2019 en Ecuador, con respecto al mismo mes de 2018, informó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), en marzo de 2019 la tasa de empleo adecuado se situó en el 37,9%, mientras que en marzo de 2018 fue del 41,1%. Este indicador muestra una variación negativa estadísticamente significativa a nivel nacional, urbano

(47%)

y

rural

(20,2%).

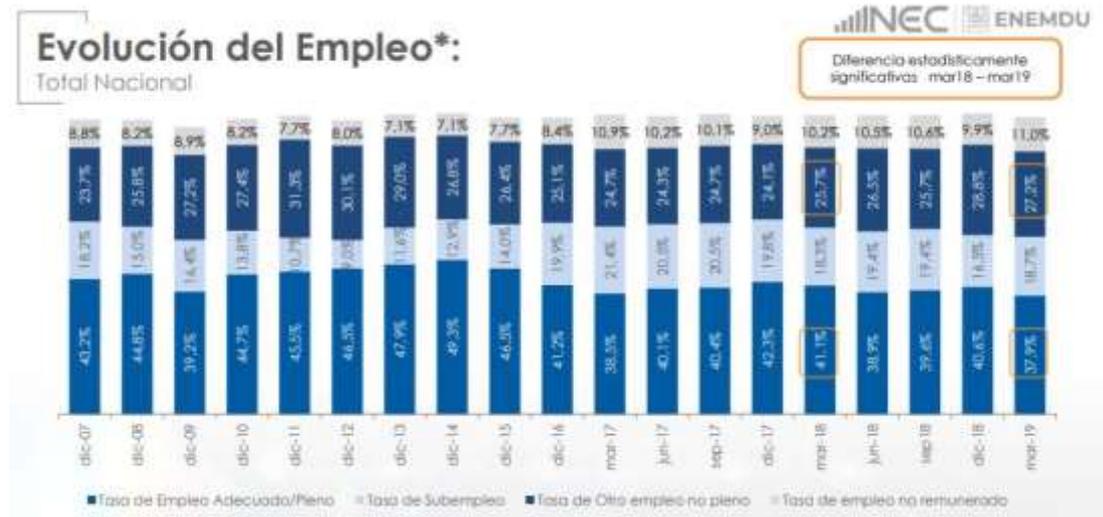


Figura 4: Evolución del empleo a nivel nacional
 Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, (2019)

La tasa de desempleo en marzo del presente año se ubicó en 4,6%; el subempleo en 18,7%; la tasa de otro empleo no pleno de 27,2% y el empleo no remunerado en 11,0%. La tasa de desempleo para las mujeres fue mayor a la de los hombres. Así, en marzo de 2019, a nivel nacional el 5,7% de las mujeres en la población económicamente activa (PEA) estuvieron en situación de desempleo, mientras que entre los hombres el desempleo fue de 3,8%.

La tasa de interés es el precio que se paga por el uso del dinero; suele expresarse en términos porcentuales y referirse a un período de un año. El Banco Central del Ecuador es la entidad encargada de regular y fijar las tasas de interés en el país.

La tasa de interés activa es el porcentaje que los bancos cobran por los distintos tipos de modalidades de financiamiento que ofrecen, como sobregiros y préstamos a diversos plazos. En Ecuador la tasa de interés activa efectiva vigente para créditos de consumo durante el periodo de junio de 2019 es de 17,30%.

Factor Social

En Ecuador, adquirir un vehículo es quizá la segunda compra más importante en una familia después de la vivienda (Cavagnaro, 2019).

Entre las preferencias de los ecuatorianos se encuentran los autos livianos que cada vez tienen más acogida en el país. Esto se debe principalmente por la facilidad para parquearlos y lo ideales que son para manejar en ciudades (Diario El Universo, 2019).

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

Factor Tecnológico

A nivel mundial, la tecnología automotriz presenta un rápido crecimiento, producto del avance de las nuevas tecnologías informáticas y su aplicación en la rama en beneficio al desarrollo de motores, componentes vehiculares y funcionalidad. Aspectos avanzados como la

capacidad de conducción autónoma o el uso de dispositivos móviles para interactuar con el vehículo, en los próximos años empezaran a convertirse en parte esencial en la experiencia de viajar en un vehículo.

En marcas como Ford y Chevrolet existe una creciente cantidad de modelos nuevos que cuentan con la implementación de una aplicación que permite abrir las cerraduras, tocar la bocina, encender las luces y hasta arrancar el auto de manera remota, sin estar cerca del vehículo.

Después de varios años de investigación y desarrollo, la tecnología de conducción autónoma está teniendo un verdadero impacto en la industria. Tesla ha atraído una gran atención en esta área, pero otros fabricantes como Audi, Mercedes-Benz, Cadillac, Nissan y Volvo tienen sistemas similares. Se espera que en los próximos años, más marcas se sumen a la lista con tecnologías de este tipo.

La prueba de que la adopción de las tecnologías de asistencia al conductor está aumentando se aprecia en la gran variedad de sistemas de conducción activa que están llegando al mercado, particularmente las que pueden maniobrar para evitar un accidente. Volvo y Lexus han estrenado recientemente sistemas de conducción activa que no sólo mantienen al vehículo en su carril, sino que también maniobran para evitar posibles colisiones. Los sistemas de frenado automático ya son impresionantes hazañas tecnológicas, pero los sistemas de conducción que evitan colisiones van más allá, al tomar realmente el control del volante para reducir el riesgo de un accidente.

El sistema de cámara de asistencia con visión 360 es apenas uno de los muchos avances de tecnología que facilitan el manejo diario. Esta tecnología de seguridad incluida como parte del equipo estándar en la serie Volvo 90 – Volvo S90 y la vagoneta Volvo V90, forma parte del amplio abanico de sistemas como el Pilot Assist, que prácticamente permite experimentar la

conducción autónoma en ciertas circunstancias, como en tráfico de carretera. En este caso, el sistema de cámaras de asistencia para maniobras de estacionamiento que cuenta con visión 360 se proyecta en la pantalla de 12.3 pulgadas.

Desde hace años, los fabricantes de automóviles han estado reemplazando los cuadros de instrumentos convencionales como el velocímetro y el tacómetro, con pantallas, pero sólo desde el año pasado, esta característica ha empezado a alcanzar su verdadero potencial. Quizá el sistema más avanzado sea el Virtual Cockpit de Audi, que es básicamente como una segunda pantalla de infoentretenimiento, sólo que esta vez aparece justo debajo de su línea visual del conductor, lo que significa que apenas tiene que quitar su mirada del camino. Estas pantallas con indicadores agrupados serán más útiles y más configurables, por lo que ofrece más que las lecturas típicas como la velocidad, el millaje y el nivel de gasolina.

Una creciente cantidad de vehículos están añadiendo bases de carga inalámbrica a sus consolas centrales o laterales. Esto significa que el conductor sólo tiene que entrar en el auto, poner su teléfono en la base de carga inalámbrica y dejar que éste se cargue mientras maneja, sin necesidad de conectar cables. Estos dispositivos suelen ser económicos, y con frecuencia vienen incluidos en las versiones tope de gama de ciertos modelos, especialmente de la marca Toyota, pero conforme pasa el tiempo, esta tecnología estará al alcance de cada vez más autos, no importando su nivel de equipamiento. Eventualmente, a medida que avanza la oferta y la demanda de autos eléctricos, esta tecnología se podría aplicar para cargar las baterías del auto (Mota, 2017).

Factor Ambiental

Una de las principales fuentes de contaminantes a la atmosfera son las fuentes móviles provenientes de los vehículos a gasolina y a diésel, lo cual ha motivado que a nivel mundial se

establezcan normas que regulan el nivel de contaminación vehicular según su año de fabricación, sistema de alimentación y tipo de combustible.

En un estudio realizado en el Distrito Metropolitano de Quito, se pudo establecer que los vehículos son los que más emisiones de CO₂ emanan al ambiente y que estos gases representan un problema para la salud pública por ser gases nocivos para el ser humano.

El Distrito Metropolitano de Quito conforme a la metodología estandarizada del Global Protocol for Community Greenhouse Gas Emissions Inventories (GPC), desarrolló un inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (CO₂), como se muestra en la tabla 5, con el objetivo analizar el impacto de estos gases en el medio ambiente y plantear soluciones para reducir la huella de carbono local.

