



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**Análisis estratégico del mercado coreano del sur: viabilidad de un
consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la
industria automotriz.**

AUTORES:

**Guapi Guapi, Valentina Tatiana
Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de licenciado en
COMERCIO EXTERIOR**

TUTORA:

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia Mgs.

Guayaquil - Ecuador

A los 7 días del mes de febrero del año 2023



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Guapi Guapi, Valentina Tatiana y Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson** como requerimiento para la obtención del título de **licenciado en comercio exterior**.

TUTORA:

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, a los 7 días del mes de febrero del año 2023



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Guapi Guapi, Valentina Tatiana**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis estratégico del mercado coreano del sur: viabilidad de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz**, previo a la obtención del título de **Licenciados en Comercio Exterior**, 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 a los 7 días del mes de febrero de 2023

LA AUTORA

Guapi Guapi, Valentina Tatiana



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis estratégico del mercado coreano del sur: viabilidad de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz**, previo a la obtención del título de **Licenciados en Comercio Exterior**, 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 a los 7 días del mes de febrero de 2023

EL AUTOR

Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Guapi Guapi, Valentina Tatiana**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis estratégico del mercado coreano del sur: viabilidad de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil a los 7 días del mes de febrero de 2023

LA AUTORA

Guapi Guapi, Valentina Tatiana



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

AUTORIZACIÓN

Yo, **Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis estratégico del mercado coreano del sur: viabilidad de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil a los 7 días del mes de febrero de 2023

EL AUTOR

Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Análisis estratégico del mercado coreano del sur: viabilidad de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz**, presentado por los estudiantes **Guapi Guapi Valentina Tatiana y Tenelema Cajilema Daniel Jefferson**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (1%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	Valentina.Guapi_Daniel.Tenelema.docx (D157243333)
Presentado	2023-01-28 22:16 (-05:00)
Presentado por	monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	monica.echeverria.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	REvisión 2 Mostrar el mensaje completo 1% de estas 34 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

TUTORA

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia Mgs.

AGRADECIMIENTOS

Gracias infinitas a DIOS por su misericordia, por brindarme todo su amor y apoyo incondicionalmente en esta etapa de mi vida.

A mis padres por darme este maravilloso regalo que son los estudios, por todos los consejos brindados.

Agradezco de todo corazón a mi tutora de tesis Mónica Echeverría Bucheli por guiarme durante este trabajo, gracias por esa responsabilidad y amabilidad que tiene con sus alumnos.

Guapi Guapi Valentina Tatiana

Agradezco a Dios por la sabiduría que me brindo en esta etapa de mi vida, a mis padres que son el motor de mi vida, gracias a ellos he podido dar un paso más en el ámbito educativo y profesional.

Agradezco de manera profunda a mi tutora de tesis, Mónica Echeverría Bucheli, por sus aportes tan valiosos gracias a su dedicación y experiencia en el ámbito educativo, por su paciencia y empatía.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, por ser una institución con alto prestigio y excelencia académica, la cual me permitió adquirir muchos conocimientos.

Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson

DEDICATORIAS

Dedico mi tesis principalmente a Dios, por tenerme con vida y salud .

A mis padres por acompañarme en cada paso que doy en la búsqueda de ser mejor persona y profesional, por motivarme a seguir adelante, por creer en mí.

Así mismo a todos mis maestros que me han impartido sus conocimientos y a todas las personas que me han acompañado durante esta etapa de la vida.

Guapi Guapi Valentina Tatiana

Esta tesis va dedicada en primer lugar a Dios, por brindarme salud, y sabiduría.

A mi madre desde el cielo A mis padres por brindarme su apoyo incondicional para que todo esto sea posible.

A mis Profesores que tuvieron un rol muy importante, el de aportar sus conocimientos para que pueda desarrollarme en el ámbito profesional, y poder ser un apoyo a la sociedad.

Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Echeverría Bucheli Monica, Mgs.
TUTORA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

COORDINADOR DEL ÁREA

OPONENTE

ÍNDICE

ÍNDICE	XI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT	XVII
Generalidades de la investigación	2
Antecedentes	2
Justificación	6
Planteamiento del Problema	7
Formulación del Problema	9
Preguntas de Investigación	9
Objetivos de la investigación	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos.....	9
Delimitación del Tema.....	10
Limitaciones del Trabajo	10
Capítulo I: Marco teórico, conceptual, referencial y metodológico.....	11
Marco Teórico	11
Teorías de comercialización internacional.....	11
Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo	11
Teoría de la ventaja Monopolística	13
Marco conceptual.....	16
Estrategia de Mercado.....	16
Consortio de compradores.....	17
Cooperación - Competencia	17

Industria Automotriz.....	18
Partes y autopartes de vehículos.....	19
La cadena de autopartes	20
Métodos de investigación.....	21
Capítulo II. Influencia del mercado coreano del sur en Ecuador con respecto a la industria automotriz.....	25
Cultura de negocios de Corea del Sur.....	26
Datos generales de Ecuador	28
Capítulo III: Estudio de campo sobre la importación de la mercadería de partes y piezas de la industria automotriz.....	34
Resultados de las entrevistas realizadas a los dueños de negocios	34
Resultados de las entrevistas a Expertos.....	40
Análisis de las respuestas.....	48
Capítulo IV. Lineamientos para la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz para los pequeños negocios	50
Creación del consorcio.....	50
Objetivos	50
Objetivos Estratégicos.....	51
Misión del consorcio.....	51
Visión del consorcio	52
Valores del consorcio.....	52
Compromiso del consorcio	53
Ventajas competitivas del consorcio.....	53
Competencias del consorcio	53
Carácter del consorcio	54
Lineamientos de importación.....	54
Regímenes de importación	54

Operadores de comercio exterior.....	54
Conclusiones	65
Recomendaciones	67
Bibliografía.....	68
Anexos	74
Anexo 2. Formato de entrevista a dueños de negocios.....	80
Anexo 3. Formato de entrevistas a expertos	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Provincias con mayor número de vehículos matriculados.....</i>	3
Tabla 2	<i>Datos generales de los entrevistados.....</i>	35
Tabla 3	<i>Datos generales de los expertos entrevistados.</i>	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	<i>Origen de las marcas de vehículos vendidos en la industria automotriz Ecuatoriana.</i>	31
Figura 2.	<i>Participación de ventas de vehículos livianos por marca [unidades].</i>	32
Figura 3.	<i>Afiliados a alguna asociación</i>	36
Figura 4.	<i>Diagrama de proceso de registro como importador.</i>	62
Figura 5.	<i>Diagrama de proceso de gestión de importación.</i>	63

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal el analizar la viabilidad para la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz para las Pymes dedicadas a esta industria de la ciudad de Guayaquil, Ecuador, enfocado al mercado coreano del sur que representan el 25,3% de los vehículos en el mercado. Para ello, se llevó a cabo los métodos de investigación inductivo, analítico, exploratoria, así como con enfoque cualitativo utilizando la entrevista como fuente primaria de investigación y la investigación bibliográfica documental como fuente secundaria, para ello se entrevistaron a 7 dueños y/o supervisores administradores de negocios en la venta de accesorios y repuestos automotrices, así como a 3 expertos en comercio exterior para que den su opinión al respecto. Se evidenció que entre los factores que les impiden realizar la importación directa es el desconocimiento en la realización de la misma y la falta de capital. Por ello, se establecieron lineamientos para la creación del consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz, así como los lineamientos de importación a llevar a cabo, la diagramación del proceso de registro y de gestión de importación.

Palabras Claves: Repuestos automotrices, Importación, Pymes, Corea del Sur, Ecuador.

ABSTRACT

The present investigation has as main objective to analyze the feasibility for the creation of a consortium of buyers of parts and pieces and elements of the automotive industry for SMEs dedicated to this industry in the city of Guayaquil, Ecuador, focused on the South Korean market. which represent 25.3% of the vehicles on the market. For this, the inductive, analytical, exploratory research methods were carried out, as well as with a qualitative approach using the interview as a primary source of research and documentary bibliographic research as a secondary source, for which 7 owners and/or supervisors were interviewed. business administrators in the sale of automotive accessories and spare parts, as well as 3 experts in foreign trade to give their opinion on the matter. It was evidenced that among the factors that prevent them from carrying out direct imports is the lack of knowledge in carrying it out and the lack of capital. For this reason, guidelines were established for the creation of the consortium of buyers of parts and pieces and elements of the automotive industry, as well as the import guidelines to be carried out, the layout of the registration process and import management.

Keywords: Automotive parts, Import, SMEs, South Korea, Ecuador.

Generalidades de la investigación

Antecedentes

El comercio internacional es vital para el crecimiento de las economías de todo el mundo, pero es importante para ciertos países que están en vías de desarrollo. En este caso, las importaciones juegan un papel decisivo para satisfacer la demanda del mercado de un producto que no se produce en el país.

Este estudio se enfoca en Ecuador, oficialmente conocido como la República del Ecuador, que es un país en la parte noroeste de América del Sur. Comparte fronteras con Colombia al norte, Perú al sur y al este, y el Océano Pacífico al oeste. La capital de Ecuador es Quito, y el país está dividido en 24 provincias (Instituto Geográfico Militar, IGM, 2013). Su superficie total es de 283 561 kilómetros cuadrados Km² (Grupo Banco Mundial, 2020), e incluye a las Islas Galápagos como parte de su territorio extracontinental. Por su tamaño, Ecuador es el cuarto país más pequeño de América del Sur, no obstante, ocupa el primer lugar en términos de densidad de población en relación con el tamaño de su territorio (Indexmundi, 2022).

Las protecciones legales para los derechos ambientales se incluyeron en la Constitución Nacional de Ecuador por primera vez en la historia. Como resultado, el 20 % del país es una reserva ecológica protegida. La economía de este país es la octava más grande de América Latina y depende en gran medida de la producción y exportación de productos agrícolas, pesqueros y petroleros; sus principales importaciones incluyen combustible para sus fábricas; y su moneda oficial es dólares de Estados Unidos de Norteamérica (Coba, 2022).

Cuando la industria automotriz comenzó a desarrollarse en Ecuador en el Siglo XX, surgieron los primeros importadores y distribuidores de vehículos en las principales ciudades del país. El gobierno comenzó a reemplazar un porcentaje de las importaciones de vehículos a fines de la década de 1950, indagando el camino para las plantas de ensamblaje nacionales que impulsarían el crecimiento económico y la creación de nuevos empleos en la década de 1970 (Laso Rivadeneira, 2001).

Dado que el crecimiento económico y del empleo se considera cada vez más como un objetivo primordial y valioso para un gobierno, las industrias de automóviles y autopartes son de vital importancia para el desarrollo de cualquier país. En este momento se busca la estabilidad económica nacional en las áreas de producción, exportación y comercio manufacturero.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2017), en el Ecuador la actividad económica con mayor número de empresas es el comercio al por mayor y menor es la comercialización de repuestos automotrices que representa el 36,6 % del total de las empresas, que ha tenido un alto crecimiento por el aumento en las ventas de vehículos livianos en un 58 % y un 32 % en el 2021, siendo las marcas más vendidas las Chevrolet 60 %, Kia 33 %, Hyundai 41 % (Ekos, 2021).

Según el Anuario Estadístico de Transporte (como se citó en El Comercio, 2019), el parque automotor matriculado en Ecuador creció en más de 1,4 millones de vehículos en una década lo que lo situó por sobre los 2,4 millones de unidades. En la Tabla 1 se detallan las provincias con mayor número de vehículos matriculados.

Tabla 1

Provincias con mayor número de vehículos matriculados.

Provincia	N° de Vehículos
Pichincha	540 827
Guayas	529 603
Manabí	207 420
Azuay	154 697
Los Ríos	131 764
El Oro	116 063
Tungurahua	107 224
Santo Domingo de los Colorados	81 253
Cotopaxi	70 996
Loja	69 424

Nota. Datos tomados por el Anuario Estadístico de Transporte divulgado por el INEC y citado por el Diario El Comercio (2019).

En este contexto los productos relacionados con los vehículos y piezas automotrices provenientes de Corea del Sur, según la revista ecuatoriana de industria automotriz, Auto Magazine (2020), han sido los más escogidos por la clientela ecuatoriana puesto que al poseer precios asequibles y competitivos, han indicado ser adaptables a las circunstancias que tienen los compradores y para poder comprender de mejor manera esta situación, se menciona que durante el estado de emergencia a causa de la pandemia, los automóviles más comercializados fueron los de Corea del Sur con un 25,3 % con una totalidad de 2.857 unidades que fueron vendidas, a comparación de China que fue del 23,6 %, lo cual indica que los ecuatorianos han optado más por los productos de Corea del Sur.

Por otra parte, de acuerdo al Observatorio de Complejidad Económica (OEC, 2022), resalta que los principales exportadores de piezas y accesorios vehiculares son liderados por Alemania, China y Estados Unidos, es decir que el mercado de Corea del Sur a pesar de ser uno de los principales exportadores, no están aún dentro de los más escogidos para la adquisición de repuestos automotrices, y por esta razón se pretende analizar este mercado.

Existen varias empresas locales que se encargan de importar partes, piezas y elementos de la industria automotriz, que se encuentran en las principales ciudades del país, sin embargo, anterior a este proceso deben estar afiliadas a la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE, 2022).

Los dispositivos de fricción, los discos de freno, los tambores, los servos y los filtros de motor son algunas de las piezas de repuesto más utilizadas. En este último caso, las leyes establecidas por el Servicio Ecuatoriano de Normalización SENA incluyen el nombre del producto, la marca comercial y el país de origen, así como el número de lote del producto, la fecha de fabricación y la declaración de responsabilidad social del fabricante. Todo en la etiqueta o empaque debe estar escrito en español claro y legible (Moreno, Suarez, Izurieta, & Procel, s.f.).

Los proveedores de componentes y piezas para ensambladores conforman la industria de autopartes. Debido a que el mercado automotriz ecuatoriano en ese

momento era pequeño sin embargo en la actualidad es diverso, la fabricación de componentes para la industria de ensamblaje en el país estaba en sus primeras etapas. Solo se produjeron neumáticos, baterías, resorts de rótula y filtros de motor.

A cambio, algunos ejemplos de componentes y partes que actualmente se fabrican en nuestro país incluyen: asientos, alfombras, componentes impresos, componentes de fibra de vidrio, vidrio, plexiglás, aisladores acústicos, interruptores de encendido, filtros de aceite y aire, sistemas de suministro de combustible, baterías, mangueras, piezas de plástico, radiadores, y Tanques de Almacenamiento de Combustibles (Moreno, Suarez, Izurieta, & Procel, s.f.).

Podemos decir que Ecuador tiene una flota vehicular antigua; los altos precios en relación con los alquileres bajos y las limitaciones de suministro alargan la vida útil de los vehículos, razón por la cual el 25 % de los automóviles en circulación tenían 20 años o más en 2016. La edad promedio de vida útil de un automóvil ecuatoriano es de 13,7 años. Debido a que los vehículos necesitan más repuestos y accesorios a medida que aumentan su vida útil, al desgaste que se tiene conforme van pasando los años y la disminución de la eficiencia, estos números son buenas noticias para los intermediarios de auto partes (Cremades & Bianchi, 2016).

Varios factores económicos, como el precio del petróleo y las cuotas de importación, tienen un impacto directo en la relación de la industria automotriz con el sector financiero (González P. C., 2017). Dada la importancia de las ventas de automóviles, el uso de vehículos, el reconocimiento del comportamiento del cliente y la adquisición de clientes para el resultado final de una empresa, esto crea un caso decisivo para un análisis absoluto de las compras de inventario antes de que el propietario de una empresa se comprometa a vender un producto en particular o acoger una estrategia de marketing determinada.

La calle Ayacucho, al oeste de Guayaquil, es conocida como la “calle de los repuestos”, Aquí, se pueden encontrar partes de todas las clases y marcas de

vehículos; nuevas, usadas, originales y genéricos (El Telégrafo, s.f.). Actualmente, existen cerca de 100 locales dedicados a la venta piezas, repuestos y accesorios automotrices a lo largo de las 31 cuadras que la componen, comenzando desde la calle Machala hasta la 17, siendo el motor principal en el comercio de parte y piezas y elementos en la industria automotriz (El Universo, 2021).

Justificación

El presente trabajo investigativo es un estudio de viabilidad para la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz en donde se incluyan a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil, la cuál es de vital importancia como estrategia para disminuir los precios que afectan a la cadena de suministros al momento de importar un producto del sector automotriz, y aumentar el stock de mercadería.

La presente investigación pretende fomentar una igualdad de condiciones en las negociaciones de compra e importación de partes y piezas en la industria automotriz de Ecuador aportando al Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales y Objetivo 2: Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior del del Eje Económico del Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 (Secretaría Nacional de Planificación 2021, 2021).

Así mismo, tiene su relevancia social en el beneficio que genera a los pequeños emprendimientos dedicados a la comercialización de repuestos automotrices ya que ingresando a un consorcio de pueden manejar mejor los precios y de manera equitativa.

Este proyecto se basa a la línea de Investigación de Economía Internacional y la Sub línea relaciones comerciales internacionales de la carrera de comercio exterior de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, en donde se busca indagar las estrategias de mercado entre dos países entorno a un sector comercial mediante datos obtenidos de diversas técnicas de investigación

científica metodológicas indispensables para obtener conclusiones entorno a la viabilidad para un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz.