Tabla 5

Inventario de emisiones de CO₂ en el Distrito Metropolitano de Quito

Sector	CO ₂ eq (ton)	Porcentaje
Transporte	2.902.402	56%
Residencial, comercial e institucional	1.016.305	20%
Residuos sólidos	661.689	13%
Industrial	584.550	11%
Total	5.164.946	100%

Nota: La Huella de Carbono calculada para la ciudad es en total 5.164.946 ton CO₂eq, distribuida de la siguiente manera: sector transporte con el porcentaje más alto respecto al total de las emisiones (56%) emite 2.902.402 ton CO₂eq, en segundo lugar el sector residencial, comercial e institucional con una generación de emisiones de 1.016.305 ton CO₂e (20%), el sector de residuos sólidos con 661.689 ton CO₂e (13%) y finalmente con un porcentaje de 11% el sector industrial con 584.550 ton CO₂eq. Fuente: (Secretaría de Ambiente, 2019)

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

Por otra parte, en municipios como el Distrito Metropolitano de Quito, mediante la gestión local de cambio climático, que es uno de los ejes de la visión Quito: Ciudad Sostenible, propone un conjunto de políticas y acciones para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, en base a medidas programadas para los sectores de movilidad, energía, residuos y bosques.

Uno de los planes de la alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito en el sector de la transportación pública es el de reemplazar buses a diésel por eléctricos y la instalación de 10 electrolinerías.

El primer paso hacia un transporte más limpio es el Metro y, el segundo, la compra de 60 articulados y troles 100% eléctricos. Además existe un proyecto para que todos los buses del Centro Histórico también sean eléctricos. Finalmente se plantea la exoneración del pico y placa para quienes compren autos eléctricos. Estas medidas tienen como finalidad que la ciudad avance hacia una movilidad más limpia (Carvajal, 2019).

Tabla 6

Análisis PESTA

Político	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminación de cupos de importación. - Acuerdo comercial con la Unión Europea. - Liberación de aranceles en la importación de vehículos eléctricos. - Aplicación de aranceles a la importación de CKD. - Desgravación arancelaria progresiva hasta el 2023 para la importación de CKD. - Liberación de aranceles a la importación de vehículos colombianos.
Económico	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de las importaciones.
Social	<ul style="list-style-type: none"> - Preferencia hacia los vehículos importados.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de vehículos de conducción semiautónoma. - Sistema anticolidión. - Cámaras y espejos retrovisores. - Cámaras de 360 grados. - Panel de instrumentos digital. - Desarrollo de un sistema de carga inalámbrica a bordo.
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Plan para la reducción de emisiones contaminantes. - Implementación de unidades eléctricas para el transporte público del Distrito Metropolitano de Quito.

Fuerzas de Porter

La rivalidad entre competidores del mismo sector (ALTA)

El sector automotriz en el país está compuesto por múltiples empresas que se dedican a importar y comercializar, vehículos de diferentes segmentos; además existen cuatro empresas ensambladoras que fabrican, distribuyen localmente y exportan a otros mercados. Estas empresas se dedican a la fabricación nacional de vehículos por medio de la metodología del ensamble utilizando autopartes CKD. Por otra parte hay empresas que se dedican netamente a la importación y comercialización de vehículos entre las cuales tenemos a Álvarez Barba quienes importan vehículos de las marcas BMW y Porsche; Autofénix con la marca Mazda; Quito Motors con la marca Ford; Lavca que comercializa la marca Chevrolet. Por ende, analizando la situación actual, las empresas que fabrican vehículos en el país, deben importar los CKD para poder ensamblar los vehículos y ante la fijación de impuestos a la importación de esas partes actualmente presentan una clara desventaja frente a las empresas importadoras de vehículos colombianos o de la unión europea que entran al país con 0% de arancel y además también tienen una desventaja frente a las empresas que importan vehículos chinos ya que estos ingresan al mercado con precios bajos y mejor equipados. Por lo tanto, la rivalidad entre competidores es ALTA.

La amenaza de competidores nuevos en el sistema (ALTA)

En el país ha sucedido un fenómeno a raíz del acuerdo con la Unión Europea ya que desde esa suscripción; en el Ecuador se ha incrementado el número de marcas que han ingresado al país sobretodo chinas que gracias a las buenas relaciones construidas en años anteriores entre los gobiernos; ven al país como un mercado con potencial para incluso para producir vehículos y llegar con más fuerza a otros países del territorio latinoamericano. Por otra parte se prevee que ingresen nuevas marcas europeas a

competir en el mercado automotriz ecuatoriano; estas marcas presentarían una gran ventaja competitiva por la tecnología empleada en la fabricación de sus vehículos y además en su precio de venta ya que luego de unos años podrán ingresar al país con 0% arancel representando una desventaja para la industria nacional que no tiene la misma tecnología que se desarrolla en países europeos y además por el encarecimiento en la producción de vehículos por la aplicación de tributos a la importación de CKD, lo que es una clara desventaja actualmente.

La amenaza de la llegada de productos sustitutivos al mercado. (BAJA)

La industria automotriz se caracteriza por la fabricación de vehículos de combustión, lo cual significa que utilizan combustible ya sea gasolina o diésel para su funcionamiento, esto genera que se emane al ambiente gases contaminantes los cuales producen smoke y consecuentemente graves problemas a la salud. Por tal motivo muchas empresas automotrices en el mundo se están enfocando en el desarrollo de vehículos eléctricos los mismos que están llamados a suplir a los de combustión. En el país, desde el gobierno hasta los municipios están impulsando el uso de vehículos eléctricos tanto así que están trabajando para que en la transportación pública se utilicen buses eléctricos y además ya cuentan con proyectos como la construcción de diez electrolineras y eliminación del pico y placa en el caso del Distrito Metropolitano de Quito. Por tal razón si bien se impulsa el uso de vehículos eléctricos se necesita la construcción de una mayor infraestructura en el país construyendo electrolineras no sólo en ciudades sino en carreteras que permitan una carga rápida de los vehículos y las personas puedan extender su uso a viajes de largas distancias y no estar limitados a su uso en la ciudad. Finalmente, el precio de estos vehículos en la actualidad es elevado, esto sumado a la poca autonomía de las baterías y la falta de electrolineras, hace que la

penetración de este tipo de vehículos en el mercado sea baja por consiguiente no representa mayor amenaza.

Por otra parte, en temas de movilidad, un producto sustituto para los vehículos serían las motocicletas que cumplen la función de transportar a una o dos personas encontrándose con ese limitante frente a los vehículos que tienen la capacidad de llevar de cinco a siete personas de acuerdo a su segmento como los automóviles o SUV respectivamente. Por tal razón si bien las motocicletas ayudan al transporte de las personas, estas se enfocan en el traslado unipersonal o bipersonal dentro de una ciudad y no satisfacen la misma necesidad de los que adquieren un vehículo que es transportar a su familia y recorrer grandes distancias dentro o fuera de la ciudad.

El poder de negociación de los proveedores (MEDIO)

Las empresas que ensamblan los vehículos dentro del país deben importar los CKD desde distintos países como China, Estados Unidos, Japón, Corea del Sur, etc. Según el tipo de acuerdo que tengan las ensambladoras con estas empresas se puede determinar el poder de negociación. Muchas empresas nacionales fabrican vehículos de marcas internacionales bajo los estrictos lineamientos y procesos de producción y tecnológicos; además utilizan CKD desarrollados por estas marcas, el ensamblador local sólo debe importar estas piezas para utilizarlas en la fabricación del vehículo.

Tabla 7

Ensambladoras y sus proveedores nacionales de autopartes CKD

Ensambladora	Marca que produce	País origen de la marca	Proveedor nacional
GM-OBB	Chevrolet	Estados Unidos	Imfrisa (Suspensiones) Metaltronic (Chasis)
MARESA	Mazda	Japón	Metaltronic
AYMESA	Kia Hyundai	Corea del Sur	Metaltronic
CIAUTO	Great Wall Haval	China	Indima (Sistemas de escape) Tecnova (Baterías) Domizil (Asientos) Vanderbilt (Ballestas)

En el caso de Imfrisa que es un fabricante de suspensiones bajo los lineamientos de calidad de General Motors; tiene un contrato exclusivo con GM-OBB empresa ensambladora de vehículos para la marca Chevrolet; que no le permite comercializar con otras empresas ensambladoras. Por ese motivo este proveedor tiene un poder de negociación BAJO con la empresa GM-OBB, puesto que en caso de perder el contrato, las pérdidas económicas para la empresa IMFRISA serían cuantiosas.

En general las empresas ensambladoras en el país tienen ventaja respecto a sus proveedores ya que existen varias empresas autopartistas que van a estar dispuestas a firmar un contrato como socio estratégico para la producción de autopartes CKD para estas ensambladoras ya que representarían ventas de millones de dólares anuales. Por esta razón el poder de negociación que tienen los proveedores es MEDIO. Ya que existe un interés en ambas partes en el caso de las empresas ensambladoras buscan disminuir costos comprando CKD de producción nacional en vez de adquirir los CKD importados que están gravados con el 15% de arancel; además estas empresas fabricantes de autopartes CKD buscan vender su producción ya que forma parte de su giro de negocio.

El poder de negociación de los clientes (ALTA)

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017) en el país existen 2.237.264 vehículos matriculados y comparando con los datos de los últimos años se puede observar un crecimiento constante lo cual indica que el parque automotor en el país se está incrementando, tal como se muestra en la figura 5.

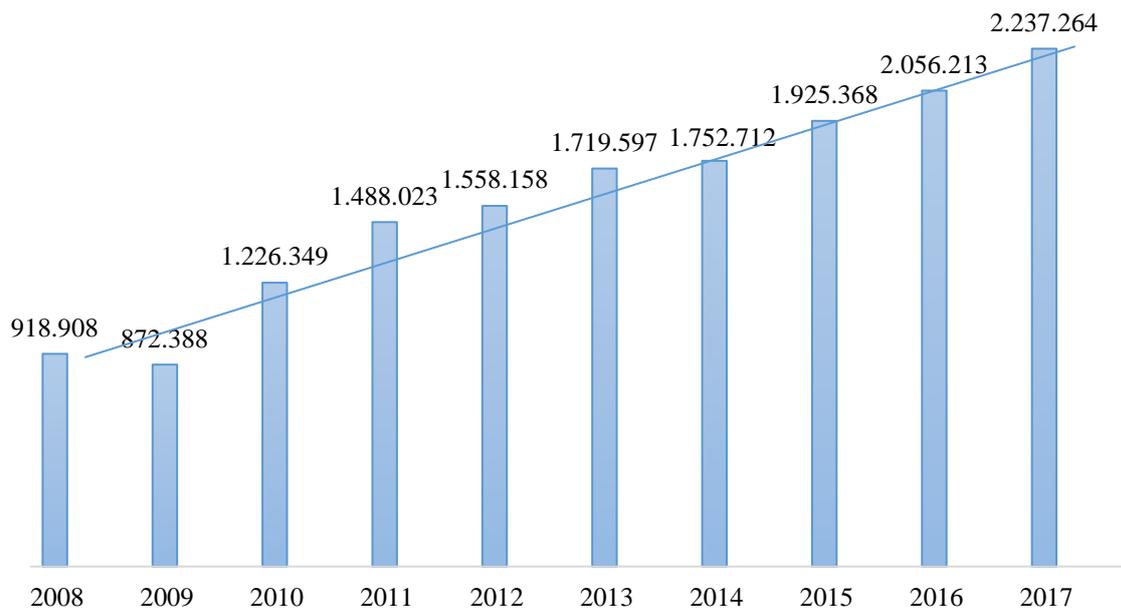


Figura 5. Vehículos matriculados a nivel nacional durante el periodo 2008 – 2017
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, (2017)

Por otra parte, en base a la gran oferta existente por las empresas comercializadoras de vehículos, los posibles compradores tienen el poder para elegir alguna marca específica en base a su capacidad adquisitiva y preferencias en cuestión de gustos, por tal razón la toma de decisión al momento de comprar es ALTA.

Análisis de las estrategias de marketing

Entre los principales segmentos de vehículos con mayores ventas dentro de la provincia de Pichincha se encuentran los automóviles y los SUV, tal como se muestra en la figura 6.

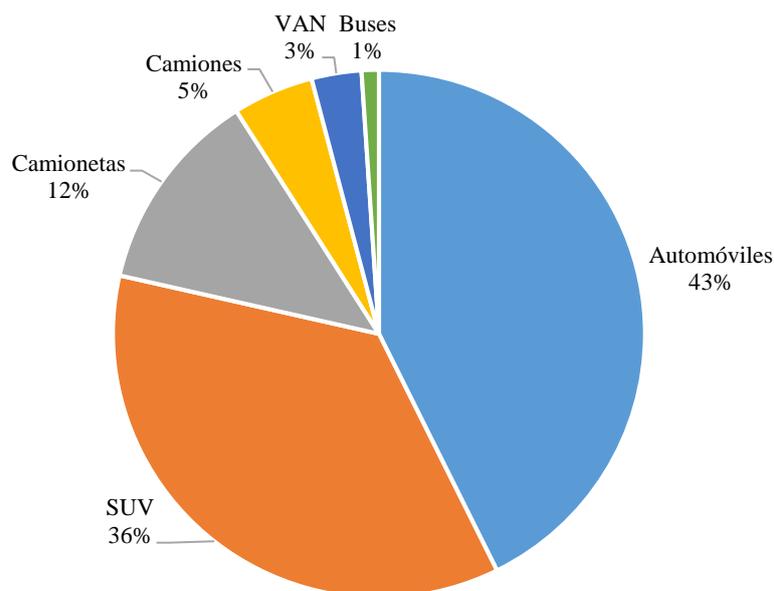


Figura 6. Participación en ventas de los segmentos de vehículos en la provincia de Pichincha, año 2018
Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

Tabla 8

Ventas en unidades de los segmentos de vehículos en la provincia de Pichincha, año 2018

Segmento	Unidades vendidas	Porcentaje de participación
Automóviles	22.578	43%
SUV	18.972	36%
Camionetas	6.582	12%
Camiones	2.603	5%
VAN	1.604	3%
Buses	555	1%
Total	52.894	100%

Nota Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

Para realizar el análisis se tomará en cuenta las marcas de origen chino con más unidades vendidas en la provincia de Pichincha que son Great Wall y Chery, además los segmentos de vehículos con mayores ventas que son los automóviles y los SUV. Se procederá a analizar cada marca con su modelo más vendido dentro de cada segmento, tal como se muestra en la tabla 9.

Tabla 9

Modelos de marcas chinas más vendidos dentro de los principales segmentos en la provincia de Pichincha, año 2018

Segmento	Marca	Modelo	Unidades vendidas
Automóviles	Great Wall	Voleex C30 Confort	965
	Chery	Q5 Luxury	300
SUV	Great Wall	M4 Confort	2.032
	Chery	New Tiggo 2 Confort	921

Nota Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

Dentro de las marcas que alcanzaron mayores ventas en la provincia de Pichincha durante el año 2018, la marca china Great Wall se ubica en la quinta posición por debajo de Chevrolet, Kia, Hyundai y Toyota.

Los vehículos que mayores ventas generaron para la marca china Great Wall están dentro de los segmentos SUV (50%), Camionetas (37%) y Automóviles con el 13%, tal como se observa en la figura 7.

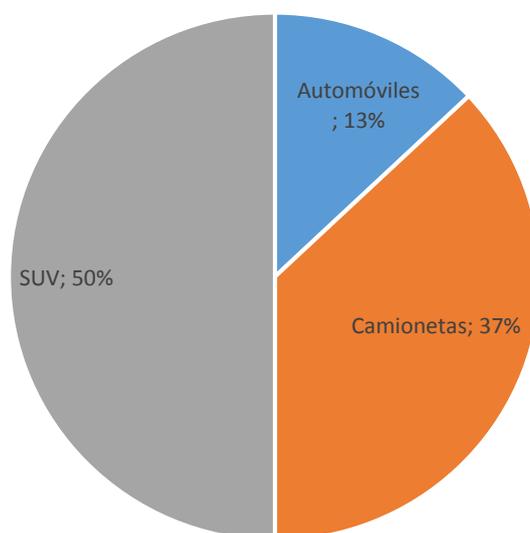


Figura 7. Venta de vehículos Great Wall por segmento en la provincia de pichincha, año 2018
Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

Los modelos más vendidos por la marca china Great Wall son el M4 con 2.032 unidades vendidas, el Wingle 5 con 1.292 unidades vendidas y el Voleex C30 con 965 unidades vendidas.