Planteamiento del Problema

Si bien el Gobierno de Ecuador implementó en 2019 proyectos entorno a la fabricación y ensamblaje de vehículos como 0 % en pago de aranceles en los materiales de CKD [Kit de ensamble] (Corte Constitucional del Ecuador, 2019), muchos de los componentes necesarios deben importarse de proveedores externos debido a la falta de tecnología y recursos disponibles en el país. Por lo tanto, es necesario apoyarse en la importación de ciertas partes y repuestos a través de empresas especializadas en dicho comercio y su comercialización para suplir la demanda del mercado.

La Cámara de la Industria Automotriz del Ecuador CINAE indica que el 21.3 % de los vehículos que se comercializan en el Ecuador son manufacturados localmente. La Asociación de Fabricantes de Automóviles del Ecuador AEADE manifiesta que diferentes marcas han ensamblado vehículos en Ecuador en el 2018, en donde destacan: Chevrolet, Kia, Great Wall, Hyundai, Jac, Volkswagen y Zotye son algunas de las marcas de automóviles y camiones más comunes que se fabrican en Ecuador (El Universo, 2019).

El ejecutivo de CINAE David Molina, afirmó que la participación que ha tenido el mercado local de vehículos ensamblados fue de 27,9 % en 2018, pero ha disminuido a solo 7,9 % en lo que corresponde al 2019 en comparación con el año pasado. Se explica que en ese lapso se vendieron en Ecuador 21.456 unidades de vehículos ensamblados, y que el país cuenta con tres plantas ensambladoras las cuales son: General Motors Ecuador con su marca [Chevrolet], Ciauto [Great Wall y Zotye], y Aymesa [Kia, Hyundai, Volkswagen y Jac] (El Universo, 2019).

El gerente general de Ciauto, ensambladora de autos ubicada en Ecuador, Pietro Pilo señala que solo el 22 % de los componentes como motores, baterías,

piezas de suspensión, frenos y asientos utilizados en los vehículos ensamblados se fabrican en Italia, mientras que el resto se importa de China. Además, Ambacar, anexa de la misma compañía, afirma ser la empresa con mayor porcentaje de vehículos ensamblados en su cartera comercial, con un 62 % del total de vehículos. La pérdida de participación de la industria de las partes y piezas automotrices en el mercado pueden desatar en que las marcas chinas lideren el mercado automotriz y esto podría ocasionar la pérdida de competitividad en Ecuador (El Universo, 2019).

Desde el inicio de la pandemia en el 2019 hasta el 2022 donde el comercio del país se vio afectado de manera significativa, se comenzó a reactivar económicamente a todo el Ecuador de manera progresiva. Entorno a la industria automotriz, de acuerdo con Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE, 2022), en el informe anual, señalaron que en el año 2021 el comercio se recuperó en un 21 % en ventas lo cual fue una cantidad superior a la del 2020, y además el sector automotriz reflejó un porcentaje del 39 % en ventas automotrices, cifra mucho mayor a la del 2020, y esto fue debido a todo el proceso de reactivación de la economía en el país.

Cabe mencionar que el 47 % del precio de los vehículos correspondían al impuesto al valor agregado IVA, impuesto a los consumos especiales ICE, además del impuesto a la salida de divisas ISD y aranceles complementarios en un 40 %, por lo que, el 60 % del valor del vehículo puede corresponder a pagos de obligaciones tributarias. ante esto, se eliminaron los impuestos a los consumos especiales a ciertos vehículos, según lo propuesto por la Ley para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal debido a los estragos de la pandemia (Serrano, 2022).

Sin embargo, existen otros inconvenientes, como el hecho de que el alto costo de las autopartes es el resultado de un alto nivel de intermediarios por parte de los proveedores locales [importadores], quienes aumentan el precio del producto final; ya que dentro de esta transacción de compra internacional se pueden encontrar de dos a tres intermediarios, cada uno de los cuales tiene derecho a un cierto porcentaje de comisión; y por último, a esto hay que sumarle la subida

de precio por vía marítima ya que las compras internacionales suelen ser más caras en general y el alza de costo del combustible (Diario Crónica, 2022).

Formulación del Problema

¿Cuál es la viabilidad en la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz de mercado coreano en la ciudad de Guayaquil, Ecuador?

Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el fundamento teórico para la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz?
- ¿Cuál es el mejor país para importar de partes y piezas y elementos de la industria automotriz?
- ¿Cuáles son los inconvenientes que tienen los negocios que no importan de manera directa sus productos para su posterior venta al consumidor final?
- ¿Cuáles son los estatutos necesarios para la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar la viabilidad para la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz para la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la importancia de un consorcio de compradores de partes y pieza y elementos de la industria automotriz.

- Indagar la influencia del mercado coreano del sur en Ecuador con respecto a la industria automotriz.
- Determinar mediante un estudio de campo, entrevista a negocios sobre los inconvenientes en la importación de su mercadería, para la venta al consumidor final.
- Establecer los lineamientos para la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz para los pequeños negocios del sector de la Ayacucho de la ciudad de Guayaquil.

Delimitación del Tema

El presente Proyecto tiene su campo de acción enfocado a la viabilidad para la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz para la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

País:	Ecuador
Provincia:	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Sector:	Comercial
Área:	Industria Automotriz
Delimitación Temporal:	2022

Limitaciones del Trabajo

Las limitaciones en el presente trabajo de investigación es la escasa información actualizada sobre la venta de partes y piezas y elementos de la industria automotriz, así como la influencia de las marcas coreanas en nuestro país. Otro de los inconvenientes es la accesibilidad por parte de los pequeños negocios en dar información sobre los medios que utilizan para obtener mercadería ya que mencionan que son datos reservados de la empresa.

Capítulo I: Marco teórico, conceptual, referencial y metodológico

En el siguiente capítulo se presentan los principales fundamentos teóricos entorno a la temática de estudio, así como los conceptos relacionados, y la metodología a llevar a cabo para su cumplimiento.

Marco Teórico

El crecimiento y la profundidad sin precedentes del comercio internacional de bienes y servicios es una característica sorprendente del capitalismo moderno. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2019), muchos mercados tradicionales en todo el mundo se han convertido en mercados globales en línea en el mundo interconectado de hoy. El aumento del comercio entre países se puede atribuir en gran medida al desarrollo de las tecnologías de la comunicación, especialmente Internet. Como consecuencia, el comercio internacional ha experimentado un auge durante las últimas décadas a tasas muy superiores a las de la producción de los propios países.

Teorías de comercialización internacional

Entorno a las teorías, según Guayasamín et al., (2019) “el comercio internacional se sustenta en distintas teorías, que desde diversas concepciones procuran explicar el funcionamiento de las economías y con ellas los movimientos comerciales de mercancías” (p. 51). Las que más van de la mano entorno a la temática de investigación se encuentran la teoría de la ventaja comparativa, teoría monopolista y el modelo de dumping recíproco.

Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo

David Ricardo, escribiendo hacia finales del siglo XIX en su libro Principios de economía política y fiscalidad en 1817, analizó la caída de los rendimientos provocada por el elemento fijo de la tierra y la subida de precios provocada por

el despilfarro resultante .Considera crucial el intercambio comercial con otros países ante la caída de precios en respuesta al uso de tierras marginales .Así, se estableció el principio de la ventaja comparativa , que establece que un país debe enfocarse en producir los bienes en los que tiene una ventaja comparativa (Yaselga & Aguirre, 2018).

Según Baquero y Del Pilar García (2016) haciendo referencia a la teoría manifiesta que:

Aunque una nación no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le conviene especializarse en la producción de aquellas mercancías para las que su desventaja sea menor, y el país que tenga ventaja absoluta en la producción de todos los bienes debe especializarse en la producción de aquellos cuya ventaja sea mayor. Esta teoría de la ventaja comparativa constituye una explicación del comercio internacional según las diferencias de los costos del trabajo entre los países.

Esta teoría nos indica que un país puede producir un bien a menor costo a comparación de otros países debido a que posee un factor de producción específico con un coste menor un ejemplo sencillo sería que en Corea del Sur es un país industrializado y posee maquinarias específicas para la fabricación de repuestos, en cambio Ecuador debe importar piezas y máquinas para poder ensamblar los vehículos localmente, por lo tanto, comparativamente, es mejor para Ecuador producir otros bienes que intentar producir piezas automotrices.

La teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo da a conocer que un país posee la capacidad de producir un bien a un costo minoritario, a comparación de otros países. Esto se puede dar debido a la escasez que posee una nación con respecto a los factores de producción. La ventaja comparativa nos indica que un país debe sacarle provecho a las actividades donde más ventaja tiene.

La ventaja comparativa en el comercio internacional ha resultado una buena base puesto que los países buscan comercializar bienes que no pueden llegar

a producir de manera abundante y es por eso que requieren importar productos de otros países en el cual no poseen la capacidad de producir logrando que esta teoría tome relevancia y sea aceptado por su aplicación.

Teoría de la ventaja Monopolística

Este modelo fue desarrollado Paúl Krugman en el año 1979 y se lo considera como el primero y más conocido de las nuevas teorías de comercialización internacional, brindando un lugar a un fundamental para el desarrollo de modelos bajo competencia imperfecta y economías de escala (González B. R., 2011).

Para Espeso Marra (2022) menciona que “el modelo de la teoría de la ventaja monopolística la empresa extranjera se beneficia de las imperfecciones estructurales del mercado de destino, debido a que tienen la habilidad para aprovecharse de ellas gracias a la ventaja competitiva que poseen” (p. 13)

No obstante, según González B.R., (2011) en este modelo son fundamentales dos supuestos básicos que se observan fácilmente en la realidad: a) la existencia de economías de escala internas a la empresa, y b) la preferencia del consumidor por la variedad. Así mismo propone el siguiente ejemplo:

Si dos países similares, cada uno con un sector de producción monopolísticamente competitiva, se abren al comercio, las empresas que producen una única variedad de un producto (por ejemplo, un modelo de automóvil) pueden abastecer a un mercado más amplio (mercado nacional y atender la demanda por parte de algunos consumidores extranjeros que desean ese modelo) y reducir sus costes medios. Pero el país también importa otras variedades de los productores extranjeros para satisfacer la demanda de los consumidores nacionales que desean esa variedad, dando lugar a un comercio intraindustrial (p. 111 - 112).

Vale la pena señalar que la industria automotriz tiene una de las estructuras de competencia monopolística más dinámicas entre las marcas de fabricantes de automóviles más grandes del mundo, las cuales, gracias a su dominio del

mercado, tienen un impacto significativo en la fabricación, inversión, distribución y consumo de automóviles a nivel mundial. Esto ha dado lugar a que los fabricantes de automóviles europeos y norteamericanos tradicionalmente dominantes vean una mayor competencia de las empresas asiáticas, como los fabricantes de automóviles japoneses, chinos, coreanos e indios (Ríos, Contreras, & González, 2019).

La teoría de la ventaja monopolística describe una organización de mercado común en la que las empresas tienen varios competidores, pero que cada una de estas empresas venden un producto que los diferencia esto puede ser por precio o calidad. Es decir, engloba 2 aspectos diferentes las cuales son economía de escala local y la preferencia del consumidor por la variedad, un ejemplo claro sería el mercado de los perfumes en donde, encontraremos no solo una marca de perfume si no varias marcas a elección del consumidor.

Modelos de dumping recíproco

El dumping o también conocido como competencia desleal se refiere a la fijación de precios por debajo de la tarifa actual o por debajo del costo para expulsar a los competidores y ganar participación de mercado.

Según Guzmán-Barrón (1997) puede definirse al dumping como:

...una práctica desarrollada en dos mercados independientes y sujetos a jurisdicciones distintas, donde el exportador vende sus bienes en el mercado externo a un precio inferior al que impone en su mercado doméstico. Esta conducta no solo genera una distorsión artificial en el país importador, sino que produce efectos dañinos en la economía internacional debido, fundamentalmente, a la creciente globalización y generalizada apertura de los mercados (p. 137).

En los mercados de competencia imperfecta, las empresas a veces fijan un precio más bajo para los bienes exportados que para los mismos bienes vendidos en el mercado interno; esta práctica se conoce como "dumping", en la

que una empresa fija un precio más bajo para los bienes exportados que para los mismos bienes vendidos en el mercado interno, lo que permite el comercio internacional.

No obstante, Brander y Krugman 1983 (como se citó el González B. R., 2011) elaboran un modelo en donde las empresas oligopolistas [dominadoras del mercado] abren la capacidad de llevar a cabo el dumping y realizar el comercio. González B. R., (2011) lo explica de la siguiente manera:

La empresa monopolista de cada país limitará la cantidad a vender en su mercado nacional si sabe que al intentar vender más es a costa de reducir el precio de su venta nacional y el efecto sería reducir los beneficios. En cambio, si la empresa monopolista de cada país vende su unidad adicional en el otro mercado a un precio menor, que en el mercado doméstico, obtiene un ingreso en ese mercado que se añadiría al que seguiría obteniendo en el propio (p.113).

Como resultado, las empresas tienen un incentivo para participar en lo que se conoce como "dumping recíproco", en el que exportan bienes vendiendo nuevas unidades a precios inferiores a los de los mercados nacionales.

Cabe mencionar que es evidente que la importación de bienes a precios de dumping perjudica la producción nacional, lo cual es especialmente desafortunado dado que la economía nacional se está expandiendo y se alienta a nuevas empresas a ingresar al mercado a través de la atracción de inversión extranjera.

Dumping recíproco, nos indica que esta teoría puede ser aplicable siempre y cuando haya un mutuo acuerdo entre países. Este modelo tiende a interactuar a través del gobierno local y extranjeros, prácticamente se basa en un "ojo por ojo. manifiesta que el exportador ofrece su producto al mercado internacional a un costo inferior que el mercado local y esto se da con el afán de llegar a nuevos mercados. en la actualidad se puede ver reflejado en la comercialización de repuestos originales y a su vez genéricos.

Marco conceptual

Estrategia de Mercado

Es complejo ser precisos con el concepto de estrategia, por su evolución a medida que avanza el tiempo acumulando diversos significados, no obstante, Munuera y Rodríguez (2020) lo define como:

Un conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la adecuación entre los recursos, las capacidades de la empresa y el entorno en el cual opera, y a fin de satisfacer los objetivos de los múltiples grupos participantes en ella (p. 41-42).

El término también se usa para referirse a el mejor curso de acción a tomar en cualquier situación dada o el conjunto de reglas que garantiza la mejor decisión posible en cualquier circunstancia dada. En otras palabras, una estrategia es un curso de acción planificado con la intención de lograr un estado futuro específico.

De la misma forma tampoco podemos obviar lo que se conoce como estrategia en los negocios, esta debe entenderse como una búsqueda incesante de un plan de negocios orientado a desarrollar y explotar las ventajas distintivas de la organización sobre sus competidores en un mercado global e inmediato al capitalizar las fortalezas inherentes de la empresa en términos de su estructura organizativa y competencias básicas (Bayón Pérez, 2019).

En otras palabras, las estrategias de negocio o también conocida como estrategias de marketing son un término general para todas las cosas que una empresa planea hacer en términos de publicidad y relaciones públicas. La organización realizará una investigación profunda sobre el mercado y otros factores relevantes, como las necesidades de los clientes y lo que la diferencia de sus competidores.

Consortio de compradores

Según Caballero Sierra (2021) “cuando se habla de consorcio viene inmediatamente al entendimiento la idea de asociación, de unión entre varias personas para la gestión de intereses comunes o recíprocos”. (p. 3). El término consorcio se refiere al acuerdo mediante el cual los accionistas de una empresa venden sus acciones. A cambio, se les entregará un certificado que les dará derecho a una participación en las utilidades del consorcio.

En el artículo 601 del Código de Comercio del Ecuador (2019) se define el consorcio como “un contrato mediante el cual dos o más personas, sean éstas naturales o jurídicas, o empresas se unen entre sí con el objeto de participar de manera unívoca (consorcial) en un determinado concurso, proyecto o contrato o en varios a la vez.”.

Entorno a lo manifestado el objetivo de crear consorcio es adquirir bienes por autofinanciación. De esta manera, todas las partes se benefician, ya que el consorcio tiene la flexibilidad para gestionar a las personas que forman parte de el en respuesta a las necesidades e iniciativas comerciales cambiantes.

Para ello es necesario la cooperación inter-empresarial de las pequeñas y medianas empresas, éstas van a permitir desarrollar y mejorar a su vez su competitividad y de esta manera sacar provecho de las oportunidades que se dan en los mercados internacionales producto de la globalización. Por lo tanto los consorcios de exportación e importación son un claro ejemplo de la cooperación inter-empresarial, siendo naturalmente una estrategia en el desarrollo de conglomerados y redes (Espejo, Fuentes, & Núñez, 2015).

Cooperación - Competencia

Las organizaciones empresariales pueden diversificar sus enfoques para buscar oportunidades comerciales mediante la adopción de una estrategia de competencia cooperativa, que implica forjar asociaciones con una variedad de

competidores y buscar recursos complementarios para reforzar las capacidades internas.

Esta rivalidad colaborativa se conoce como "coopetencia". Las empresas entran en una nueva dinámica en cuanto a las relaciones comerciales en este contexto, ya que la cooperación reúne asociaciones comerciales tradicionalmente antagónicas. Estas conexiones, sin embargo, subsisten durante el tiempo en que se busca un beneficio mutuo. A través de la cooperación, se insta a las empresas a iniciar acciones conjuntas con los rivales en un esfuerzo por crear valor en el mercado; al mismo tiempo, deben ser ferozmente competitivos en su búsqueda de una parte de ese valor (Gómez-Díaz et al., 2019).