Producto

El modelo M4 versión confort es un mini SUV con diseño deportivo que cuenta con motor 1.5 litros, 105 caballos de fuerza, tracción 4x2 y transmisión manual. En la parte exterior viene equipado con luces LED diurnas, neblineros, cámara y sensores de retro, mientras que en el interior cuenta con asientos de cuero, controles de audio en el volante, pantalla LCD táctil con Android y 6 altavoces. El vehículo también cuenta con sistemas de seguridad como frenos ABS, EBD, columna de dirección colapsable, barras laterales contra impacto, cuenta con una carrocería con programación deformable, cinturones de seguridad con pretensionadores, sistema ISOFIX y airbags para piloto y copiloto. Todas estas características han convertido al M4 en un vehículo que ha revolucionado el mercado por su versatilidad, diseño deportivo y equipamiento moderno.

Precio

El Great Wall M4 se comercializa en el mercado con un precio de \$17.490 dólares.

Plaza

El vehículo se comercializa a través de la red de concesionarios de la empresa Ambacar a nivel nacional. En la ciudad de Quito cuenta con las siguientes concesionarias distribuidas en puntos estratégicos a lo largo de la ciudad.

- Ambacar Eloy Alfaro (Quito) Eloy Alfaro N33-338 y 6 de Diciembre.
- Ambacar Shyris (Quito) Av. Shyris y Eloy Alfaro Esquina.
- Ambacar Quicentro Sur (Quito) Av. Morán Valverde y Quitumbe esq. Quicentro Sur, subsuelo 2, junto a Kywi.
- Ambacar San Rafael (Quito) Av. General Rumiñahui e Isla Isabela esq. a dos cuadras de San Luis Shopping.
- Ambacar Granados (Quito) Av. Granados y Eloy Alfaro Esquina.

- Ambacar Galo Plaza (Quito) Av. Galo Plaza N59- 155 y Francisco Namiña.
- Ambacar Cumbayá (Quito) Av. Interoceánica y Francisco de Orellana C. C. Paseo San Francisco.

Promoción

Ambacar la distribuidora oficial de la marca Great Wall en el Ecuador, utiliza medios digitales para seguir reforzando su posicionamiento como marca “Great Wall, una decisión inteligente” que se enfoca en construir confianza sobre la marca y dejar atrás prejuicios sobre el origen del vehículo y la falta de repuestos. Además para reafirmar esa confianza, Ambacar ofrece una garantía de 10 años o 120.000 kilómetros en cada uno de sus vehículos.

En lo que respecta al modelo M4 este se posiciona como un vehículo deportivo, ideal para gente con espíritu juvenil.

Tabla 10

Modelo M4 Confort del segmento SUV de la marca Great Wall.

Producto:	M4 Confort
Características:	Motor 1.5 L 16 válvulas, 105 HP TM 4x2
Exterior:	Luces LED diurnas y neblineros. Cámara y sensores de retro.
Interior:	Asientos de cuero. Dispositivos de audio, video y controles en el volante. Consola central con pantalla LCD Touch Screen, Radio MP5, aplicaciones preinstaladas como Waze y Spotify y conexión Wi-Fi. Equipado con 6 altavoces.
Seguridad:	Frenos ABS. Sistema electrónico de frenado EBD Columna de dirección colapsable. Barras laterales contra impacto. Carrocería con programación deformable. Cinturones de seguridad con pretensionadores. Sistema ISOFIX. Airbags para piloto y copiloto.
Precio:	\$ 17.490
Plaza:	Ambacar Eloy Alfaro (Quito) Eloy Alfaro N33-338 y 6 de Diciembre. Ambacar Shyris (Quito) Av. Shyris y Eloy Alfaro Esquina. Ambacar Quicentro Sur (Quito) Av. Morán Valverde y Quitumbe esq. Quicentro Sur, subsuelo 2, junto a Kywi. Ambacar San Rafael (Quito) Av. General Rumiñahui e Isla Isabela esq. a dos cuadras de San Luis Shopping.

	Ambacar Granados (Quito) Av. Granados y Eloy Alfaro Esquina. Ambacar Galo Plaza (Quito) Av. Galo Plaza N59- 155 y Francisco Namiña. Ambacar Cumbayá (Quito) Av. Interoceánica y Francisco de Orellana C. C. Paseo San Francisco.
Promoción:	El auto más buscado del Ecuador. Producción nacional. Ensamblado localmente. Garantía 10 años o 120.000 km.

Producto

El modelo Voleex C30 versión confort es un automóvil que cuenta con motor 1.5 litros, 105 caballos de fuerza y transmisión manual. En la parte exterior viene equipado con luces halógenas, neblineros delanteros y posteriores, direccionales con luces LED en retrovisores, tercera luz de freno en el parabrisas posterior y aros de aluminio R15, mientras que en el interior cuenta con vidrios y espejos eléctricos, asiento del conductor regulable en 6 direcciones, cierre centralizado, aire acondicionado, desempañador en el parabrisas posterior, alarma de cinturón de seguridad, inmovilizador de motor antirrobo, radio MP5 con bluetooth, controles del audio integrados en el volante, regulación de altura de luces, tablero electrónico. El vehículo también cuenta con sistemas de seguridad como frenos ABS, EBD, columna de dirección colapsable, barras laterales contra impacto, cuenta con una carrocería con programación deformable, cinturones de seguridad con pretensionadores, carrocería reforzada, frenos de disco a las 4 ruedas y airbags para piloto y copiloto.

Precio

El Great Wall Voleex C30 se comercializa en el mercado con un precio de \$15.990 dólares.

Plaza

El vehículo se comercializa a través de la red de concesionarios de la empresa Ambacar a nivel nacional. En la ciudad de Quito cuenta con las siguientes concesionarias distribuidas en puntos estratégicos a lo largo de la ciudad.

- Ambacar Eloy Alfaro (Quito) Eloy Alfaro N33-338 y 6 de Diciembre.
- Ambacar Shyris (Quito) Av. Shyris y Eloy Alfaro Esquina.
- Ambacar Quicentro Sur (Quito) Av. Morán Valverde y Quitumbe esq. Quicentro Sur, subsuelo 2, junto a Kywi.
- Ambacar San Rafael (Quito) Av. General Rumiñahui e Isla Isabela esq. a dos cuadras de San Luis Shopping.
- Ambacar Granados (Quito) Av. Granados y Eloy Alfaro Esquina.
- Ambacar Galo Plaza (Quito) Av. Galo Plaza N59- 155 y Francisco Namiña.
- Ambacar Cumbayá (Quito) Av. Interoceánica y Francisco de Orellana C. C. Paseo San Francisco.

Promoción

Ambacar la distribuidora oficial de la marca Great Wall en el Ecuador, utiliza medios digitales para seguir reforzando su posicionamiento como marca “Great Wall, una decisión inteligente” que se enfoca en construir confianza sobre la marca y dejar atrás prejuicios sobre el origen del vehículo y la falta de repuestos. Además para reafirmar esa confianza, Ambacar ofrece una garantía de 10 años o 120.000 kilómetros en cada uno de sus vehículos.

Tabla 11

Modelo Voleex C30 Confort del segmento automóviles de la marca Great Wall.