Industria Automotriz

Existe una amplia gama de empresas que conforman la industria automotriz; estas empresas son responsables de todo, desde el diseño de automóviles conceptuales hasta la fabricación de componentes, el ensamblaje final del vehículo y la comercialización y distribución.

Según Martínez et al., (2022) entorno a la industria automotriz menciona que:

La industria de la automoción es un importante motor de crecimiento y prosperidad a nivel mundial, debido a su contribución social, al facilitar la movilidad de las personas de forma eficiente, segura y asequible, y a su contribución económica, como motor de innovación, generador de empleo de calidad y pilar del comercio internacional (p.5).

Al hablar del sector automotriz se está hablando de un sector vital que impulsa el crecimiento y la prosperidad global a través de sus contribuciones sociales, haciendo que la movilidad de las personas sea más ágil, segura y asequible y económicas fomentando la innovación, creando empleos de alta calidad y facilitando el comercio internacional.

Según Pinillos Romero (2020) “La industria automotriz es un grupo de organizaciones y compañías articuladas en las áreas de diseño, desarrollo, manufactura, marketing y ventas de automóviles” (p. 39) En otras palabras, la industria automotriz es un grupo de empresas y organizaciones interconectadas que se dedican a la investigación y el desarrollo, la producción, la distribución y la venta al por menor de automóviles.

Es una gran fuente de ingresos y uno de los sectores económicos más importantes del mundo, cabe recalcar que la industria automotriz no incluye talleres y estaciones de servicio que se enfocan en dar servicio a los vehículos que ya están en posesión de sus clientes.

Partes y autopartes de vehículos

Según el Observatorio de Complejidad Económica (OEC, 2022), en el 2020, a nivel internacional lo que se refiere a vehículos de motor; Piezas y accesorios fué el producto número 8to más comercializado en el mundo, siendo comercializado por un total de \$ 339MM. Entre 2019 y 2020 las exportaciones de ello cayeron en un -14,2 %, desde \$ 395MM a \$ 339MM. Este comercio representa 2,02 % del total de comercio mundial.

Las autopartes se refieren a cualquier componente individual o conjunto de componentes utilizados en el tren motriz de un automóvil que se puede comprar por separado. A esto, Gomez y Noroña (2018) mencionan que:

De las 15 mil partes que aproximadamente componen un coche, un fabricante de automóviles diseña y produce solamente algunas, otras son suministradas por sus proveedores directos. Asimismo, los proveedores directos pueden tercerizar sus actividades, al ser abastecidos por otros subproveedores y así sucesivamente (p. 124).

Cabe mencionar que la industria de las autopartes ha experimentado cambios rápidos y profundos desde la década de 1970, con consecuencias de largo

alcance para la economía global y, en particular, para las naciones en desarrollo como la nuestra (Jiménez Sánchez, 2006).

La cadena de autopartes

La cadena de autopartes es una red de suministros extensa que va desde la parte industrial hasta la parte comercial que sería la entrega del automóvil. Este proceso empieza con la obtención de los insumos de autopartes, sea mediante su producción o importación y finalmente con la comercialización, organización del servicio posventa.

Según un artículo de la Oficina comercial de la embajada de España (s.f.) sobre el ciclo de vida de los canales de distribución, la cadena en la venta de autopartes y repuestos se divide en 3 Grandes segmentos:

Primero, en las empresas que se dedican al proceso de fabricación de autopartes las cuáles dan paso a las ensambladoras para formar las diversas piezas. Segundo, las importadoras que trabajan de manera paralela con las ensambladoras y es allí en donde se observa el mayor dinamismo y poder de mercado a lo largo de toda la cadena, reflejando la competitividad entre el producto nacional con el producto importado.

Por último, las concesionarias que tienen un papel importante ya que obtienen su producto de manera directa, ellas son las encargadas del ensamblaje, y no se dedican solamente a la comercialización de los mismos, sino al cambio y al mantenimiento de los vehículos de las marcas que representan.

La cadena tiene muchas opciones para moldear y combinar la comercialización, los importadores y las concesionarias son los que tienen mas poder para controlar el mercado, ya que esto se torna en negocio interdependiente, para poder comercializarlo.

Esta da comienzo con la obtención de proveedores directos y el establecimiento de contratos de abastecimiento continuos. En donde, por

ejemplo, las importadoras [que trabajan en paralelo con las ensambladoras/concesionarias] cubren las necesidades de los clientes, cuando las concesionarias no lo realizan, proveyendo a la amplia gama de empresas externas que se dedican a la reparación y mantenimiento vehicular.

Cabe mencionar, que las importadoras pueden representantes de las diversas marcas fabricantes importando de manera directa sus vehículos y productos al por mayor, al igual que las ensambladoras, que despliegan una red de concesionarios para la comercialización al por menor de los vehículos.

No obstante, aunque no tienen el control de mercado, ingresan también las empresas comercializadoras especializadas en la venta de repuestos automotrices, que llevan a cabo la importación según las necesidades de los clientes y entorno a las características y requerimientos de las diversas marcas fabricantes de vehículos.

Métodos de investigación

El diseño de la presente investigación es no experimental; de corte transversal descriptivo, ya que se observa la problemática como tal en su entorno natural, para ser analizado; de donde se extraerán categorías, conceptos, variables, sucesos o contextos generados sin la manipulación, ni alteración de los investigadores.

El método utilizado es el inductivo; este según Palmett Urzola (2020) “se fundamenta en la corriente interpretativista y socio crítico, de lo particular a lo general es decir de los datos a las generalizaciones y la teoría, cuya cualidad elemental es la subjetividad e intersubjetividad” (p. 38).

Este método permite mediante el razonamiento obtener conclusiones de los hechos establecidos como verdaderos, en lo que respecta al intercambio comercial de la industria automotriz entre Corea del Sur y Ecuador, así como la viabilidad de un consorcio de compradores de partes y piezas; con el fin de establecer conclusiones entorno a ello.

Se llevó a cabo el método analítico con el fin de ir más allá de solo la descripción de las diversas características entorno a las partes y piezas y elementos de la industria automotriz del mercado coreano del sur; este método busca analizar del comercio entre este país y Ecuador intentando explicar el porqué de los hechos para establecer relaciones de causas y efectos que justifiquen la viabilidad de un consorcio de compradores.

Esta investigación tiene su relevancia en su investigación exploratoria, ya que no ha sido abordado con anterioridad, permitiendo conocer nuevos aspectos entorno al comercio de repuestos y autopartes automotrices, con el objetivo de comprender mejor su contexto y como llevan a cabo la importación de sus productos, así como sus inconvenientes.

Enfoque de investigación

El enfoque que se le dio a la presente investigación es cualitativo; según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) este “proporciona profundidad de los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También aporta un punto de vista fresco, natural y completo de los fenómenos” (p. 20).

Mediante este enfoque se buscó obtener una visión general sobre el comportamiento y la percepción de los dueños de negocios de la industria automotriz entorno al mercado sur coreano en Ecuador, desde su contexto natural, mediante patrones narrativos entre las variables de interés y así llevar a cabo la interpretación y descripción de dichos patrones.

Fuentes primarias

Se utilizó la entrevista estructurada como fuente principal primaria de investigación, ya que herramienta permite conocer el problema de primera mano, con el intercambio de ideas u opiniones, mediante una conversación en donde los entrevistadores cuentan con preguntas previamente realizadas sobre el tema de estudio, como en este caso la viabilidad de un consorcio de compradores de

partes y piezas y elementos de la industria automotriz; y el mercado coreano del sur. Ésta será dirigida a pequeños negocios que se ubican a lo largo de la calle Ayacucho de la ciudad de Guayaquil.

Así también, en esta sección se han utilizado libros, artículos científicos, documentos oficiales sobre la temática de estudio.

Fuentes secundarias

Como fuentes secundarias de información, se utilizó la investigación bibliográfica documental ya que permite obtener información organizada producto del análisis, reconfiguración e interpretación de diversos documentos publicados, sobre la industria automotriz, repuestos y autopartes, así como, el mercado coreano del sur de esta industria en Ecuador; información proveniente fuentes bibliográficas, artículos de periódicos, revistas, etc.

Población, muestra y muestro

La población es el elemento disponible o unidad de análisis que forma parte del contexto específico en el que se realiza el estudio, mientras que la muestra es un subconjunto estadísticamente válido de la población que tiene las mismas características básicas que el conjunto (Condori-Ojeda, 2020).

Para la presente investigación, se utilizó el muestreo de bola de nieve que, según Navarrete et al., (2021) es “consiste a través de referencias realizadas entre personas que comparte o conocen a otros que poseen algunas características que son de interés para la investigación” (p.2). Este tipo de muestreo permitirá incluir solo a las personas dueñas de negocios dedicados a la venta de repuestos automotrices, que estén dispuestas a ser parte de la investigación.

Instrumentos de recopilación de información

Cuestionario

Se realizaron dos cuestionarios, uno dirigido a los dueños negocios y otro a expertos con preguntas abiertas entorno a la temática que rodea al mercado la industria automotriz, partes y piezas y elementos, así como los productos de origen coreano del sur y su influencia en el mercado de Ecuador.

Entre las principales teorías que se tomaron en consideración se encuentran la teoría de comercialización internacional, la ventaja comparativa de David Ricardo, la teoría de la ventaja monopolística y el modelo de dumping recíproco, así mismo, en el marco conceptual se definieron las principales temáticas a abordar en la investigación como la estrategia de mercado, consorcio de compradores, a industria automotriz, las partes y autopartes de vehículos y la cadena en la comercialización de autopartes.

El diseño de investigación llevado a cabo es no experimental, de corte transversal, inductivo, analítico y exploratorio; el enfoque es cualitativo con la aplicación de la técnica de la entrevista a dueños de negocios de la industria como fuente primaria de investigación y bibliográfica documental como fuente de investigación secundaria.

Se puede observar que la teoría que más se asemeja al tema de investigación es la teoría de ventaja competitiva, debido a que un país debe especializarse en lo que mejor sabe hacer y sobre todo que dicho producto sea los más eficientemente producido, claramente eso posicionaría al mercado coreano del sur como un mercado fuerte y que pocos tienen el privilegio de estar ahí. Al momento de impórtalo, las relaciones con Corea del sur tendrían una ventaja competitiva sobre Ecuador debido a la alta mano de obra calificada y su tecnología muy avanzada, y además por su enfoque en el sector automotriz.

Se uso la metodología de bola de nieve la cual nos permitirá conocer más información de la mano de los dueños de negocio como expertos en el área, el proceso consistió en entrevistar a varios dueños de negocios para de esta manera conocer los problemas que enfrentan y saber qué posibilidades existen para que el consorcio sea viable.

Capítulo II. Influencia del mercado coreano del sur en Ecuador con respecto a la industria automotriz

Datos generales de Corea del Sur

La Península de Corea es un país soberano Oriental de Asia, ubicado en la parte sur de la península de Corea, limita al norte con Corea del norte, la cual fueron un solo país hasta 1945. Tiene a China al oeste y Japón al este quienes flanquean la península coreana de 950 kilómetros de largo y 540 kilómetros de ancho. Corea del Sur tiene una superficie total de 100.364 kilómetros cuadrados. A excepción de su extremo norte, que está conectado con el continente asiático, está rodeado por agua por tres lados, y sus llanos y montañas ocupan el 30 % y el 70 % del territorio total, respectivamente. Sólo el 15 % de la superficie montañosa se encuentra a más de 1.000 metros sobre el nivel del mar, mientras que el 65 % está formado por montañas de menos de 500 metros de altura (Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2022).

A nivel mundial, según el Observatorio de Complejidad Económica (OEC, 2022), Corea del sur, ocupa el N° 10 en términos de Producto Interno Bruto [PIB], así también, se encuentra en el número 5 entre las economías más complejas según el Índice de Complejidad Económica [ECI] y el N° 5 en exportaciones.

Las Naciones Unidas, el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional [FMI] lo clasifican como un país desarrollado. También se encuentra entre los países tecnológicamente más avanzados y mejor conectados; ocupando el tercer lugar en el número de usuarios de Internet de alta velocidad entre los miembros de la OCDE [Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico] y se encuentra entre los líderes mundiales en la producción de aparatos electrónicos, dispositivos semiconductores y teléfonos móviles. No solo cuenta con una de las infraestructuras más avanzadas del mundo, sino que también es líder mundial en la industria de la construcción naval gracias a los esfuerzos de empresas como Hyundai Heavy Industries (Nations Encyclopedia, 2022).

En 2020, Corea del Sur fue el sexto mayor exportador mundial de Vehículos de motor; Piezas y accesorios de las partidas 8701 a 8705 [así lo categoriza el OEC], con ventas por 16 millones de dólares ocupando el quinto lugar entre las exportaciones de Corea del Sur ese año. En Agosto del 2022, registró exportaciones de hasta \$ 1,55 millones e importaciones de hasta \$ 417 millones, lo que resultó en un superávit comercial de \$ 1,14 millones. Así también, de agosto de 2021 a agosto de 2022, las exportaciones de este mercado aumentaron \$ 217 millones, o un 16 %, de \$ 1,34 millones a \$ 1,55 millones, mientras que las importaciones aumentaron \$ 56,3 millones, o un 15 %, desde \$ 361 millones a \$ 417 millones (OEC, 2022).

Cultura de negocios de Corea del Sur

Los asuntos comerciales en Corea están profundamente enredados con las conexiones personales, por lo que es crucial establecer una base de confianza por adelantado. Por lo tanto, no es necesario esperar cerrar un acuerdo en la primera reunión o durante el primer viaje al país, sino establecer esa conexión, aprender sobre la cultura local y adaptarse al nuevo entorno.

Las reuniones deben programarse con al menos tres o cuatro semanas de anticipación, y la carta de invitación adjunta debe incluir traducciones al inglés y, si es posible, al coreano para garantizar que todos puedan entender y participar. Antes de intentar iniciar una relación con cualquier empresa, lo mejor es apoyarse en terceros que ya tienen conexiones dentro de la empresa.

A la hora de encontrarse con un director general [CEO] de una empresa coreana, es preferible que se encuentre con el director general de la propia empresa visitante. El envío de un subordinado a reunirse con el director general es visto como una falta de respeto, como si el subordinado no mereciera ver al otro director general.

Las reuniones a menudo comienzan con la presentación de todos los presentes. Si se da el caso, dejar presentarse primero a los superiores.

La presencia de un intérprete nativo de coreano es ideal para reuniones de este tipo porque están más familiarizados con las normas culturales y las convenciones lingüísticas del público objetivo y, por lo tanto, pueden elegir las palabras más apropiadas para la traducción en función del contexto. Aprender algo básico de coreano también es una excelente manera de mostrar respeto por la cultura local y entablar amistad con los nativos.

El intercambio de tarjetas de visita es una parte importante de estas reuniones y es casi un ritual en sí mismo. Hay que tomarlo con las dos manos y devolverlo con las mismas. Mostrar la debida deferencia al recibirlo es esencial, así como abstenerse de guardarlo inmediatamente sin antes examinarlo a fondo; esto generalmente se logra colocándolo sobre la mesa. El trato a la tarjeta de visita de alguien se ve como el trato a la persona a la que perteneces, como una extensión de ellos. Sin embargo, eso no significa que debas escribir en ellos .

Los hombres a menudo visten trajes de negocios con camisas blancas y corbatas, mientras que las mujeres se apegan a vestidos conservadores y sin joyas. Se espera que las mujeres usen un traje de negocios tradicional, completo con una falda hasta el suelo. En las reuniones, es costumbre quitarse la chaqueta solo cuando un superior se lo indique. Las mujeres deben quitarse las capas superiores de ropa (como camisas y suéteres) en privado y no en público, ya que puede parecer provocativo y poco profesional.

Nunca interrumpas a alguien más; en su lugar, espere a que alguien inicie una conversación con usted. Es mejor hacer preguntas abiertas en lugar de sí/no, ya que estas últimas pueden hacer que los coreanos se sientan incómodos; en cambio, preferirían decir "Lo intentaré" si tuvieran que dar una respuesta negativa. A su vez, no debe responder directamente con un sí o un no, y no debe presionar ni forzar las negociaciones.

Las reuniones a menudo incluyen períodos de silencio, que deben respetarse como oportunidades para la reflexión y la calma. Sostener la mirada de alguien se considera de mala educación, especialmente cuando se dirige a alguien de un estatus social más alto.

El pueblo coreano valora mucho recibir regalos de Occidente. Al recibir un regalo, es mejor devolver el favor dando algo de igual o mayor valor [pero no más; los juegos de cuatro piezas traen mala suerte, al igual que las letras rojas en las tarjetas de felicitación] (Universidad de Málaga, 2022).

Datos generales de Ecuador

Por otra parte, la economía de Ecuador en el 2020, ocupó el puesto número 65 en términos de producto interno bruto, el número 67 en términos de exportaciones totales, el número 79 en términos de importaciones totales, el número 98 en términos de PIB per cápita, y número 101 en términos de complejidad económica, medido por el Índice de Complejidad Económica [ECI] (OEC, 2022).

Entorno a las importaciones, Ecuador importó 170 millones de dólares americanos en vehículos de motor; piezas y accesorios, así mismo, está el número 17 entre lo más importado en Ecuador. Cabe mencionar que, los cinco países principales de los cuales Ecuador importa vehículos de motor, piezas y accesorios son China con 52,1 millones de dólares americanos, Estados Unidos \$ 23,4 millones, Corea del Sur \$ 23,2 millones, Japón \$ 15,8 millones y Tailandia \$ 12,8 millones (OEC, 2022).