Producto:	Voleex C30 Confort
	Características:
	Motor 1.5 L de 16 válvulas con 4 cilindros en línea con tecnología VVT (cadena de distribución), 105 HP, TM.
	Exterior:
	Luces halógenas.
	Neblineros delanteros y posteriores.
	Direccionales con luces LED en retrovisores.
	Parachoques y manijas color carrocería.
	Mayor capacidad de maletero (510L.) de su segmento.
	Tercera luz de freno en el parabrisas posterior.
	Aros de aluminio R 15.
	Interior:
	Vidrios y espejos eléctricos.
	Asiento del conductor regulable en 6 direcciones.
	Cierre centralizado.
	Aire acondicionado.
	Desempañador en el parabrisas posterior.
	Alarma de cinturón de seguridad.
	Inmovilizador antirrobo (Chip en la llave).
	Radio MP5 con bluetooth.
	Controles del audio integrados en el volante.
	Regulación de altura de luces.
	Tablero electrónico.
	Asientos de Tela.
	Seguridad:
	Carrocería reforzada.
	Frenos de disco a las 4 ruedas.
	Frenos ABS (sistema antibloqueo de ruedas).
	EBD Bosch (Sistema electrónico de reparto de frenada que determina cuánta fuerza aplicar a cada rueda para detener al vehículo en una distancia mínima y sin que se descontrolen).
	Cinturones de seguridad con pretensionadores.
	Airbags para piloto y copiloto.
	Columna de dirección colapsable.
	Barras laterales contra impacto.
Precio:	\$ 15.990
Plaza:	Ambacar Eloy Alfaro y 6 de Diciembre (Quito) Eloy Alfaro N33-338 Ambacar Shyris (Quito) Av. Shyris y Eloy Alfaro Esquina Ambacar Quicentro Sur (Quito) Av. Morán Valverde y Quitumbe esq. Quicentro Sur, Subsuelo 2, junto a Kywi. Ambacar San Rafael (Quito) Av. General Rumiñahui e Isla Isabela esq. a dos cuadras de San Luis Shopping. Ambacar Granados (Quito) Av. Granados y Eloy Alfaro Esquina. Ambacar Galo Plaza (Quito) Av. Galo Plaza N59- 155 y Francisco Namiña. Ambacar Cumbayá (Quito) Av. Interoceánica y Francisco de Orellana C. C. Paseo San Francisco.
Promoción:	El sedán más grande del mercado. Gran equipamiento y tecnología. Auto Familiar. Garantía 10 años o 120.000 km.

La marca Chery es la segunda marca china que se ubica entre las diez marcas con mayores ventas en la provincia de Pichincha durante el año 2018; colocándose en la novena posición por debajo de Chevrolet, Kia, Hyundai, Toyota, Great Wall, entre otras.

Los vehículos que mayores ventas generaron para la marca china Chery están dentro de los segmentos SUV (63%), VAN (21%) y Automóviles con el 16%, tal como se observa en la figura 8.

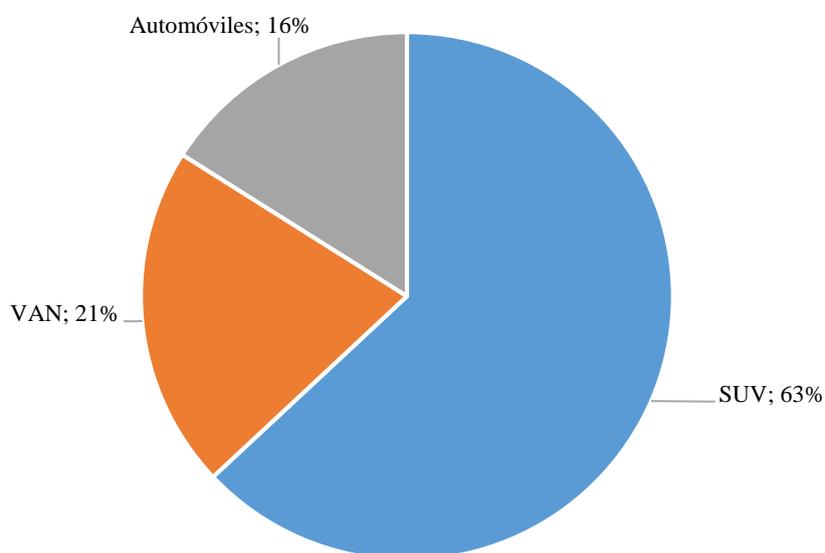


Figura 8. Venta de vehículos Chery por segmento en la provincia de Pichincha, año 2018
Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE, (2019)

Los modelos más vendidos por la marca china Chery son el New Tiggo 2 con 921 unidades vendidas, el Karry 11 con 682 unidades vendidas y el Q5 con 300 unidades vendidas.

Producto

El modelo New Tiggo 2 versión confort es un SUV que cuenta con motor 1.5 litros, 105 caballos de fuerza y transmisión manual. En la parte exterior viene equipado con luces de

conducción diurna LED, retrovisores exteriores con luz direccional incorporada, cámara y sensores de retro, limpiaparabrisas trasero, luces de freno LED, luz tercer stop LED, neblineros traseros, rack portaequipaje en el techo y spoiler trasero, mientras que en el interior cuenta con asiento del piloto con ajuste manual de 4 posiciones, apoyo descansa pie para el conductor, apertura de la tapa de combustible desde el interior, asientos con tapicería de tela y cuero sintético, asientos traseros abatibles 60/40, volante ergonómico ajustable en altura, inmovilizador de motor con llave antirrobo, alarma de fábrica, llave con mandos de apertura remota de seguros de puerta, vidrios y cajuela, bloqueo central, desempañador trasero, vidrios eléctricos en las 4 puertas, visera conductor y pasajero con espejo iluminado de cortesía, tomacorriente delantero de 12v, aire acondicionado con controles manuales, control de velocidad crucero, cabecera central trasera, ajuste electrónico de retrovisores, mandos al volante para control de audio, computador a bordo con indicadores de consumo de combustible, autonomía, velocidad promedio y recordatorio de mantenimiento, panel de instrumentos retroalimentado, volante de cuero, radio touch HD LCD de 8", conectividad Cloud Drive (replicador de pantallas de celulares Android vía USB), sincronización bluetooth (llamadas telefónicas y audio stream), reproductor MP3 y sistema de audio de 4 parlantes. El vehículo también cuenta con sistemas de seguridad como frenos delanteros de disco ventilado, frenos traseros de disco sólido, sistema antibloqueo de frenos (ABS), sistema de distribución electrónica de presión de frenado (EBD), testigo programable de velocidad máxima, sistema Safe Cage de protección de habitáculo de pasajeros, columna de dirección colapsable, 5 cinturones de seguridad de 3 puntos, sistema de anclaje ISOFIX para sillas de bebé y testigo sonoro de cinturón de seguridad desabrochado para conductor.

Precio

El Chery New Tiggo 2 se comercializa en el mercado con un precio de \$ 17.990 dólares.

Plaza

El vehículo se comercializa en la ciudad de Quito a través las siguientes concesionarias.

- EQUINORTE (Quito) Av. 10 de Agosto 8721 y José Rafael Bustamante.
- SAIA IMPORTADORA ANDINA (Quito) Av. 6 de Diciembre y Santa Lucia.
- ALIANZA MOTOR (Quito) Av. Amazonas 6366 y El Inca.
- ELOY ALFARO (Quito) Av. Eloy Alfaro N40-153 y José Queri.
- SAN RAFAEL (Quito) Av. General Rumiñahui S/N y Giovanni Farina.
- MARISCAL SUR (Quito) Av. Mariscal Sucre NS24-172 y Tabiazo.
- AUTOFENIX CUMBAYA (Quito) María Angélica Hidrobo OE3-34 y pasaje 1 a 300m del Paseo San Francisco.
- CARAPUNGO (Quito) Panamericana Norte Km 1 diagonal al Bco. Pichincha.

Promoción

La marca Chery utiliza canales de comunicación como los medios digitales y tradicionales para llegar con sus productos a posicionarse en el mercado como una empresa que fabrica sus vehículos usando tecnología también empleada en los vehículos BMW.

Tabla 12

Modelo New Tiggo 2 Confort del segmento SUV de la marca Chery.

Producto:	New Tiggo 2 Confort
Características:	Motor 1.5 L, 105 HP, TM.
Exterior:	Aros de aluminio R16. Espejos retrovisores del color de la carrocería. Guardachoque delantero del color de la carrocería. Limpiaparabrisas trasero. Luces de freno LED. Luz tercer stop LED. Neblineros traseros. Rack portaequipaje en el techo. Cobertura decorativa del motor. Spoiler trasero.
Interior:	

Asiento del piloto con ajuste manual de 4 posiciones.
 Apoyo descansa pie para el conductor.
 Apertura de la tapa de combustible desde el interior.
 Asientos con tapicería de tela y cuero sintético.
 Asientos traseros abatibles 60/40.
 Volante ergonómico ajustable en altura.
 Inmovilizador de motor con llave antirrobo.
 Alarma de fábrica.
 Llave con mandos de apertura remota de seguros de puerta, vidrios y cajuela.
 Bloqueo central.
 Desempañador trasero.
 Vidrios eléctricos en las 4 puertas.
 Visera conductor y pasajero con espejo iluminado de cortesía.
 Tomacorriente delantero de 12v dc.
 Aire acondicionado con controles manuales.
 Control de velocidad crucero.
 Cabecera central trasera.
 Ajuste electrónico de retrovisores.
 Mandos al volante para control de audio.
 Computador a bordo con indicadores de consumo de combustible, autonomía, velocidad promedio y recordatorio de mantenimiento.
 Panel de instrumentos retroalimentado.
 Volante de cuero.
 Radio touch HD LCD de 8"
 Conectividad Cloud Drive (replicador de pantallas de celulares Android vía USB).
 Sincronización bluetooth (llamadas telefónicas y audio stream).
 Reproductor MP3.
 Sistema de audio de 4 parlantes.

Seguridad:

Seguro de niños en las puertas traseras.
 Sistemas de luces de conducción diurnas LED.
 Retrovisores exteriores con luz direccional incorporada.
 Frenos delanteros de disco ventilado.
 Frenos traseros de disco sólido.
 Sistema antibloqueo de frenos (ABS).
 Sistema de distribución electrónica de presión de frenado (EBD).
 Cámara de retro.
 Sensores de reversa.
 Testigo programable de velocidad máxima.
 Sistema Safe Cage de protección de habitáculo de pasajeros.
 Columna de dirección colapsable.
 5 cinturones de seguridad de 3 puntos.
 Sistema de anclaje ISOFIX para sillas de bebé.
 Testigo sonoro de cinturón de seguridad desabrochado para conductor.

Precio:	\$ 17.990
Plaza:	EQUINORTE (Quito) Av. 10 de Agosto 8721 y, José Rafael Bustamante. SAIA IMPORTADORA ANDINA (Quito) Av. 6 de Diciembre y Santa Lucia. ALIANZA MOTOR (Quito) Av. Amazonas 6366 y El Inca. ELOY ALFARO (Quito) Av. Eloy Alfaro N40-153 y José Queri. SAN RAFAEL (Quito) Av. General Rumiñahui S/N y Giovanni Farina. MARISCAL SUR (Quito) Av. Mariscal Sucre NS24-172 y Tabiazo. AUTOFENIX CUMBAYA (Quito) María Angélica Hidrobo OE3-34 y pasaje 1. A 300m del Paseo San Francisco. CARAPUNGO (Quito) Panamericana Norte Km 1 diagonal al Bco. Pichincha.
Promoción:	Garantía 7 años o 100.000 km.

Producto

El modelo Q5 versión luxury es un automóvil que cuenta con motor 1.0 litros, 68 caballos de fuerza y transmisión manual. En la parte exterior viene equipado con faros halógenos, luces de conducción diurna, limpiaparabrisas trasero, luz tercer stop LED, neblineros traseros, mientras que en el interior cuenta con aire acondicionado manual, vidrios eléctricos en las 4 puertas, ajuste eléctrico de retrovisores, bloqueo central, alarma de fábrica, llave con mandos de apertura remota de seguros de puertas, inmovilizador de motor con llave antirrobo, panel de instrumentos con pantalla LCD, desempañador trasero, volante ergonómico ajustable en altura, radio touch 7' con reproductor CD/MP3/DVD y reproducción puerto USB/Bluetooth/AUX y sistema de audio de 4 parlantes. El vehículo también cuenta con sistemas de seguridad como frenos delanteros de disco ventilado, frenos posteriores de tambor, sistema antibloqueo de frenos (ABS), sistema de distribución electrónica de presión de frenado (EBD), sensores de reversa, sistema Safe Cage de protección de habitáculo de pasajeros, columna de dirección colapsable, 2 airbags conductor y pasajero, 5 cinturones de seguridad 3 puntos, sistema de anclaje ISOFIX para sillas de bebé, carrocería con sistema de deformación programada, barra de acero lateral en las puertas, testigo sonoro de cinturón de seguridad desabrochado para conductor.

Precio

El Chery Q5 se comercializa en el mercado con un precio de \$ 12.990 dólares.

Plaza

El vehículo se comercializa en la ciudad de Quito a través las siguientes concesionarias.

- EQUINORTE (Quito) Av. 10 de Agosto 8721 y José Rafael Bustamante.
- SAIA IMPORTADORA ANDINA (Quito) Av. 6 de Diciembre y Santa Lucia.

- ALIANZA MOTOR (Quito) Av. Amazonas 6366 y El Inca.
- ELOY ALFARO (Quito) Av. Eloy Alfaro N40-153 y José Queri.
- SAN RAFAEL (Quito) Av. General Rumiñahui S/N y Giovanni Farina.
- MARISCAL SUR (Quito) Av. Mariscal Sucre NS24-172 y Tabiazo.
- AUTOFENIX CUMBAYA (Quito) María Angélica Hidrobo OE3-34 y pasaje 1 a 300m del Paseo San Francisco.
- CARAPUNGO (Quito) Panamericana Norte Km 1 diagonal al Bco. Pichincha.

Promoción

La marca Chery utiliza canales de comunicación como los medios digitales y tradicionales para llegar con sus productos a posicionarse en el mercado como una empresa que fabrica sus vehículos usando tecnología también empleada en los vehículos BMW.

Tabla 13

Modelo Q5 Luxury del segmento Automóviles de la marca Chery.

Producto:	Q5 Luxury
	Características:
	Motor 1.0 L, 68 HP, TM.
	Exterior:
	Aros de aluminio R14
	Faros halógenos.
	Guardachoque delantero del color de la carrocería.
	Limpiaparabrisas trasero.
	Luz tercer stop LED.
	Neblineros traseros.
	Interior:
	Aire acondicionado manual.
	Asientos traseros abatibles 60/40
	Asiento del piloto con ajuste manual en 4 posiciones.
	Apertura del baúl desde el interior.
	Visera de pasajero con espejo tocador.
	Vidrios eléctricos en las 4 puertas.
	Ajuste eléctrico de retrovisores.
	Bloqueo central.
	Asientos con tapicería de tela.
	Alarma de fábrica.
	Llave con mandos de apertura remota de seguros de puertas.
	Inmovilizador de motor con llave antirrobo.
	Panel de instrumentos con pantalla LCD.
	Tablero con intensidad luminosa.
	Desempañador trasero.
	Volante ergonómico ajustable en altura.
	Radio touch 7"
	Reproductor CD/MP3/DVD.

Reproducción puerto USB/Bluetooth/AUX.
 Sistema de audio de 4 parlantes.
 Seguridad:
 Seguro de niños en las puertas traseras.
 Sistema de luces de conducción diurnas.
 Frenos delanteros de disco ventilado.
 Frenos posteriores de tambor.
 Sistema antibloqueo de frenos (ABS).
 Sistema de distribución electrónica de presión de frenado (EBD).
 Sensores de reversa.
 Sistema Safe Cage de protección de habitáculo de pasajeros.
 Columna de dirección colapsable.
 2 airbags conductor y pasajero.
 5 cinturones de seguridad 3 puntos.
 Sistema de anclaje ISOFIX para sillas de bebé.
 Carrocería con sistema de deformación programada.
 Barra de acero lateral en las puertas.
 Testigo sonoro de cinturón de seguridad desabrochado para conductor.