Acuerdos entre Corea del Sur y Ecuador

En el 2022 Ecuador, retomó las negociaciones del acuerdo comercial con Corea del Sur, mediante un Acuerdo Estratégico de Cooperación Económica SECA, con la suscripción de este instrumento Corea y Ecuador afirman que ambas partes cooperarán como socios estratégicos para fortalecer los esfuerzos mutuos en la búsqueda de la adhesión a la Alianza del Pacífico y al Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico CPTPP, a fin de potenciar su posición en términos de comercio e inversión, según el Ministerio de Producción (como se citó en El Comercio, 2022).

Como se mencionó anteriormente se está fortaleciendo la cooperación ambiental bilateral debido a una visión compartida del desarrollo sostenible logrado a través de la transición ecológica y la innovación tecnológica. Ecuador como un país megadiverso y más compacto a nivel mundial, y Corea del Sur como la principal potencia mundial en tecnología verde y digital, es una combinación hecha en el paraíso político para ambos países a medida que trabajan hacia sus objetivos compartidos.

Desde el 2017 hasta el 2021, el comercio anual entre los dos países, incluido el comercio de petróleo, ha estado en general entre 700 y 900 millones de dólares, con la excepción de 2020, cuando se notó una disminución debido a la pandemia. Las estructuras productivas y comerciales de ambos países se complementan. Camarón, banano, cobre, pescado y cacao son las principales exportaciones no petroleras de Ecuador a Corea, mientras que automóviles, resinas sintéticas, autopartes, productos farmacéuticos y suministros médicos son las principales exportaciones de Corea a Ecuador (Rennella, 2022).

En la industria automotriz, según Bongwoo Koo embajador de Corea del Sur en Ecuador (como se citó en Rennella, 2022) mediante la cooperación con Corea, Ecuador puede reemplazar las importaciones y mejorar su competitividad internacional, al igual que lo hizo México.

Cabe mencionar que cuando el fabricante de automóviles de Corea del Sur, Hyundai Motor Company, exportó su primer vehículo a Ecuador en 1976 de seis unidades del modelo Pony, que marcó el debut internacional de la compañía y consolidó su posición como el quinto fabricante de automóviles más grande del mundo, quedando Ecuador registrado como el primer país al que Corea del Sur exportó su primer vehículo (El Telégrafo, 2022).

Vehículos Fabricados en Corea del Sur

Según CarWow (2022) [empresa especializada en el asesoramiento en la compra y venta de vehículos a nivel internacional], actualmente en Corea del sur,

los vehículos que fabrican se lo clasifican por marca o grupo, así como por su ubicación, entre ellas tenemos:

- Hyundai [Ulsan, Asan, Jeonju]: Genesis G80, G90, G70, Accent/Verna, Elantra/Avante, Grandeur/Azera, i10, i20, i30/Elantra touring, i40, Sonata y Veloster.
- General Motors [Bupyeong-gu, Incheon]: Buick Encore, Chevrolet Trax, Aveo, Malibu, Spark y Opel Mokka.
- SsangYong [Pyeongtaek]: Rexton, Tivoli, XLV, Korando, Musso [pickup] y Rodius/Stavic.
- Renault Samsung [Busan]: SM3 Z.E., SM6, QM6 y XM3.
- Kia [Sohari]: Kia Carnival/Sedona, Entourage, Rio, Stonic y K9/Quoris/K900.
- Kia [Hwaseong]: Optima/K5, Cadenza/K7, Forte/Cerato, Sorento y Mohave/Borrego.
- Kia [Gwangju]: Soul, Seltos, Carens/Rondo, Sportage, Bongo.
- Kia [Seosan]: Picante/Morning y Ray.

En resumen, las marcas que se fabrican en este país son: Daewoo, Hyundai, Kia, Samsung, SsangYong; siendo planta de producción de Hyundai en Ulsan es la más grande del mundo.

Mercado de la Industria automotriz entre Corea del sur y Ecuador

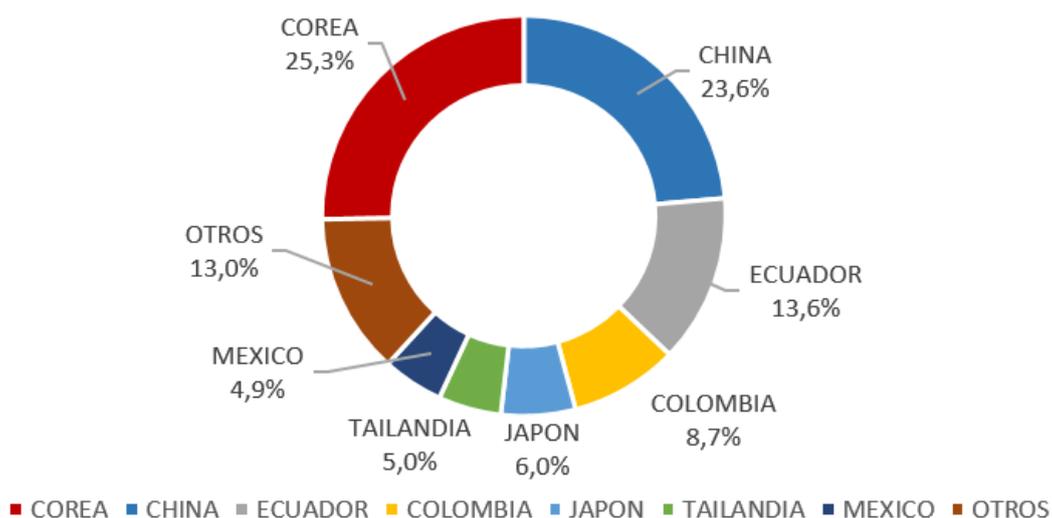
En el 2022, entre las necesidades más apremiantes de los ecuatorianos es la de poder viajar libremente sin temor a represalias producto de la catástrofe económica y sanitaria desatada por el COVID - 19 a escala nacional y mundial. Por lo tanto, las ventas de vehículos han mostrado un crecimiento paulatino para satisfacer estas necesidades, donde los vehículos coreanos son particularmente más populares entre los compradores, no únicamente por sus características técnicas, sino también por sus estrategias de mercado que aplican, como promociones agresivas, precios competitivos, facilidades de pago, que

evidencian la capacidad de adaptabilidad de estas marcas a las necesidades de los clientes.

Para una mejor comprensión, según Auto Magazine (2020) se debe analizar el comportamiento del mercado desde el inicio de la fase de confinamiento, desde mediados de marzo del 2020, podría dar luces sobre el conjunto de la industria. Las preferencias de los ecuatorianos a la hora de elegir un vehículo son claras y consistentes: los automóviles ocupan el primer lugar con el 36,3 % [12.060 unidades] y los Vehículos Utilitarios - SUV ocupan el segundo lugar con el 35,7 % [11.862 unidades] de la participación de mercado, seguidas de las camionetas con un 14,4 %. [4.770 unidades], siendo liderado por modelos y tecnología coreana, como se lo evidencia en la siguiente figura.

Figura 1.

Origen de las marcas de vehículos vendidos en la industria automotriz Ecuatoriana.



Nota. Tomado de Auto Magazine (2020).

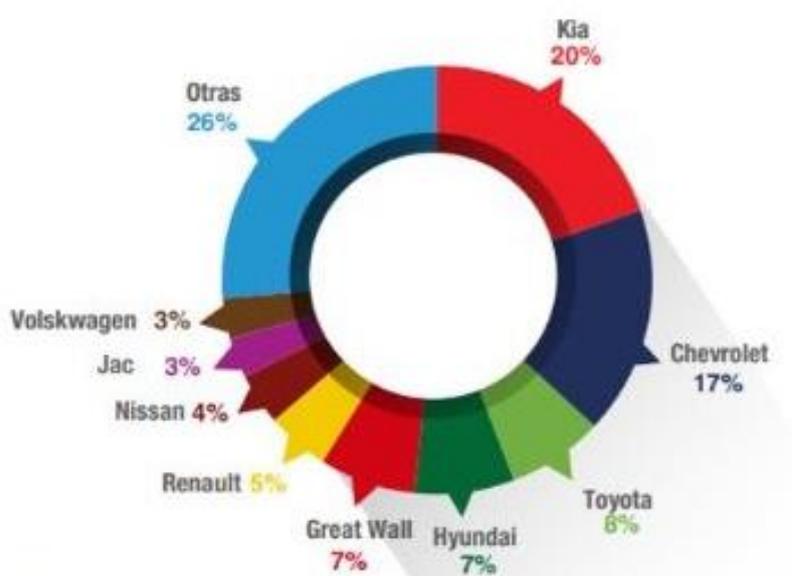
Revisando los orígenes de los vehículos vendidos durante esta era de incertidumbre [Pandemia – Covid 19] revela que los vehículos de Corea del Sur representan el 25,3 % del mercado, seguidos por los vehículos de China con el 23,6 %.

Además, Kia Motors es el líder del mercado entre el grupo de marcas coreanas vendidas en el país, con una participación de mercado del 82,9 % de los vehículos vendidos durante la pandemia, como resultado, se considera que Kia Motors ha experimentado el mayor crecimiento entre las marcas de origen asiático en Ecuador.

Según datos recabados por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador [AEADE], Kia Motors es líder en el mercado de vehículos en el país con una participación de mercado del 20 % (Auto Magazine, 2020).

Figura 2.

Participación de ventas de vehículos livianos por marca [unidades].



Nota. Como vehículos livianos se hace referencia a automóviles, camionetas y SUV. Tomado de Auto Magazine (2020).

En este segmento de vehículos livianos entre los autos con precios de entre \$ 15.001 a \$ 20.000, se destacan el Kia Picanto con un valor desde \$ 12.899, y el Kia Rio \$ 17.999; por su parte, los vehículos SUV, el rango de precios donde se concentran las ventas van desde los \$ 20.0001 hasta \$ 40.000, se destacan el Kia Sportage R con un precio de \$ 23.999, seguido por el Nuevo Sportage con un valor de \$ 29.870 (Auto Magazine, 2020).

El sector automotor ecuatoriano presenta una inclinación por los vehículos coreanos, más aún desde la pandemia de coronavirus. Lo cual se traduce también en la recuperación a mediana escala de este sector, en donde varios factores contribuyen a la consolidación de los vehículos coreanos y que se han convertido fundamentales para la decisión de compra de los ecuatorianos, representando el 25,3 % del mercado automotor, siendo Kia Motors la marca líder con un participación en el mercado de 82, 9%, cabe mencionar que entre los factores que inciden en su venta son por las innovaciones tecnológicas, seguridad, precios competitivos tanto para la compra como la posterior venta, desempeño y durabilidad, la adaptabilidad a combustibles ecoamigables.

Capítulo III: Estudio de campo sobre la importación de la mercadería de partes y piezas de la industria automotriz

Resultados de las entrevistas realizadas a los dueños de negocios

Se llevaron a cabo un total de 7 entrevistas a los dueños de negocios Pyme, dedicados a la venta de partes, piezas y elementos de la industria automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Perfil de los entrevistados

Se puede evidenciar en los datos generales de los entrevistados que en su mayoría son de entre a 35 años de edad a 41, así mismo 5 de las 7 Pymes entrevistadas quedan en la “zona de los repuestos”, conocida así popularmente al sector que se encuentra en la calle Ayacucho de la ciudad de Guayaquil. También se puede observar que 4 de los entrevistados cuentan con título de tercer nivel, mientras los 3 restantes son Bachilleres, esto es importante determinar para conocer si existe una relación entre el grado de preparación académico y su postura frente a una propuesta de formar un consorcio. En la Tabla 2 se puede observar los datos generales completos.

Tabla 2*Datos generales de los entrevistados.*

	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7
Nombre	Emanuel Ronquillo Mayorga	Jose Miranda	Sebastián Ronquillo	Juan Francisco Intriago Torres	Rubén Espinoza	Jorge De La Ese-Álava	Stalin Naupa Ushca
Edad	35 años	50 años	38 años	41 años	No respondió	41 años	23 años
Nombre de la Pyme	Codepartes	Autopartes y accesorios miranda	Autodealer	Rulintor	No respondió	Grupo Jordán	Servartu s.a
Dirección	Av. Carlos julio Arosemena, km. 3 ½ vía a Daule	Ayacucho y pedro pablo Gómez	Tulcán 1820 Ayacucho y pedro pablo Gómez	Ayacucho	Ayacucho y Carchi	Km 25 vía perimetral. Calle teca y gama	Francisco de marco 4115 entre la 15 y la 16
Ruc	0925381162	No respondió	No respondió	0916281751001	No respondió	0992461039001	0992952261001
Nivel académico	Tercer nivel	Bachiller	Bachiller	Tercer nivel	Bachiller	Tercer nivel	Tercer nivel
Cargo o función	Supervisor	Vendedor	Vendedor	Propietario – Gerente General	Vendedor	Supervisor	Propietario – Gerente General
Tiempo de funciones de la PYME	30 años	20 años	3 años	15 años	4 años	26 años	25 años
Experiencia en el área	2 meses	5 años	2 años	20 años	6 años	21 años	5 años

Nota. Información obtenida del estudio de campo.

Adquisición de productos que comercializan y razones

La mayoría de los entrevistados concuerdan que trabajan con varios importadores ya establecidos en el país, según su marca y el producto que requieran, estando entre las principales razones la calidad de la mercadería, así como las facilidades de pago que éstas les puedan ofrecer.

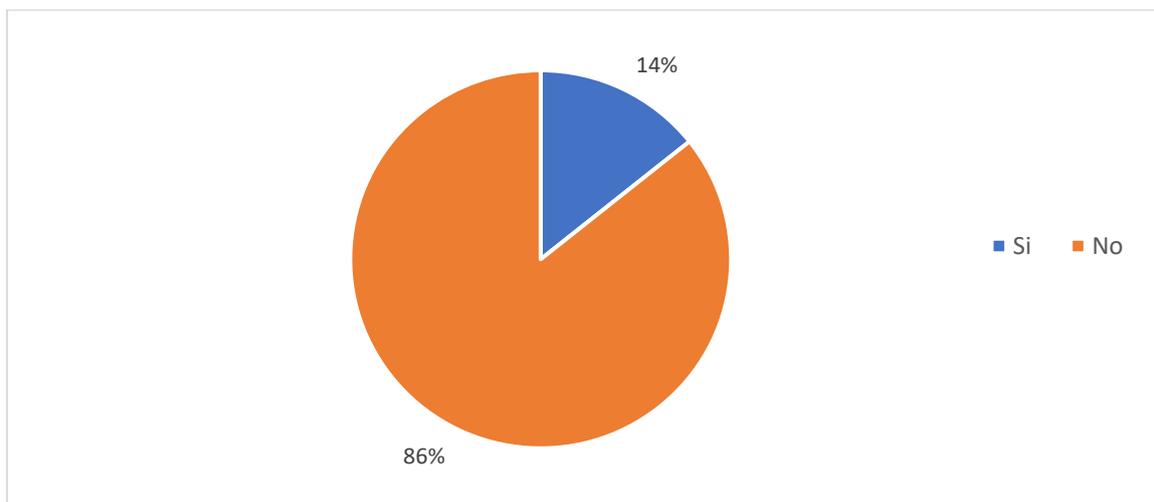
Cantidad y frecuencia de compra

Aquí varía la cantidad de frecuencia, las empresas más grandes, tienen un SKU de hasta 2500, así como una frecuencia mensual de entre \$ 8.000 a \$ 25.000, mientras que las más pequeñas de \$ 3.500 a máximo \$ 5.000.

Afiliados a alguna asociación

Figura 3.

Afiliados a alguna asociación



Nota. Información obtenida del estudio de campo.

El 86 % de los entrevistados manifiestan que no están afiliados a alguna asociación, principalmente por la falta de información y desconocimiento de asociaciones.

Productos más rentables para comercializar

Existen varios productos que son de buena rentabilidad al momento de comercializar como:

- Filtros
- Aditivos
- Motores
- Rulimanes
- Guardachoques
- Piezas electrónicas

Proveedores

Entre los principales proveedores que tienen, coincidiendo en que son importadores locales esta:

- Casa Araujo
- Electri Jordan
- Mundo Korea
- Koreauto
- Latina importadora
- Inverneg S.A.
- Kitton
- Hivimar
- ACDELCO

Marcas más vendidas

Los entrevistados coinciden que hay varias marcas en específico entre las más vendidas en lo que respecta a automóviles, esto ha variado los últimos años

con la inserción de nuevas marcas, no obstante, algunas aún se mantienen en auge en el mercado como:

- Hyundai
- Kia
- Chevrolet
- Cherry

Por otro lado, entorno a marcas de la línea de repuestos automotrices, están:

- NTN
- Bosch
- Flosser
- CTR
- Altern
- Sockets

Factores que impiden realizar una importación directa

Existen varios factores que les impiden a estas pequeñas y medianas empresa el realizar una importación de manera directa, como la confiabilidad del proveedor, garantía de la mercancía, falta de requisitos, impuestos, no obstante, todos destacan dos razones principales que son el desconocimiento acerca de cómo llevar a cabo la importación, así como la falta de capital.

Satisfacción con la calidad de repuestos que compran para comercializar

Sobre la satisfacción con la calidad de puestos, en su mayoría están de acuerdo con ello, manifestando que es muy buena y que esto se refleja en la frecuencia en las ventas de la misma, además de la garantía que ofrecen ciertas marcas.

Satisfechos con los precios que compran para comercializar

Muchos no están satisfechos del todo, por el poco margen de ganancias que obtienen, haciendo énfasis en que las importadoras se llevan gran parte de ello, obteniendo un margen de ganancia de solo un 30 %. Por otro lado, dos si están satisfechos con ello, por la garantía que suelen ofrecer, además por las facilidades en los pagos.

Qué esperarían conseguir de la conformación de un consorcio para que gestione los intereses comunes.

Lo que más esperan de la conformación de un consorcio, es que se manejen con precios rentables y accesibles, para que no tengan la necesidad de pagar a los importadores que se llevan gran cantidad de la ganancias al ser intermediarios, además de que los productos sean de calidad y con garantía.

Estaría dispuesto a unirse a un consorcio de compradores de piezas, partes y elementos de la industria automotriz.

La mayoría estarían dispuesto a unirse a un consorcio de compradores de piezas, partes y elementos de la industria automotriz, siempre y cuando la finalidad sea ayudarlos, así como la transparencia de su gestión, costos bajos, calidad de los productos, etc. No obstante, una persona no está de acuerdo por que manifiesta que es complicado trabajar con personas desconocidas y desconfía de la gestión del mismo por la cantidad de dinero de por medio.

Resultados de las entrevistas a Expertos

Datos Generales

Tabla 3

Datos generales de los expertos entrevistados.

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4
Nombres	Ing. Washington Salvatierra	Ing. Raúl Conya	Ing. Darwin Villanueva Guacho	MSc. Maria Teresa Alcívar Aviles
Cargo actual	Especialista en cooperación aduanera	Jefe de Agencia	Gerente General de Blaquimart	Docente de la Carrera de Comercio Exterior
Área de Experiencia / experticia:	Comercio Exterior	Financiera	Comercio exterior	Comercio Exterior

Nota. Información obtenida del estudio de campo.

¿Qué factores cree usted que han influido en el crecimiento de la industria automotriz en nuestro país en los últimos años?

Según la MSc. María Alcívar la industria automotriz es uno de los sectores que más se han globalizado en los últimos años a través de la deslocalización de los procesos productivos, es decir, que los diseños y tecnología innovadoras de este sector normalmente se manejan desde las matrices los procesos de producción se han diversificado buscando los mejores costos que permita una excelente posición competitiva

Así también los demás entrevistados coinciden que entre los factores que han incidido en el crecimiento de la industria automotriz en nuestro país en los últimos años creo que es el crecimiento de la economía en general, ahora las personas tienen más ingresos que los que tenían hace unos 20 años.

También mencionan la facilidad en el otorgamiento de créditos de las concesionarias, en donde se ha masificado el crédito, de tal manera que cualquier persona con un ingreso promedio de \$ 800 al mes puede comprarse un carro a crédito porque pagaría de \$ 250 a \$ 300 al mes.

Otro factor es el precio del vehículo que ha bajado por la competencia. Desde la llegada de los vehículos chinos al país que tienen toda la tecnología de vanguardia a precios bajos, todas las marcas ahora tienen modelos económicos además de los de alta gama. En el 2021 la importación de autos chinos llegó al 31,7. Ha influido también los tratados de comercio que han permitido importar sin impuestos partes y piezas tanto para repuesto como aquellas empresas que ensamblan en el país.

¿Cuál considera es el mejor país o región para importar repuestos automotrices? ¿Por qué?

Entre los principales países que consideran para importar están China, Japón, Estados Unidos y Corea del sur debido a que ellos fabrican y tienen su propia materia prima, por lo que hace que sus costos de fabricación sean muy competitivos.

Sin embargo, otro experto coincide que en general los países asiáticos y todos los de grandes poblaciones como México, Brasil, La India, por el nivel de salarios y por las condiciones favorables que dan estos países para este tipo de inversiones en que utilizan mano de obra intensiva.

Sin embargo, el Ing. Washington hace hincapié en Corea del Sur debido a que está entre los mayores productores y exportadores de vehículos del mundo y sigue en expansión pues con respecto a vehículos eléctricos, prevé este país alcanzar el 12 % del mercado mundial para el 2030.

¿Conoce Usted cómo son las relaciones comerciales entre Ecuador y Corea del sur en la actualidad?

Según los entrevistados se está trabajando en un acuerdo que profundice las relaciones económicas entre estos dos países que permita una mayor integración esto es no solamente a nivel comercial sino a nivel de las inversiones, transferencia tecnológicas y otras actividades, además Ecuador ha diversificado y aumentado las producciones de exportación para este País sin considerar las petroleras, ha aumentado Banano, Camarones, desperdicios de metales, pescado, otras manufacturas de metales, otros químicos y farmacéuticos, y cacao.

Todos coinciden que actualmente las relaciones comerciales están en su mejor momento, de tal manera que los gobiernos están en la búsqueda de un acuerdo comercial. En el 2022 se establecieron negociaciones entre Ecuador y Corea del Sur para un acuerdo comercial que se espera concluyan en la primera mitad de 2023.

¿Qué opina del crecimiento de las Pymes dedicadas a este mercado?

Es importante que las Pymes tanto agrícolas como industriales que participan en la exportación en este País permite una mayor utilización de mano de obra como una mejor redistribución de los ingresos generados por estas actividades exportadoras, por otro lado las Pymes que importan y comercializan partes y piezas, repuestos y otros componentes de vehículos así como las que se dedican a la importación de partes y piezas y demás elementos electrónicos, la generación de ingreso por esta vinculación es mucho más permeable para una mayor población.

También hace énfasis mencionan que el crecimiento del mercado de repuestos automotrices se da por el crecimiento del mercado automotriz, pues mientras más vehículos se vendan en el Ecuador, dentro de unos meses o años se requerirá repuestos sea por mantenimiento o daños. Las Pymes tienen una gran oportunidad de crecimiento en el sector de los repuestos automotrices, en

especial os locales que quedan en la calle Ayacucho conocida popularmente ya que ahí se encuentran varias pymes dedicadas a este tipo de negocio.

Según las opiniones de las Pymes dedicadas a este negocio, no importan de manera directa su mercadería. ¿Qué factores cree usted que impiden que realicen la importación directa de repuestos automotrices?

Uno de los factores que influye es las pequeñas cantidades que cada de una de ellas por separado realiza cuando lo correcto sería que exista una asociatividad en que un volumen mayor de importación de estos productos, es posible conseguir unos menores costos en la logística del intercambio además de negociar mejores posiciones en el precio, tienen que considerar que los productos son los mismos que importaciones por separado no le dan la diferencia que la diferencia está en el mejor servicio que puedan dar a sus clientes.

Los entrevistados coinciden también con que por una parte es la falta de capital para hacer importaciones, pues para importar tienen que hacerlo en altos volúmenes, por otro lado, es el desconocimiento de los requisitos legales que exige el país para la importación, es decir, los regímenes de importación.

¿Considera Usted que el proceso de importación de repuestos automotrices es un factor determinante para impedir la importación directa? Explique por favor.

Los entrevistados creen que, por una parte, sí, pues los requisitos para poder traer mercadería, artículos o repuestos constituyen trámites bastante engorrosos. Esto va desde la búsqueda de la empresa proveedora en el exterior hasta cumplir con todo lo dispuesto por la legislación ecuatoriana, impuestos, aduana, declaraciones, etc.

Por otro lado, el Ing. Darwin Villanueva dice que es algo que se puede realizar, actualmente hay muchos profesionales egresados de las universidades que dominan el tema de las importaciones, por lo que creo que mayormente el problema viene por el capital necesario para hacerlo.

No obstante, el Ing. Raúl Conya, considera que no tienen el conocimiento de las gestiones que lleva hacer la importación directa ay si este es el caso les tocaría hacer gastos como un asesor lo que implicaría un gasto, así como en la búsqueda de proveedores que brinden confianza y calidad en sus productos.

A esto la MSc. María Alcívar menciona que no es un factor determinando ya que un solo proceso con un volumen suficiente para todas las Pymes que realicen esta comercialización mejoraría notablemente su posición en el mercado e inclusive podrían considerar reexportar a los mercados cercanos como el de Perú.

¿Cree usted que la larga cadena en la venta de autopartes desde la fabricación hasta el consumidor final influye significativamente en el precio del mismo? Explique por favor.

Todos coinciden que definitivamente que sí, como todo producto, por más manos que pase el producto antes de llegar al consumidor final, más será su precio. El precio del repuesto o del artículo de decoración del vehículo es muy económico en el país de origen, son los aranceles, los impuestos de entrada lo que lo encarecen, súmele el hecho de que el importador lo vende al distribuidor a nivel nacional, éste lo vende al distribuidor del nivel local, éste lo vende a los grandes almacenes de repuestos que luego lo vende al mediano o pequeño almacén que lo vende al consumidor final, hace que llegue a valores que muchas veces superan el 600 % de su precio original.

Al existir ciertas importadoras que traen productos exclusivos de ciertas marcas. ¿Cree usted que esto afecta al mercado de esta, así como a las pymes dedicadas a este negocio?

Los expertos creen que la afectación es cualquier competencia. Siempre ha sido así, las grandes importadoras se especializan en ciertos productos, pero nunca han podido abarcar todo el mercado pues distribuyen a grandes

empresas. El nicho de mercado para las Pymes es otro, pues siempre se podrá ofrecer la misma calidad del producto a precios más económicos.

Así también, el Ing. Raúl cree que al poseer el derecho exclusivo de marca la empresa que adquiere esos derechos es la única que puede comercializar en el país destino, y si logra afectar, ya que la pequeña o mediana empresa, deberá optar por adquirirles a los dueños exclusivos, o vender algún producto genérico.

Por otra parte, la MSc. Añade que no; por lo que es importante hacer un verdadero análisis del mercado de estas autopartes en que se puede identificar grandes distribuidoras que concentran producciones de varias o casi totales marcas que se producen en Corea del Sur y desde ahí hacer la importación.

¿Cree usted que es necesario que las Pymes se organicen para la creación de un consorcio (asociación de unión entre varias personas para la gestión de intereses comunes o recíprocos) en donde importen de manera directa? ¿Por qué?

Los entrevistados manifiestan que es muy necesario, pues tendrían muchas ventajas que los beneficiaría a todos, más que todo en la reducción de costos, es importante y determinante no solo ellos ganaran en esta actividad sino también los clientes.

Según el Ing. Washington el mayor obstáculo es capital para realizar las operaciones debido a la enorme diversificación de productos y la cantidad que deberá ser al por mayor. A una sola pyme no le conviene o al menos no estaría a su alcance endeudarse tanto pues no vendería lo suficientemente rápido la mercadería para recuperar el capital. Al importar mediante un consorcio, todos aportarían en partes iguales, luego todos llevarían la misma cantidad de mercadería y entre todos venderían rápidamente de tal manera que recuperarían en poco tiempo el capital para una nueva operación de importación.

¿Cuáles considera serían los principales impedimentos para que las Pymes gestionen la creación de un consorcio de compradores que permitan realizar la importación de manera directa?

Entre los principales impedimentos para las Pymes, sería la organización, pues tendrían que sentarse a realizar conversaciones. Al inicio se requiere inversión en asesorías de experto y la contratación de alguien con conocimiento que se ponga a la cabeza del proyecto. Para el Ing. Washington es cuestión política de las pymes, luego todo va a marchar bien si se hacen las cosas bien.

Mientras que el Ing. Darwin añade que sería primero la confianza y la organización pero considero que si se trabaja con lealtad y responsabilidad puede ir muy bien y hacer de este el mejor consorcio del país.

Así también la MSc. María menciona que deben eliminar la actitud individualista que realmente estudien y miren el negocio y con esto las mejores posibilidades y que desde la academia puedan estos estudiantes que van a ser profesionales organizar estos mercados para el beneficio de todos.

¿Cree usted que con la creación de un consorcio de compradores se eliminarían los intermediarios en la distribución de partes y piezas y elementos de la industria automotriz?

Para el Ing. Washington tanto como eliminarse no, pero si cree que disminuirían pues el producto llegaría desde el fabricante, a la pyme que lo distribuye, o lo vende directamente en sus almacenes. No obstante, para el Ing. Raúl Conya no se eliminaría, pero se puede empezar a realizarlo y comenzar de a poco para que el consorcio crezca y ser ejemplo para otros mercados a que puedan seguir esta estructura.

Por otra parte la Msc, María menciona que sí, por supuesto se debe de comenzar haciendo un registro de todos los que están participando de esta actividad, y con esta información hacer una red de comunicación en que se le analice todos los beneficios que puede obtener en la asociatividad que les

permitiría fortalecer su posición de compra y disminuir los costos logísticos del intercambio comercial.

¿Le gustaría agregar algo más sobre el tema que no se ha contemplado en este cuestionario? Por favor indicar.

El Ing. Salvatierra añade que es el momento de aprovechar el mercado automotriz que está en su mejor momento. El vehículo coreano siempre ocupará los primeros lugares en ventas por su buena calidad, por lo tanto, la necesidad del repuesto por parte del mercado está asegurada. El actual gobierno está dando muchas facilidades para hacer negocios, se están disminuyendo o eliminando impuestos, lo que da mayor viabilidad a los proyectos de importación.

Por otro lado, los entrevistados Darwin Villanueva y Raúl Conya creen que bueno realizar capacitaciones en el área de costos y proyecciones de ventas, para que, al momento de realizar la próxima compra, puedan proyectar bien sus ventas y que no quede stock escaso.

Mientras que, la MSc. María dice que en el comercio exterior no solamente es promover exportaciones también es realizar efectivas importaciones y utilizar el poder de compra para ingresar y/o aumentar nuestras producciones lo que equilibraría las balanzas comerciales del País.

Análisis de las respuestas

En base a las encuestas realizadas se puede percibir que 4 de los entrevistados cuentan con un perfil académico superior mientras que los 3 restantes cuentan con el bachiller nos indican que uno de los principales impedimentos es el capital, los tramites de importación, el proceso logístico, los proveedores a buscar, la calidad que estos proveedores le puedan brindar y la postura que ellos tienen frente a la formación de un consorcio es buena debido a que nos indicaron que si les gustaría formar parte de este siempre y cuando los beneficios sean buenos tanto como para ellos y para sus clientes, otro punto de vista que observamos es que se consigan buenas proveedores que además de ofrecer calidad también los ayude con las formas de pago puede ser está a créditos , con cheques, etc

Los años de experiencia también juegan un rol muy importante ya que como podemos observar la mayoría de los encuestados son personas adultas. También nos hemos fijado que en las largas cadenas que se van formando debido a que pasa de un intermediario a otro se torna cada vez más costoso, pero siempre hay un mercado disponible, debido a que ciertos importadores, pueden traer productos automotrices, pero que no logran abarcar todo el mercado porque es muy amplio.

Otro hallazgo muy importante se pudo observar es que no es beneficioso que solo una o dos pymes puedan traer mercaderías, si no más empresas para que pueda ser distribuida de manera acorde, de manera equitativa, equilibrada. Esto hace que la importación sea de beneficio para el consorcio, y pueda tener amplitud de productos, pudiendo así satisfacer aún más al mercado que requieren estos productos.

La tendencia es positiva con respecto a la creación, ya que la mayoría de los dueños de negocios si optan por la creación del consorcio, porque al conocer sus problemas financieros, el capital corto, el mercado que a veces se restringe con algunos productos que ofrecen este tipo de mercaderías automotrices, contra todos los beneficios que daría el consorcio, es ya un hecho positivo.

Así también se puede reducir el costo de la experiencia también es algo muy favorable, ya que, al no ser expertos en el tema, tendrán esta disminución de riesgo, conformando el consorcio.

Al principio no sabían que exactamente era un consorcio por lo que se tuvo que explicar a cada uno de los entrevistados, por lo que dejó una sensación positiva, y pocos nos comunicaron que no estarían de acuerdo ya que siempre se ha manejado bajo la premisa, de querer obtener ganancias individualmente y velar por sus propios intereses.

Según las encuestas realizadas se evidencian diversas posturas entorno a la importación de mercadería de partes y piezas de la industria automotriz, en donde se pudieron evidenciar diversos puntos de vista de parte de los dueños de este tipo de negocios como la frecuencia de compra que va desde los 3.500\$ hasta los 8.000\$ para alimentar su stock mensualmente, así como que no se encuentran afiliados y desconocen sobre alguna asociación o gremio que los represente. Entre los factores que les impiden realizar una importación directa destacan el desconocimiento de cómo llevar a cabo la importación como la falta de capital, por lo que mayoría estaría dispuesto a unirse a un consorcio para que les ayuden en la importación directa de su mercadería.

Capítulo IV. Lineamientos para la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz para los pequeños negocios

Para la importación de repuestos automotrices a través de un consorcio conformado por las pequeñas y medianas empresas hasta llegar al consumidor final, se deben seguir una serie de pasos, y trámites legales que se detallan a continuación.

Creación del consorcio

Para la creación de un consorcio se debe elaborar la escritura de constitución del consorcio de compradores de partes y pieza y elementos de la industria automotriz para los pequeños negocios.

En el documento rector del consorcio de exportación deberá constar: su nombre, su domicilio social, su objeto, sus obligaciones, sus prohibiciones, su duración, los requisitos de ingresos de sus integrantes, el número de sus asociados, las obligaciones de sus partícipes, los procedimientos para retirar asociados, los fondos del consorcio, la presentación de su balance, su estructura orgánica y las demás disposiciones de la normativa; para más detalle ver Anexo 1.