Precio:	\$ 12.990
Plaza:	EQUINORTE (Quito) Av. 10 de Agosto 8721 y, José Rafael Bustamante. SAIA IMPORTADORA ANDINA (Quito) Av. 6 de Diciembre y Santa Lucia. ALIANZA MOTOR (Quito) Av. Amazonas 6366 y El Inca. ELOY ALFARO (Quito) Av. Eloy Alfaro N40-153 y José Queri. SAN RAFAEL (Quito) Av. General Rumiñahui S/N y Giovanni Farina. MARISCAL SUR (Quito) Av. Mariscal Sucre NS24-172 y Tabiazo. AUTOFENIX CUMBAYA (Quito) María Angélica Hidrobo OE3-34 y pasaje 1. A 300m del Paseo San Francisco. CARAPUNGO (Quito) Panamericana Norte Km 1 diagonal al Bco. Pichincha.
Promoción:	Grande en personalidad. Garantía 7 años o 100.000 km.

Luego se realizará un análisis comparativo entre modelos de marcas chinas y marcas líderes en los dos principales segmentos; los automóviles y los SUV, los cuales concentran mayores ventas en la provincia de Pichincha 43% y 36% respectivamente y además, se tomará como unidad de análisis el precio y equipamiento que son atributos muy valorados por los consumidores antes de adquirir un vehículo.

Tabla 14

Comparación entre modelos de automóviles de las marcas Great Wall y Chevrolet.

Marca	Great Wall	Chevrolet
Modelo	Voleex C30	Sail Sedán
Motor	1.5 L, 105 HP	1.5 L, 109 HP
Equipamiento	Neblineros delanteros. Direccionales con luces LED en retrovisores. Vidrios eléctricos. Mando al volante. Aire acondicionado.	Neblineros delanteros. Asistente de arranque en pendiente. Control electrónico de estabilidad. Vidrios eléctricos. Mando al volante. Radio con pantalla táctil de 8" y Android.
Precio	\$ 15.990	\$ 17.690

Como se puede observar ambas marcas no presentan una diferencia considerable en cuanto al equipamiento que ofrecen, las dos cuentan con motores 1.5 litros, neblineros, vidrios eléctricos y mando al volante. En ese sentido el modelo Voleex C30 de la automotriz china Great Wall ofrece un automóvil con prácticamente el mismo equipamiento que ofrece la marca Chevrolet en su modelo Sail Sedán pero, a un precio más bajo, lo cual se convierte en una atractiva razón para adquirir un automóvil a un precio más asequible.

Tabla 15

Comparación entre modelos de SUV de las marcas Great Wall y Chevrolet.

Marca	Great Wall	Chevrolet
Modelo	M4 Confort	S-Cross
Motor	1.5 L, 105 HP 4x2	1.6 L, 118 HP
Equipamiento	Luces LED diurnas y neblineros. Cámara y sensores de retro. Asientos de cuero. Controles de mando en el volante. Radio con pantalla táctil LCD y sistema Android. 6 altavoces.	Mandos al volante. Velocidad crucero. Limitador de velocidad. Neblineros delanteros. Cámara de reversa. Sensor de parqueo. Vidrios eléctricos.
Precio	\$ 17.490	\$ 23.990

Entre la marca Great Wall con su modelo M4 confort y la marca Chevrolet con su modelo S-Cross existe una diferencia en precios, la marca china ofrece su SUV al mercado por el valor de \$ 17.490 dólares, lo cual es un precio atractivo para el segmento al que pertenece, por lo general los SUV se venden en precios que inician desde los \$19.990 dólares.

Tabla 16

Comparación entre modelos de SUV de las marcas Chery y Chevrolet.

Marca	Chery	Chevrolet
Modelo	New Tiggo 2	S-Cross
Motor	1.5 L, 105 HP	1.6 L, 118 HP
Equipamiento	Inmovilizador de motor con llave antirrobo. Alarma de fábrica. Vidrios eléctricos en las 4 puertas. Tomacorriente delantero de 12v dc. Aire acondicionado con controles manuales. Control de velocidad crucero.	Mandos al volante. Velocidad crucero. Limitador de velocidad. Neblineros delanteros. Cámara de reversa. Sensor de parqueo. Vidrios eléctricos.

	Ajuste electrónico de retrovisores. Mandos al volante para control de audio. Computador a bordo con indicadores de consumo de combustible, autonomía, velocidad promedio y recordatorio de mantenimiento. Panel de instrumentos retroalimentado. Volante de cuero. Radio touch HD LCD de 8" Conectividad Cloud Drive (replicador de pantallas de celulares Android vía USB). Sincronización bluetooth (llamadas telefónicas y audio stream). Reproductor MP3. Sistema de audio de 4 parlantes.	
Precio	\$ 17.990	\$ 23.990

Analizando la marca Chery y su modelo SUV New Tiggo 2 en comparación a la marca de Chevrolet modelo S-Cross, la marca china ofrece al mercado por un precio de \$ 17.990 dólares un SUV bien equipado tecnológicamente añadiendo características como el control crucero que también la posee el modelo S-Cross de la marca Chevrolet.

Tabla 17

Comparación entre modelos de automóviles de las marcas Chery y Chevrolet.

Marca	Chery	Chevrolet
Modelo	Q5 luxury	Spark GT
Motor	1.0 L, 68 HP	1.2 L, 80.5 HP
Equipamiento	Aire acondicionado. Vidrios eléctricos. Retrovisores con ajuste eléctrico. Inmovilizador de motor con llave antirrobo. Alarma de fábrica. Desempañador trasero. Limpiaparabrisas trasero. Radio con pantalla táctil y reproductor de CD/MP3/DVD. Sistema de audio con 4 parlantes.	Controles de radio en el volante. Radio con pantalla táctil de 7" Aire acondicionado. Vidrios eléctricos. Retrovisores eléctricos.
Precio	\$ 12.990	\$ 16.490

La marca Chery ofrece al mercado su modelo Q5 que es un automóvil que se asemeja en equipamiento al modelo Spark GT de la marca Chevrolet al contar con vidrios eléctricos, aire acondicionado, retrovisores con ajuste electrónico y radio con pantalla táctil; atributos que convierten al Chery Q5 en un vehículo atractivo además por su precio.

Conclusiones

Entre las preferencias de los quiteños se encuentran los automóviles y los SUV que registran una participación en ventas del 43% y 36% respectivamente. En el caso de los automóviles la preferencia viene dada principalmente por la facilidad para parquearlos y lo ideales que son para manejar en ciudades. Mientras que en el caso de los SUV se da por el terreno de la ciudad y sus alrededores además de ser un vehículo considerado familiar, ideal para viajes y seguro. Además los quiteños buscan una relación calidad – precio y realizan un análisis previo de las características que son importantes para ellos antes de decidir la compra del vehículo.

Las principales características en las que se enfocan son el equipamiento y el precio. Por tal motivo los quiteños buscan vehículos más económicos y que a su vez les ofrezca equipamiento que sólo podrían encontrar en marcas más costosas. Es por tal razón que se da el incremento en las ventas de las marcas chinas porque le ofrecen al cliente un precio atractivo, similar o mejor equipamiento y garantía.

Por otra parte, los ecuatorianos prefieren adquirir vehículos de fabricación extranjera puesto que solo en el año 2018 se han importado 101.416 unidades de las cuales 100.797 fueron vendidas. Además los quiteños prefieren los vehículos provenientes de China, Colombia y Corea del Sur ya que las importaciones de los vehículos en el último año, provienen de esos países.

Entre los factores que los compradores toman en consideración está la tecnología. Las marcas chinas han apostado por fabricar vehículos equipados tecnológicamente ya sea con cámaras de retro, asistencia en pendientes, frenos ABS, pantalla táctil con sistema Android, control crucero, entre otros; comercializarlos a precios accesibles y llamativos por la cantidad de componentes que ofrecen versus a los de la competencia. Además, el precio sigue siendo un

factor preponderante a la hora de decidir comprar un automóvil; en cambio en el segmento SUV el comprador se fija mucho en la tecnología aplicada al equipamiento, a la seguridad, asistencia al conducir y el entretenimiento.