Objetivos

- Velar por los mejores intereses de nuestros socios fomentando el cumplimiento de la ley, la comunicación abierta y la innovación continua.
- Colaborar con las PYMES asociadas para garantizar la viabilidad a largo plazo de los negocios, brindando nuestro apoyo a sus iniciativas para hacer avanzar la industria automotriz.

- Fomentar la introducción de tecnologías automotrices de vanguardia, así como la provisión de partes, piezas, elementos y servicios que satisfagan la necesidad de movilidad social.
- Hablar en nombre de las PYMES en la venta de partes, piezas y elementos de la industria automotriz, que juntas brindan empleos, impulsan la economía nacional con ventas diariamente y ayudan al progreso del país mediante la difusión de tecnologías de movilidad de vanguardia.

Objetivos Estratégicos

- Reforzar la posición del consorcio como fuente de información y voz autorizada en la venta de partes, piezas y elementos de la industria automotriz entre los principales grupos de interés.
- Impulsar la visibilidad y la buena voluntad de la industria ante los ojos del público y el mercado.
- Promover la profesionalización de la industria automotriz a través de la capacitación y certificación del personal de la estructura organizacional de las empresas afiliadas.
- Una forma de estimular la industria del automóvil es establecer una estrategia de gestión que asegure ferias comerciales y otros eventos de alta calidad.
- Fortalecer a el consorcio desde dentro en materia tecnológica, procedimental, de servicios, de comunicación, financiera y administrativa.

Misión del consorcio

Ser un referente tanto de manera técnica, innovadora y proactiva dedicada a servir a sus miembros y al desarrollo de la nación mediante el fomento de la competitividad en la venta de partes, piezas y elementos de la industria automotriz.

Visión del consorcio

Ser reconocidos en todo el territorio nacional como un consorcio de PYMES referente que:

- Tiene una gestión empresarial responsable que promueva el crecimiento de la venta de partes, piezas y elementos de la industria automotriz.
- Impulsa la innovación económica nacional, la competitividad y el dinamismo.
- Persigue el cumplimiento de los requerimientos de movilidad de la sociedad.

Valores del consorcio

- **Innovación:** Estar siempre a la vanguardia de lo que el mercado de la industria de partes, accesorios y elementos de la industria automotriz exige, así como contar con todas las herramientas indispensables para simplificar el método de abastecimiento de mercadería a las PYMES.
- **Libertad:** Por el bien de la libertad, abogar por el derecho a iniciar y administrar un negocio, participar en el libre comercio, participar en la competencia leal.
- **Liderazgo:** Adoptar una postura proactiva y autorizada hacia las empresas de la industria automotriz y otras partes interesadas, teniendo como meta ayudar a la PYMES.
- **Respeto:** Reconocer la variedad de perspectivas que estarán presentes en la gestión, de igual manera aceptar con tolerancia, el derecho de los interlocutores a expresarse.
- **Servicio de calidad:** Ir más allá de las expectativas de los afiliados; con alegría y confianza.
- **Sinceridad:** Estar comprometidos a ser abiertos y comunicativos acerca de las motivaciones e intenciones, y aceptar la responsabilidad por los resultados de las acciones tomadas.

Compromiso del consorcio

Después de observar el mercado local de partes, piezas y elementos de la industria automotriz, que se concentra a lo largo de la Avenida Ayacucho hasta la Calle 17, de la ciudad de Guayaquil, siendo el objeto de estudio; se hizo evidente que los precios eran significativamente más altos de lo que serían si los productos se importaran directamente, sin pasar por los numerosos intermediarios que controlan actualmente el mercado. El compromiso es con aquellas pequeñas y medianas empresas que confían únicamente en el precio fijado por las empresas importadoras en el mercado, para que hagan lo mismo mediante el consorcio y obtengan más ganancia sin elevar excesivamente los precios para el usuario final.

Ventajas competitivas del consorcio

El servicio contratado es bastante diferente al que se realiza convencionalmente por las grandes empresas importadoras de esta mercadería. Por lo que, se tiene la obligación integral de hacer una conexión directa entre el proveedor o exportador internacional y el distribuidor final (PYMES), en contraposición a la práctica típica de adquirir bienes a través de un importador nacional que luego los vende a un mayorista. Esta propuesta se basa en la idea de que un consorcio que opere en el mercado ecuatoriano, pueda asesorar, gestionar y representar a las MYPES para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Competencias del consorcio

El estudio de campo se encontró que el costo de adquirir partes, piezas y elementos de la industria automotriz variaba más debido a los porcentajes agregados por intermediarios que por el costo en sí del producto.

Como alternativa a pagar más o depender de un importador nacional, se consideró realizar una mejor oferta a estos comercios para la compra de sus

bienes, siendo intermediarios sin ganar una comisión al respecto, dado que en el país no existe tal sector de fabricación de repuestos, los importadores pueden explotar el mercado con relativa facilidad.

Carácter del consorcio

Las necesidades atendidas por este servicio están orientadas en su mayoría a mejorar las comodidades del consumidor final y de las MIPYMES asociadas sienten estas nuestro principal público objetivo, han expresado su aprobación por nuestro servicio y expresaron su entusiasmo por la oportunidad de lanzar un proyecto que reduciría su dependencia de proveedores extranjeros. En pocas palabras, la creación de un consorcio tiene un espíritu empresarial y ayuda a la industria afectada de nuestra población objeto a estudio.

Lineamientos de importación

Regímenes de importación

En un régimen de libre comercio, las mercancías extranjeras pueden circular sin restricciones dentro del territorio. Los productos producidos en el extranjero o en una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden permanecer en el país siempre que se paguen los derechos e impuestos correspondientes, según lo establece el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones 2018.

Por lo que el consorcio estará obligado a presentar una declaración entorno el régimen 10, ya que participará en el comercio internacional como distribuidor de partes, piezas y elementos de la industria automotriz. Por lo tanto, es responsable de pagar los derechos, aranceles y tasas aplicables por los servicios aduaneros con base en el valor declarado de las mercancías que ingresan al país.

Operadores de comercio exterior

Importador

El consorcio actuará como importador; ellos serán los encargados de realizar los trámites necesarios para introducir legalmente las piezas de vehículos al mercado ecuatoriano. Cabe destacar que el importador da fe de su condición al hacer constar en la factura comercial, el documento de transporte y demás documentos exigidos por las normas y reglamentos del órgano administrativo aduanero.

Operadores de transporte

El término "operador de transporte" se refiere a una empresa que presta servicios dentro del territorio aduanero en nombre de líneas aéreas, ferrocarriles, líneas navieras, empresas de camiones o proveedores de transporte multimodal con sede en el extranjero que operan dentro de las fronteras nacionales y están sujetos a la autoridad aduanera. Se anticipa que los operadores de buques de movimiento de carga del consorcio incluirán a Hamburg Sud, Evergreen, Hapag-Lloyd, Maersk y Mediterranean Shipping Company.

Agentes de carga

Los agentes de carga deben proporcionar una variedad de documentos de envío, incluidas las tarjetas de embarque para el transporte marítimo, los manifiestos de embarque para viajes aéreos, los recibos de entrega para el transporte terrestre y los manifiestos para mercancías, etc.

Por esta razón, se espera que GPlogistics se encargue de la logística de importación para el consorcio, ya que es el líder de la industria en términos de velocidad y eficiencia en el manejo de trámites aduaneros y envíos nacionales e internacionales. Vale la pena señalar que GPlogistics ha estado en el negocio durante 19 años y que tiene 576 agencias afiliadas en todo el mundo. Alrededor de 13.300 envíos fueron registrados por la agencia de carga en territorio ecuatoriano al cierre del año 2021.

Agentes de Aduana

En el caso de las importaciones, los agentes de aduana son personas naturales o jurídicas autorizadas para realizar el despacho de mercancías mediante la firma de una declaración aduanera. Cada agente de aduanas debe cobrar a los clientes por sus servicios de acuerdo con el cuadro de honorarios mínimos fijado por la autoridad aduanera, y los agentes aduane cuentan con una licencia con una vigencia de cinco años.

RIVIMP SA, con sede en Guayaquil, es la más accionada como agente de aduana por la confiabilidad y rapidez con la que maneja los trámites para el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Cabe destacar que la empresa ha sido galardonada con la prestigiosa certificación BASC, que verifica procedimientos de comercio internacional confiables, seguros y rápidos. Además, el mencionado corredor de carga brinda el asesoramiento técnico y profesional que necesitan los importadores en cantidades sustanciales.

Obligaciones

Entre las obligaciones que debe de llevar a cabo el consorcio como operador de comercio exterior son:

- Tener todos los requisitos de la administración aduanera.
- Guardar todo tipo de documentación por un periodo de 5 años.
- Evitar la integridad aduanera.
- Entregar todo tipo de documentación a la autoridad de la aduana si lo requiere, así como en el tiempo establecido.

En el presente proyecto de importación, el consorcio tiene que estar bajo cualquier indagación llevada a cabo por parte de las instituciones nacionales encargadas del control, gestión, organización y supervisión de las actividades ligara a la importación de mercadería.

Entre ellas están el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, quien es la entidad encargada de chequear la documentación de importación, cancelación de tributos, etc., y todo lo relacionado con la actividad desde que se comienza a hacer la importación.

También están, los ministerios que conformar el comité de comercio exterior; siendo entes reguladores entorno a las actividades ligadas al comercio exterior del país; entre ellos están el Ministerio de Producción, Comercio exterior, Inversiones y Pesca, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Ministerio de Economía y Finanzas, Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana.

Operaciones de importación

Requisitos y documentación del importador

El consorcio tiene las obligaciones de registrarte en el Servicio de Rentas internas para poder llevar a cabo la actividad de importación de repuestos automotrices en el campo ecuatoriano, para ello tienen que cumplir con una serie de requisitos para obtener la licencia como importador que son:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de cédula de la persona encargada
- Tener firma electrónica.
- Estar registrados en el sistema ECUAPASS

Cabe mencionar que los repuestos automotrices no son considerados como mercancía que se tenga que llevar a cabo un control previo al embarcar. Por tal motivo, el consorcio quedaría excluido de la obligación de mostrar documentación de verificación por las entidades que habilitan el ingreso de mercancía como notificaciones sanitarias, fitosanitarias, zoonosanitarias.

No obstante, si tiene la obligación de presentar documentos de soporte ante la Aduana para realizar los trámites de importación como documento de transporte, factura comercial, certificado de origen, póliza de seguro.

Entre la documentación de transporte que debe de presentar el consorcio en conjunto con la empresa encargada de ello para el trámite respectivo de declaración aduanera de importación correspondiente debe de constar los siguientes según el modo de envío:

- Conocimiento de embarque
 - Datos de la empresa embarcadora
 - Datos del consignatario
 - Datos del exportador
 - Datos del importador
 - Puerto de destino
 - Puerto de origen
 - Importe del flete
 - Condiciones de pago
 - Número del contenedor
 - Número de bultos
 - Descripción de la mercadería
 - Fecha de embarque
- Guía
 - Datos del embarcador
 - Datos del consignatario
 - Aeropuerto de destino
 - Aeropuerto de origen
 - Número de vuelo
 - Condiciones de pago
 - Importe del flete
 - Número de bultos
 - Descripción de la mercadería
 - Fecha y lugar de emisión
- Carta de porte

- Identificación del transportista
- Identificación del vehículo
- Consignatario
- Cantidad de bultos
- Descripción de la mercancía
- Importe del flete
- Fecha y lugar de emisión

Declaración aduanera de importación

La información que debe de presentar el consorcio ante la declaración aduanera de importación ante el SENA son:

- Identificación del declarante
- Identificación del medio de transporte
- Descripción de la mercancía, origen procedencia y valor comercial
- Declaración andina de valor
- Autoliquidación de los tributos

Cabe mencionar que esta información debe ser proporcionada en un tiempo de 15 días laborables previa a la llegada de la embarcación.

Modalidades de Aforo

Los canales de aforo que pueden efectuar en la importación de los repuestos automotrices por parte del consorcio a escoger son:

- Automático
- Electrónico
- Documental
- Físico

Tributos al comercio exterior

Derechos arancelarios

Los impuestos sobre la mercancía importada pueden ser ad-Valorem, de manera específica o mixtas aplicándose sobre el total del costo, el seguro y el flete.

Estas tarifas arancelarias se pueden verificar en la Nomenclatura de Designación y Codificación de Mercancías del Ecuador, en donde para impuestos de repuestos automotrices, al ser el consorcio un intermediario para las diversas PYMES que ofrecen variedad de productos, se pueden encontrar en las siguientes secciones:

- Sección XVI: máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.
- Sección XVII : Material de transporte.

Cabe mencionar que en cada sección, se encuentra los códigos de cada subpartida según los productos, así como la tarifa arancelaria.

Impuestos

Los impuestos a cancelar el consorcio de compradores en las operaciones de comercio exterior son:

- Impuesto al valor agregado que es el 12 % sobre la base imponible, ad Valorem, FODINFA e ICE.
- Fondo de desarrollo para la infancia que es el 0,5 % sobre la base imponible.
- Impuesto a los consumos especiales, este porcentaje varía según el tipo de mercancía que se importe.

Tasas por servicios aduaneros

El SENA es la encargada de las tarifas de pago de los servicios aduaneros, las tasas se detallan a continuación, según el servicio.

- De control
- De almacenaje
- De análisis de laboratorio
- De inspección
- De vigilancia aduanera

Proceso logístico del consorcio

A continuación, se presenta mediante diagramas el proceso logístico a llevar a cabo para la importación por parte del consorcio, cabe mencionar que en ello, se toma en consideración toda la documentación indispensable para la operación de comercio exterior. Este se divide en dos diagramas, el proceso de registro como importador y el proceso de gestión de importación.

Figura 4.

Diagrama de proceso de registro como importador.

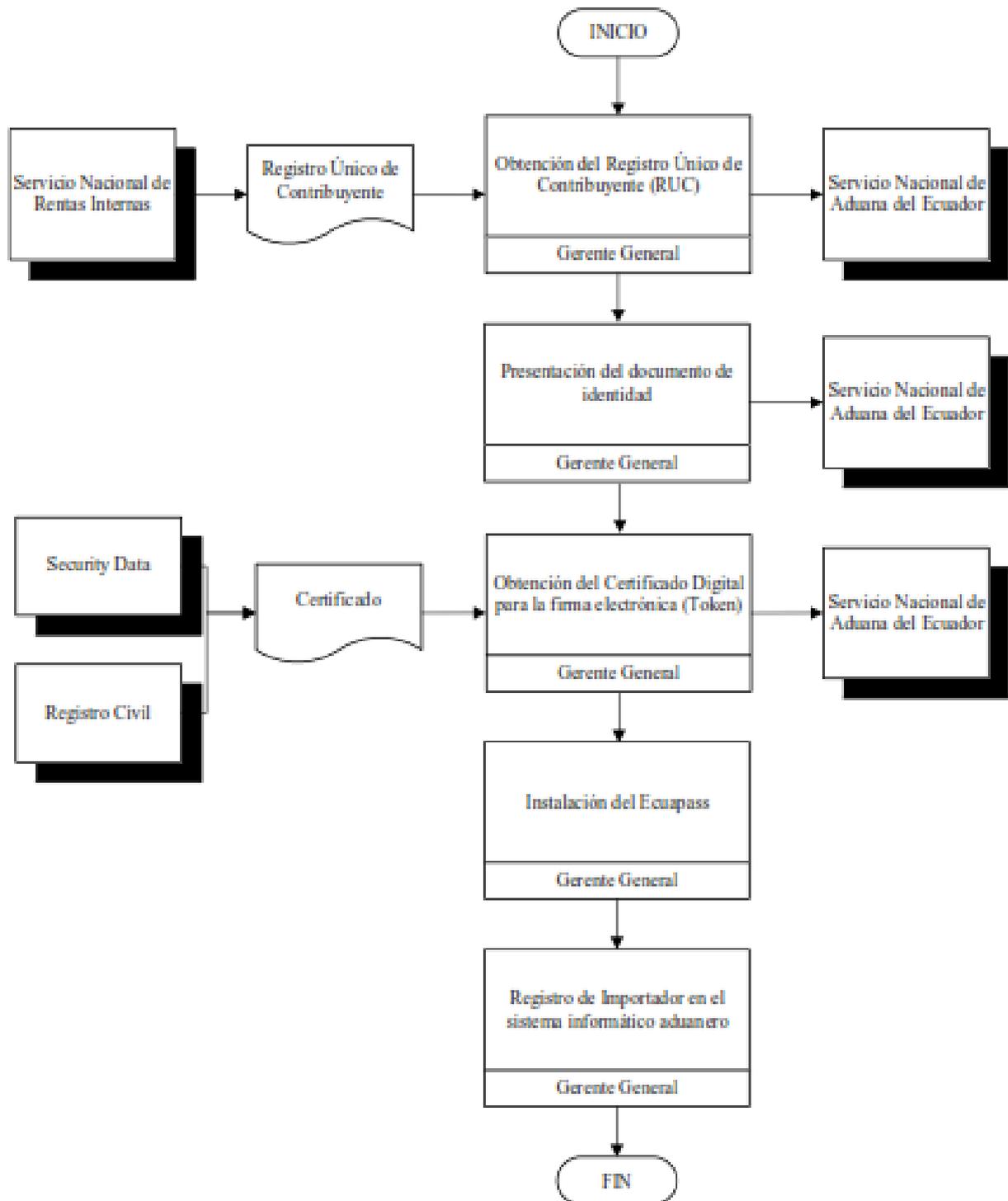
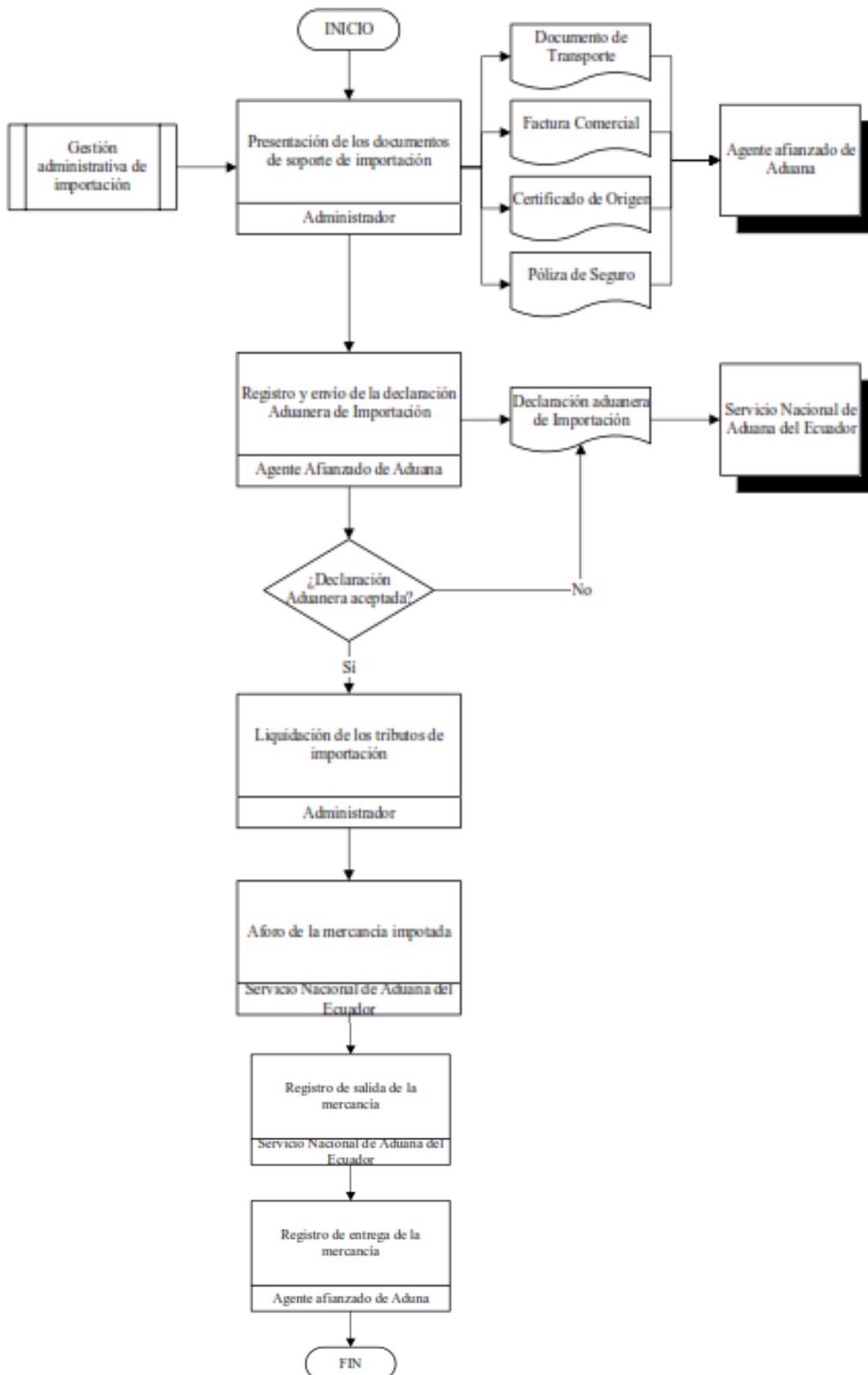


Figura 5.

Diagrama de proceso de gestión de importación.



Entre los lineamientos que se deberían seguir en primer lugar es la elaboración de la escritura de la constitución del consorcio en conjunto con todos sus representantes, así como la obtención del RUC, constar en el sistema ECUAPASS y todos los demás requisitos para obtener el registro como importador. Para luego proceder a realizar los lineamientos de importación que consiste en la presentación de los documentos de soporte de importación, el registro y envío de la declaración aduanera, la liquidación de los tributos de importación, aforo de la mercancía, registro de salida de la mercancía y entrega de la misma.

Dando cumplimiento con los objetivos de la investigación y según los datos obtenidos de los diversos tipos de investigación utilizados se pudo analizar que el mercado coreano del sur es líder en Ecuador entorno a partes piezas y elementos de la industria automotriz, además que existe una buena relación comercial entre estos dos países.

Cabe mencionar que en Ecuador, esencialmente en la ciudad de Guayaquil, al ser el eje económico del país, existe una gran cantidad de negocios que se dedican a la actividad de ventas de partes y piezas y elementos de la industria automotriz, no obstante, en su mayoría son medianos y pequeños negocios MiPymes que dependen de las importadoras que como intermediarios se les lleva gran parte de su ganancia, afectando también al consumidor final, ya que tendría que pagar un valor más altos.

Los dueños de estos negocios según la investigación de campo manifestaron que su principal inconveniente es el desconocimiento para hacer una importación directa, por tal motivo, se encuentran de acuerdo con la creación de un consorcio que los representen y a su vez que coadyuven en la importación directa, sin necesidad de acudir a intermediarios, por tal motivo, se concluye que si es viable la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz para la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

Conclusiones

Se puede observar que la teoría que más se asemeja al tema de investigación es la teoría de ventaja competitiva, debido a que un país debe especializarse en lo que mejor sabe hacer y sobre todo que dicho producto sea lo más eficientemente producido, claramente eso posicionaría al mercado coreano del sur como un mercado fuerte y que pocos tienen el privilegio de estar ahí. Al momento de impórtalo, las relaciones con Corea del sur tendrían una ventaja competitiva sobre Ecuador debido a la alta mano de obra calificada y su tecnología muy avanzada, y además por su enfoque en el sector automotriz. Se usó la metodología de bola de nieve la cual nos permitirá conocer más información de la mano de los dueños de negocio como expertos en el área, el proceso consistió en entrevistar a varios dueños de negocios para de esta manera conocer los problemas que enfrentan y saber qué posibilidades existen para que el consorcio sea viable.

El sector automotor ecuatoriano presenta una inclinación por los vehículos coreanos, más aún desde la pandemia de coronavirus. Lo cual se traduce también en la recuperación a mediana escala de este sector, en donde varios factores contribuyen a la consolidación de los vehículos coreanos y que se han convertido fundamentales para la decisión de compra de los ecuatorianos, representando el 25,3 % del mercado automotor, siendo Kia Motors la marca líder con una participación en el mercado de 82,9%, cabe mencionar que entre los factores que inciden en su venta son por las innovaciones tecnológicas, seguridad, precios competitivos tanto para la compra como la posterior venta, desempeño y durabilidad, la adaptabilidad a combustibles ecoamigables.

Se pudo determinar en el estudio de campo, mediante entrevistas realizadas a los dueños y/o supervisores de negocios Pymes dedicadas a la actividad de la venta de repuestos automotrices que entre las marcas de más ventas son las de origen Coreano; así también que entre los factores que les impiden realizar la importación directa es el desconocimiento en la realización de la misma y la falta de capital.

Según las encuestas realizadas se evidencian diversas posturas entorno a la importación de mercadería de partes y piezas de la industria automotriz, en donde se pudieron evidenciar diversos puntos de vista de parte de los dueños de este tipo de negocios como la frecuencia de compra que va desde los 3.500\$ hasta los 8.000\$ para alimentar su stock mensualmente, así como que no se encuentran afiliados y desconocen sobre alguna asociación o gremio que los represente. Entre los factores que les impiden realizar una importación directa destacan el desconocimiento de cómo llevar a cabo la importación como la falta de capital, por lo que mayoría estaría dispuesto a unirse a un consorcio para que les ayuden en la importación directa de su mercadería.

Entre los lineamientos que se deberían seguir en primer lugar es la elaboración de la escritura de la constitución del consorcio en conjunto con todos sus representantes, así como la obtención el RUC, constar en el sistema ECUAPASS y todos los demás requisitos para obtener el registro como importador. Para luego proceder a realizar los lineamientos de importación que consiste en la presentación de los documentos de soporte de importación, el registro y envío de la declaración aduanera, la liquidación de los tributos de importación, aforo de la mercancía, registro de salida de la mercancía y entrega de la misma.

Recomendaciones

Es indispensable que las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la venta de partes, piezas y elementos de la industria automotriz, entren en conversaciones para la creación de un consorcio, que gestione la importación de mercadería de los proveedores internacionales para que realicen una venta directa al consumidor final sin necesidad de pasar por intermediarios.

Que el Gobierno del Ecuador continúe con las negociaciones y acuerdos comerciales con Corea del sur, a fin de potenciar su posición en término de comercio e inversión, importar repuestos de la industria automotriz y así mejorar su competitividad internacional, así mismo, ayudar con créditos a las Pymes dedicadas a este negocio y de esta manera impulsar al crecimiento de los vehículos de origen coreano en Ecuador.

Que los dueños de las Pymes dedicadas a la venta de partes, piezas y elementos de la industria automotriz, se capaciten e informen sobre los procesos a seguir para la importación directa de su mercadería, al igual que formen parte de un consorcio en donde de lleve a cabo esta a actividad para de esta manera reducir los intermediarios que hacen que suban los precios al momento que llega al consumidor final.

Se recomienda la creación de un consorcio de compradores, basados a los lineamientos propuestos, que coadyuven a establecer una conexión directa entre el proveedor o exportador internacional y el distribuidor final para de esta asesorar, gestionar y representar a las Pymes para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Bibliografía

- AEADE. (2022). *Afiliados*. Obtenido de Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador: <https://www.aeade.net/afiliados/#1481667035869-331a6c3f-ef9d>
- AEADE. (Marzo de 2022). *Anuario 2021*. Obtenido de Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador: <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2022/03/Anuario-Aeade-2021.pdf>
- Auto Magazine. (20 de Julio de 2020). *Marcas Coreanas lideran el mercado automotriz*. Obtenido de Revista Auto Magazine: <https://automagazine.ec/marcas-coreanas-lideran-el-mercado-automotriz-ecuatoriano/>
- Baquero, M., & Del Pilar García, M. (2016). *Minería y desarrollo. Tomo 2: Medio ambiente y desarrollo sostenible*. Bogotá: Universidad Externado.
- Bayón Pérez, J. (2019). *Fundamentos de estrategia*. Madrid: Elearning.
- Caballero Sierra, G. (2021). *Los consorcios público y privados*. Bogotá: Temis S.A.
- Carwow. (2022). *Marcas de coches coreanas*. Obtenido de Carwow: <https://www.carwow.es/marcas-de-coches-coreanas#gref>
- Coba, G. (19 de Enero de 2022). *Las importaciones crecen con más fuerza que las exportaciones*. Obtenido de Revista Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/importaciones-crecimiento-mayor-exportaciones-ecuador/>
- Código de Comercio. (2019). *Capítulo Segundo El Consorcio Mercantil*. Quito: Asamblea Nacional.
- Condori-Ojeda, P. (2020). *Universo, población y muestra*. Curso Taller. Obtenido de <https://www.aacademica.org/cporfirio/18>
- Corte Constitucional del Ecuador. (2019). *Resolución No. 025-2018. Segundo Suplemento - Registro Oficial N° 398*. Quito: Editora Nacional.
- Cremades, A., & Bianchi, M. (2016). *El mercado de repuestos para automóviles en Ecuador Abril 2016*. Quito: ICEX España Exportación e Inversiones. Obtenido de <https://docplayer.es/20251972-El-mercado-de-repuestos->

- para-automoviles-en-ecuador-abril-2016-este-estudio-ha-sido-realizado-por-alberto-cremades-rocamora-y-mar-bianchi-calero.html
- Diario Crónica. (12 de Enero de 2022). *Alto precio de los repuestos para vehículos preocupa a la ciudadanía* . Obtenido de Diario Crónica: <https://cronica.com.ec/2022/01/12/alto-precio-de-los-repuestos-para-vehiculos-preocupa-a-la-ciudadania/>
- Ekos. (7 de Diciembre de 2021). *El sector automotriz en cifras 2021*. Obtenido de Revista Ekos: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/el-sector-automotriz-en-cifras-2021>
- El Comercio. (01 de Noviembre de 2019). *Parque automotor de Ecuador creció en 1,4 millones de vehículos en una década*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/parque-automotor-ecuador-crecimiento-decada.html>
- El Comercio. (2 de Marzo de 2022). *Ecuador retomó negociaciones comerciales con Corea del Sur*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-negociaciones-comercio-corea-sur.html>
- El Telégrafo. (05 de Octubre de 2022). *Corea y Ecuador: 60 años de amistad para un futuro próspero*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/15/corea-y-ecuador-60-anos-de-amistad-para-un-futuro-prospero>
- El Telégrafo. (s.f.). *En la Ayacucho encuentras repuestos nuevos y "casi nuevos"*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cronica/1/calle-ayacucho-repuestos-carros-guayaquil>
- El Universo. (19 de Noviembre de 2019). *Carros de siete marcas se ensamblan en Ecuador; los autos son los que más demanda tienen*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/11/06/nota/7591049/autos-producen-ensamblan-ecuador/>
- El Universo. (29 de Junio de 2021). *Las 31 cuadras de la calle Ayacucho y sus alrededores están reactivados, y la venta de repuestos se mueve*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/guayaquil/comunidad/las-31-cuadras-de-la->

calle-ayacucho-y-sus-alrededores-estan-reactivados-y-la-venta-de-repuestos-se-mueve-nota/

- Espejo, Á., Fuentes, F., & Núñez, J. (2015). Los consorcios de exportación: revisión conceptual y factores determinantes de éxito. *Revista de estudios empresariales. Segunda Época*(2), 118-144. doi:10.17561/ree.v0i2.2743
- Espeso Marra, G. (2022). *Riesgo Político. Revisión de la literatura sobre las consecuencias empresariales que genera, sus fuentes de origen y su prevención y gestión*. Madrid.
- Gomez Berrezueta, F., & Noroña Merchán, M. V. (2018). Análisis de una cadena de suministro de autopartes. *INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 123-134. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n10.1.2018.898>
- Gómez-Díaz, J., García-Garnica, A., & Curiel-Avilés, G. (2019). Coopetencia, interaction of two antagonist relations. *Dimensión Empresarial*, 130-137. doi:<http://dx.doi.org/10.15665/dem.v17i1.1506>
- González, B. R. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. *Ice, Revista de Economía*(858), 103-117. Obtenido de <https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Diferentes%20teor%C3%ADas%20del%20comercio%20intencional.pdf>
- González, P. C. (16 de Noviembre de 2017). *Tasa aduanera afecta a repuestos de autos*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/tasaaduanera-repuestos-autos-fenacotip-costos.html>
- Grupo Banco Mundial. (2020). *Superficie (kilómetros cuadrados)*. Obtenido de Grupo Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.SRF.TOTL.K2?view=map>
- Guayasamín, F., Machado, A., & Guayasamín, W. (2019). Teorías del comercio internacional: líderes mundiales a nivel comercial - 2018. *Publicando*, 6(22), 50-62. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2041>
- Guzmán-Barrón, C. (1997). El Dumping en el Comercio Internacional. *Themis*(36), 137.141.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

- Indexmundi. (2022). *Mapa comparativo Países*. Obtenido de Index Mundi: <https://www.indexmundi.com/map/?v=21000&r=sa&l=es>
- INEC. (31 de Octubre de 2017). *Ecuador registró 843.745 empresas en 2016*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censo: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-registro-843-745-empresas-en-2016/>
- Instituto Geográfico Militar, IGM. (2013). *Atlas geográfico de la república del Ecuador*. Quito: Instituto Geográfico Militar del Ecuador Quito.
- Jiménez Sánchez, J. E. (2006). *Un análisis del sector automotriz y su modelo de gestión en el suministros de autopartes*. Sanfandila: Secretaría de comunicación y transportes. Instituto Mexicano del transporte.
- Laso Rivadeneira, M. (2001). *La industria automotriz Ecuatoriana frente a la apertura comercial. [Tesis de Posgrado, Universidad Andina Simón Bolívar]*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Martínez de Miguel, P., García Martínez, A., & Montes-Botella, J.-L. (2022). Revisión de la medición de las Capacidades Dinámicas: una propuesta de indicadores para la industria automóvil. *Esic Market Economics and Business Journal*, 53(1), 1-33. doi:<https://doi.org/10.7200/esicm.53.283>
- Ministry of Culture, Sports and Tourims. (2022). *Corea del Sur: resumen : Korea.net : The official website of the Republic of Korea*. Obtenido de Ministry of Culture, Sports and Tourims: <https://spanish.korea.net/AboutKorea/Society/South-Korea-Summary>
- Moreno, S., Suarez, H., Izurieta, M., & Procel, J. (s.f.). Modelo de negocio de empresas importadoras de repuestos automotrices: caso meneses. *Revista de Contabilidad y Auditoría Contauditar*, 88-97. Obtenido de <http://fade.esPOCH.edu.ec/docs/contauditar/Articulo9.pdf>
- Munuera, J. L., & Rodríguez, A. I. (2020). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: Esic Editorial.
- Nations Encyclopedia. (2022). *Korea, South - Infrastructure, power, and communications*. Obtenido de Nations Encyclopedia: <https://www.nationsencyclopedia.com/economies/Asia-and-the-Pacific/Korea-South-INFRASTRUCTURE-POWER-AND-COMMUNICATIONS.html>