Finalmente, la introducción de vehículos económicos con buen equipamiento y garantía por parte de las marcas chinas, inciden en el crecimiento que han registrado en los últimos años. Los automóviles y los SUV se comercializan con un precio promedio de \$ 22.208 y \$ 40.031 respectivamente. Muchas marcas chinas han implementado como estrategia para ganar mercado el introducir vehículos de bajo costo y esto ha sido apreciado por los compradores y se refleja en el nivel de ventas que han alcanzado las marcas chinas en los últimos años.

Referencias

- (31 de Mayo de 2019). Obtenido de Diario El Universo:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/05/31/nota/7353736/hay-carros-6900-ecuador>
- Alonso López, M. (2015). *La Influencia de los Mecanismos Reguladores de las Emociones en la Toma de Decisión de Compra en Hombres: Un Estudio con Resonancia Magnética Funcional por Imagen*.
- Campo, C. J. (2016). En *Periodismo de marcas*. Editorial UOC.
- Carvajal, A. M. (5 de Junio de 2019). Escasa infraestructura para autos eléctricos en Quito. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/escasa-infraestructura-autos-electricos-quito.html>
- Cassanoves Boix, J. (2017). En *Fundamentos de Branding*. Profit Editorial.
- Castillo, M. A. (31 de Julio de 2018). Mayor participación de autos europeos sacude el mercado ecuatoriano. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/participacion-autos-europeos-mercado-ecuador.html>
- Cavagnaro, J. (2019). Los autos más vendidos en Ecuador. *Revista Vistazo*.
- Diario El Comercio. (26 de Diciembre de 2018). Autos, el primer producto de importación. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/autos-primer-producto-importacion-ecuador.html>
- Diario El Comercio. (21 de Abril de 2019). Ecuador ensambló 3.650 autos menos hasta marzo. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/industria-ensamblaje-autos-comercio-economia.html>
- Diario El Comercio. (1 de Enero de 2019). Nueva reducción de aranceles para los bienes de la Unión Europea. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios-reduccion-aranceles-union-europea.html>
- Diario El Telégrafo. (7 de Junio de 2018). *Vehículos importados ganan pista a la industria nacional*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/industria-automotriz-ecuador-importacion-vehiculos>
- Diario El Universo. (30 de Abril de 2019). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/04/30/nota/7310438/gobierno-promueve-compra-vehiculos-electricos-transporte-publico>
- Diario El Universo. (25 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/02/25/nota/7208234/ecuador-crecio-importaciones-exportaciones-2018>
- Diario El Universo. (10 de Julio de 2019). Inédita feria china muestra 15 marcas de vehículos en Guayaquil. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/07/10/nota/7419276/inedita-feria-china-muestra-15-marcas-vehiculos-guayaquil>

- Diario El Universo. (15 de Julio de 2019). Vehículos eléctricos llamaron la atención en la Expo China Motor. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/07/15/nota/7425672/vehiculos-electricos-llamaron-atencion-expo-china>
- Escudero Serrano, M. J. (2016). En *Técnicas de venta y negociación*. Ediciones Paraninfo.
- González, J. (22 de Mayo de 2019). China busca ampliar su participación en el mercado de automóviles en Ecuador. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/china-automoviles-mercado-ecuador-exposicion.html>
- González, P. (22 de Noviembre de 2018). Comex dispone tarifa arancelaria 0% para la importación de piezas y partes de vehículos. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/comex-politica-aranceles-ensamblaje-vehiculos.html>
- González, P. C. (10 de Noviembre de 2018). El ensamblaje de autos en el Ecuador pierde atractivo y reduce la producción. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ensamblaje-autos-ecuador-menor-mercado.html>
- González, P., & Pacheco, M. (13 de Febrero de 2019). *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/autos-china-industria-automotriz-ventas.html>
- Heredia, V. (26 de Abril de 2017). En Ecuador los tributos en los vehículos pesan hasta 49% del precio. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/tributos-vehiculos-precio-economia-ventas.html>
- Llopis Sancho, E. (2015). *Crear la Marca Global: Modelo práctico de creación e internacionalización de marcas*. ESIC Editorial.
- Marín Martínez, M. B. (2016). En *Escaparatismo y diseño de espacios comerciales* (pág. 2). Ediciones Paraninfo.
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones. (2019). Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/simplificacion-de-tramites-y-politica-industrial-para-el-ensamblaje-de-vehiculos/>
- Mota, J. (31 de Diciembre de 2017). Obtenido de Autoproyecto: <https://autoproyecto.com/?s=tecnologias+2018>
- Pacheco, M. (26 de Junio de 2017). 105 autos eléctricos vendidos en Ecuador desde enero del 2016. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/autos-electricos-venta-ecuador-economia.html>
- Ponce Díaz, M. d., Besanilla Hernández, T., & Rodríguez Ibarra, H. (2014). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. México: Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Quintanilla Pardo, I., Berenguer Contrí, G., & Gómez Borja, M. Á. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Editorial UOC.
- Romero, D. (3 de Diciembre de 2018). Unos 53.000 vehículos aún restan por matricularse en Quito. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/53-000-vehiculos-restan-matricularse.html>

- Secretaría de Ambiente. (2019). Recuperado el 15 de Julio de 2019, de <http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/cambio-climatico/programas-y-proyectos/reduccion-y-compensacion-de-la-huella-de-carbono-en-el-dmq#i-n-v-e-n-t-a-r-i-o-%20g-e-i>
- Silva, H., Juliao, D., Ortiz, M., & González, J. (2014). *Marketing conceptos y aplicaciones*. Universidad del Norte.
- Vacas, J. P. (17 de Julio de 2019). *Facultad de Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/224-como-consecuencia-de-la-desfavorable-situacion-externa-que-atravesia-el-ecuador>
- Vergara, A. (28 de Noviembre de 2014). China su crecimiento económico y su liderato mundial en intercambio comercial. Obtenido de <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/200-china-su-crecimiento-economico-y-su-liderato-mundial-en-intercambio-comercial>
- Yáñez, C., & González, P. (19 de Marzo de 2019). China se convirtió en el primer proveedor de autos particulares. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/china-proveedor-autos-importaciones-ecuador.html>
- Zambrano, L. (09 de Octubre de 2018). La venta de carros chinos en el país sube un 103%. *Diario Expreso*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/economia/vehiculos-compra-venta-economia-marcas-inversion-ID2410093>



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Prado Díaz José Antonio**, con C.C: # **092793288-9** autor del **componente práctico del examen complejo: Análisis del comportamiento de compra de marcas de vehículos chinos en la ciudad de Quito**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Marketing** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 2 de **septiembre** del **2019**

f. _____

Nombre: **Prado Díaz, José Antonio**

C.C: **092793288-9**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis del comportamiento de compra de marcas de vehículos chinos en la ciudad de Quito.		
AUTOR	José Antonio Prado Díaz		
REVISOR	Econ. Priscilla Carrasco Corral, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Marketing		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2 de septiembre del 2019	No. DE PÁGINAS:	53
ÁREAS TEMÁTICAS:	Branding, comportamiento del consumidor, ventas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Pichincha, marcas, comportamiento, compra, ventas, vehículos, chinos, mercado		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente ensayo se basa en realizar un análisis sobre el comportamiento de compra relacionado a las marcas de vehículos chinos en la ciudad de Quito. El mercado automotor en el país ha registrado un incremento en las ventas en los últimos años producto de medidas arancelarias que incentivaron la importación de vehículos chinos, coreanos y europeos y a su vez suprimieron la producción nacional. Las marcas chinas encabezadas por Great Wall y Chery han registrado un incremento en sus ventas a tal punto que la aceptación que han tenido en el mercado produjo que otras marcas de origen chino decidan ingresar con sus marcas al mercado ecuatoriano. Entre las preferencias de los quiteños se encuentran los automóviles y los SUV que registran una participación en ventas del 43% y 36% respectivamente. Por otra parte, prefieren adquirir vehículos de fabricación extranjera puesto que solo en el año 2018 se han importado 101.416 unidades de las cuales 100.797 fueron vendidas. Además los quiteños prefieren los vehículos provenientes de China, ya que gran parte de las importaciones de vehículos en el último año, provienen de ese país.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-2- 5111849 0999767759	E-mail: jpradod7@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Samaniego López Jaime Moises		
	Teléfono: +593-4- 2206953		
	E-mail: jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			