- Navarrete, M., Adrian, C., & Bachelet, V. (2021). Respondent-driven sampling: ventajas e inconvenientes de un método de muestreo. *Medwave*, 1-10. doi:<https://doi.org/10.5867/medwave.2022.01.002528>
- OEC. (2022). *Corea del Sur*. Obtenido de Observatorio de Complejidad Económica: <https://oec.world/es/profile/country/kor>
- OEC. (2022). *Ecuador*. Obtenido de Observatorio de Complejidad Económica: <https://oec.world/es/profile/country/ecu>
- OEC. (2022). *Vehículos de motor; Piezas y accesorios (8701 a 8705)*. Obtenido de Observatorio de Complejidad Económica: <https://oec.world/es/profile/hs/vehicle-parts>
- OEC. (2022). *Vehículos de motor; Piezas y accesorios (8701 a 8705)*. Obtenido de Observatorio de Complejidad Económica: <https://oec.world/es/profile/hs/vehicle-parts>
- OEC. (2022). *Vehículos de motor; Piezas y accesorios (8701 a 8705) en Ecuador*. Obtenido de Observatorio de Complejidad Económica: [https://oec.world/es/profile/bilateral-product/vehicle-parts/reporter/ecu#:~:text=Acerca%20de&text=Exportaciones%3A%20En%202020%2C%20Ecuador%20export%C3%B3,a%208705\)%20en%20el%20mundo](https://oec.world/es/profile/bilateral-product/vehicle-parts/reporter/ecu#:~:text=Acerca%20de&text=Exportaciones%3A%20En%202020%2C%20Ecuador%20export%C3%B3,a%208705)%20en%20el%20mundo).
- Oficina Comercial de la Embajada de España en Colombia. (s.f.). *Comercio y Distribución en Colombia*. Bogotá: Oficina Comercial de la Embajada de España en Colombia.
- OMC. (2019). *Informe sobre el Comercio Mundial*. Organización Mundial del Comercio. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/00_wtr19_s.pdf
- Palmett Urzola, A. (2020). Métodos inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. *Petroglifos. Revista Crítica Transdisciplinar*, 3(1), 36-42.
- Pinillos Romero, L. V. (2020). Aporte de la industria automotriz al crecimiento del sector secundario y cómo impactan las tendencias actuales en el crecimiento económico del sector. *Ciencia Unisalle*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/economia/1672?utm_source=ciencia.lasalle.edu.co%2Feconomia%2F1672&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages

- Rennella, R. (16 de Marzo de 2022). *Embajador de Corea del Sur: Ecuador queda registrado en la historia de las exportaciones coreanas*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/internacional/embajador-de-corea-del-sur-ecuador-queda-registrado-en-la-historia-de-las-exportaciones-coreanas-nota/>
- Ríos, E. I., Contreras, I., & González, J. (2019). KIA Motors México: caso exitoso de estrategia competitiva en un mercado de competencia monopolística, 2015-2018. *Nova Scientia*, 11(23). doi:<https://doi.org/10.21640/ns.v11i23.1839>
- Secretaría Nacional de Planificación 2021. (2021). *Plan de Creación de Oportunidades 2021 - 2025*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación 2021.
- Serrano, D. (17 de Enero de 2022). *Oferta de vehículos se amplió y precio promedio bajó*. Obtenido de El comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/oferta-vehiculos-precio-promedio.html>
- Universidad de Málaga. (2022). *Guía Útil De Protocolo En El Ámbito Empresarial En Corea Del Sur*. Obtenido de Universidad de Málaga: https://www.uma.es/oficinapuentecorea/info/119224/guia-util-de-protocolo-en-el-ambito-empresarial-en-corea-del-sur/?set_language=en
- Yaselga, E., & Aguirre, I. (2018). MODELO GRAVITACIONAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL PARA ECUADOR 2007-2017. *Cuestiones Económicas*, 28(2), 135-176.

Anexos

Anexo 1. Constitución de Consorcio

CONSTITUCIÓN DE CONSORCIO

SEÑOR NOTARIO. -

En el registro de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una de **CONSTITUCIÓN DE CONSORCIO**, al tenor de las siguientes cláusulas;

PRIMERA. - COMPARECIENTES. - Comparecen a la celebración del presente instrumento público, por una parte, la compañía; representada por el señor, en su calidad de GERENTE GENERAL, de conformidad con el nombramiento que se adjunta como habilitante, la compareciente es de nacionalidad, de años de edad, estado civil, de profesión, domiciliado en la parroquia, cantón Provincia del, teléfono, correo electrónico:; y, por otra parte, la compañía, debidamente representada por el señor, quien declara ser de nacionalidad, de civil, con cedula de ciudadanía número, mayores de edad y domiciliados en la ciudad de, hábiles para contratar y obligarse. En adelante las dos sociedades podrán ser referidas conjuntamente como las Partes o individualmente como la Parte. Las Partes declaran tener capacidad legal y contar con las autorizaciones necesarias para la suscripción del presente Contrato de Consorcio, en adelante el Contrato. -

SEGUNDA. - CONSIDERACIONES. - Las Partes intervinientes han decidido unirse bajo la modalidad de Consorcio, para participar en proyectos para la Construcción, mantenimiento y reparación en general de áreas en hospitales y/o infraestructura de obras civiles en general. El consorcio podrá presentar su propuesta u oferta para los proyectos de Conformidad con los documentos, pliegos y términos que se requieran. -

TERCERA. - CONFORMACIÓN DE CONSORCIO. - 3.1 Conformación y Objeto.

- Los comparecientes en representación de las partes proceden a constituir el Consorcio denominado que se regirá por las normas y disposiciones legales aplicadas, con el único y exclusivo objeto de ejecutar Proyectos que sean convocados por los Ministerios del Ecuador, incluyendo todas las obras y servicios, ampliaciones, reformas, tiempo de concesión y demás variaciones que respecto a los Proyectos pudieran producirse por encargo de la contratante; así mismo entidades no gubernamentales de índole particular domiciliadas en el país y fuera de este. -

3.2 DOMICILIO: El consorcio tendrá su domicilio principal en la ciudad de, República del Ecuador,

3.3 Participación de las Partes: el porcentaje de participación u cuota de cada uno de los miembros del Consorcio se establece en: a)% para la compañía; b)% la compañía

Las empresas miembros del Consorcio no podrán ceder su correspondiente parte o cuota, total o parcialmente a terceros o cualquier título, sin el consentimiento previo y escrito de las otras empresas contratantes. -

3.4 Responsabilidad Solidaria: La compañía; y, la compañía serán solidariamente responsables en la parte técnica y de Ingeniería Civil, de la construcción total, de los materiales utilizados y de la calidad final de la obra frente a la Contratante.

3.5 Plazo: El Consorcio comenzará sus operaciones el día de otorgamiento de la presente escritura pública de constitución y su actividad tendrá una duración de AÑOS. -

3.6 Administración: El consorcio será dirigido y Administrado por un Comité de Gerencia, que será el órgano supremo de administración y dirección del Consorcio, el mismo que estará integrado por los representantes de la Partes, o sus delegados.

3.7 Procurador Común: Las Partes designan como Procurador Común o Representante Único del Consorcio a, con cedula de identidad número, para que en nombre y representación del Consorcio actúe con las más amplias atribuciones y facultades, incluidas la representación judicial y extrajudicial del Consorcio. En forma individual para cuyo efecto las Partes otorgan los más amplios poderes y mandatos, cual en derecho se requiere sin más limitaciones que las

contempladas expresamente en este documento. El representante o procurador común queda plenamente facultado para la presentación de la oferta, suscripción de los Contratos que se adjudiquen al consorcio, para la suscripción de todos los actos y contratos necesarios para la ejecución contractual y para efectuar y celebrar todos los actos necesarios para el pago correspondiente de anticipos, planillas y cualquier otro calor derivado del contrato a suscribirse. También queda facultado para contratar personal, adquirir bienes, servicios y trabajos que se requieran, dando prioridad en primer lugar a los contratos que se realicen con las mismas Partes que conforman el Consorcio y luego con terceros, ateniéndose siempre lo que señala la cláusula tercer en los puntos 3.8 y 3.9, El poder que se le confiere por este instrumento será tan amplio y suficiente como en derecho corresponda, de manera que no pueda alegarse falta o insuficiencia de poder. Así mismo, el Procurador Común tiene amplias facultades para comparecer, a nombre del Consorcio, ante cualquier autoridad ya sea administrativa o judicial. Sin embargo, se aclara que el Procurador Común deberá cumplir con las instrucciones y someterse a las políticas establecidas por el Comité de Gerencia, inclusive en la presentación de la oferta y las negociaciones del contrato. En caso de falta o ausencia temporal o definitiva del Procurador Común se designa como Procurador Común Alterno al Abogado, con cédula de ciudadanía número, quien tendrá las mismas facultades y atribuciones que el titular. Será facultad del Procurador común el otorgar previa autorización del Comité de Gerencia poderes especiales a terceras personas. El Procurador Común informará cada mes a las partes, o al Comité de Gerencia, cuando así se requiera lo requiera, sobre los avances de obra, y cualquier novedad surgida en el desarrollo del proyecto con el Contratante; de igual manera entregará al Comité de Gerencia mensualmente un informe técnico, financiero del avance de la obra y sus fases de ejecución. 3.8 Administración Financiera: El Consorcio será administrado en su parte financiera por el Procurador Común y las dos compañías contratantes, o sus representantes, para lo cual se dará apertura a una cuenta corriente a nombre del Consorcio, mismas que se manejará con firmas conjuntas. 3.9. De Los Pagos, inversiones y maquinarias. - Todo pago se lo realizará de acuerdo al cronograma valorado y al avance de obra por fases, que constará en la propuesta entregada al Contratante, los pagos que no estén

previstos o sean adicionales y necesarios para el desarrollo del proyecto serán aprobados por el Comité de Gerencia. Respecto de la maquinaria que ya no se encuentre en uso, ni se requiera decidirá sobre su uso y destino.

CUARTA. - LUGAR PARA RECIBIR NOTIFICACIONES. - Las Partes señalan como su domicilio para recibir cualquier notificación relacionada con el proceso pre contractual o contractual, la siguiente: calle, de la parroquia, cantón, provincia de, y,, Ecuador. Email:

QUINTA. - EXCLUSIVIDAD. - Durante la vigencia de este Consorcio, las Partes se obligan a NO participar directa o indirectamente en cualquier acto, negocio o contrato, que estuviere en contra del objeto del presente instrumento, o que pudiese generar un conflicto de intereses con la otra parte o con el Ministerio y cualquier otra entidad particular o estatal. -

SEXTA. - DEBER DE NO CONCURRENCIA. - Las Partes se deben la más estricta lealtad en cuanto al negocio para el cual se han vinculado; sin embargo, conservan libertad para continuar desempeñándose separadamente en todos los demás proyectos propios del giro ordinario de su negocio.

SEPTIMA. - CONFIDENCIALIDAD. - Uno. - En virtud de este contrato las partes tendrán acceso a información, sobre ESTADOS FINANCIEROS expedientes (files), archivos, modelos de actos y contratos que han sido desarrollados por cada una de ellas, tecnologías, know-how, propiedad intelectual, tarifas estrategias, precios, procesos, productos, planes de negocios, marketing, proveedores, contratistas, contactos, corresponsales y cualquier otro tipo de información que se relacione con las actividades de las partes, de sus productos y/o servicios, ya sea en medios escritos, magnéticos o electrónicos (en adelante "Información Confidencial"). Dos. - Las partes establecen que la Información Confidencial pertenecerá a la parte reveladora y por lo tanto, una vez concluida la relación contractual se deberá proceder con la devolución de dicha

información a la parte propietaria en el término de treinta días. Tres. - Las Partes se obligan a no revelar la Información Confidencial a terceras personas, con excepción de aquellas que presten servicios en el trabajo a realizar encomendado al Consorcio o hayan sido designados por ellas. Dichas personas deberán a su vez haber suscrito convenios de confidencialidad con sus contratantes.

OCTAVA. - RESPONSABILIDAD LABORAL. Uno. - Las compañías asociadas asumen la total responsabilidad y obligaciones patronales previstas en el Código de Trabajo y en la Ley de Seguridad Social y sus reglamentos, respecto del personal que utilice o llegare a utilizar para el cumplimiento de los Contratos adjudicados al consorcio. Dos. - Las compañías asociadas asumen además la responsabilidad civil, de seguridad industrial y de cualquier otra índole que surgiere con ocasión a la ejecución de los trabajos materia de este contrato, por daños y accidentes que cause a terceros, bienes muebles e inmuebles, cercas, cerramientos y personal, obligándose por lo tanto al pago de valor total que sea imputable a estas responsabilidades y obligaciones. Tres. - Las compañías asociadas, proporcionarán el personal, así como los instrumentos, máquinas y demás herramientas necesarias para la realización de los trabajos objeto de los Contratos adjudicados al consorcio. Cuatro. - Las compañías asociadas, antes de iniciar la construcción presentarán al Comité de Gerencia. El Sistema de gestión de prevención de riesgos. -

NOVENA. - SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS. - En caso de controversias las partes se someten, primero y especialmente a tratar de solucionar las diferencias amigablemente; de subsistir las disputas las partes renuncian domicilio y se someten a un árbitro designado por el Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, en los términos de la Ley de Arbitraje del Ecuador. Si las Partes no llegaren a un acuerdo en las negociaciones directas en un plazo máximo de (.....) días de iniciadas. Éstas acuerdan someter sus controversias o diferencias relativas a este contrato, a su ejecución, liquidación, e interpretación, a Mediación ante un mediador designado por el Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante

este procedimiento en un plazo máximo de días, las Partes lo someterán a la resolución de un árbitro designado por el Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de , que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, el Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de , y, a las siguientes normativas y preceptos: El Árbitro decidirá en derecho; Para la ejecución de medidas cautelares el Árbitro está facultado para solicitar a los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos su cumplimiento, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; El lugar del arbitraje serán las instalaciones del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de; El procedimiento arbitral será confidencial.

DÉCIMA. - OBLIGACIÓN DE NO DISOLVER. - Las partes no disolverán el consorcio ni unilateralmente ni por mutuo acuerdo hasta que no finalice la etapa contractual, salvo que exista autorización expresa de la Entidad Contratante.

DÉCIMA PRIMERA. - LEY Y JURISDICCIÓN APLICABLE. - EL presente Contrato se rige por las leyes de la República del Ecuador, de acuerdo a lo establecido en el presente contrato.

DECÍMA SEGUNDA. - GASTOS E IMPUESTOS. - Todos los gastos e impuestos que se generaren para el cabal cumplimiento de este contrato, serán de cuenta de los comparecientes, en proporción a su participación.

DÉCIMA TERCERA. - ACEPTACIÓN. - Los comparecientes declaran su conformidad con las cláusulas y especificaciones del presente contrato y en señal de aceptación suscribe la escritura pública correspondiente.

Usted señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo para la plena validez del presente instrumento público.

ABOGADO:

MAT.:

Anexo 2. Formato de entrevista a dueños de negocios.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

Somos estudiantes de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil - Ecuador, de la carrera de Comercio Exterior, en esta oportunidad vamos a realizar una entrevista con la finalidad de un trabajo de investigación relacionados análisis estratégico del mercado coreano del sur: viabilidad de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz, para lo cual solicitamos su colaboración respondiendo con sinceridad cada una de las preguntas asegurándola la total confidencialidad de los datos brindados.

Instrucciones: Lea cada uno de los ítems presentados, y responda como crea conveniente.

Datos Generales

Nombre entrevistado:

Edad:

Nombre de pequeña la empresa:

Dirección:

Ruc:

Nivel académico:

1. ¿Qué cargo o función tiene en el negocio?

2. ¿Cuánto tiempo tiene el negocio funcionando?

3. ¿Cuántos años de experiencia tiene en su función?

4. ¿Cómo adquiere los productos que comercializa?

5. Sea cual fuere la respuesta, cuáles son las razones de la forma de adquirir.

6. ¿Cuál es el estimado en cantidad y frecuencia de compra de mercadería?

7. ¿Está su negocio afiliado a una asociación? Por ejemplo, AEDE

8. Si la respuesta es sí, o no, preguntar razones.

9. ¿Cuáles son las líneas de producto más rentables para comercializar repuestos?

10. ¿Cuáles son los proveedores (marcas) con los que trabajan actualmente?

11. ¿Cuál es la marca más vendida?

12. ¿Cuáles son los factores que impiden hacer la importación directa de la mercadería?

13. ¿Está satisfechos con la calidad de repuestos que compran para comercializar?

14. ¿Está satisfechos con los precios de repuestos que compran para comercializar?

15. ¿Qué esperarían conseguir de un consorcio de compradores (asociación de unión entre varias personas para la gestión de intereses comunes o recíprocos) de piezas y partes del sector automotriz?

16. ¿Estaría dispuesto a unirse a un consorcio de compradores de piezas y partes del sector automotriz?

Anexo 3. Formato de entrevistas a expertos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

La presente entrevista es insumo para la investigación del mercado coreano del sur y en análisis de la viabilidad de crear un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz en Ecuador, a cargo de estudiantes de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, de la carrera de Comercio Exterior, para lo cual solicitamos su valiosa colaboración respondiendo con sinceridad cada una de las preguntas asegurándola la total confidencialidad de los datos brindados. Agradecemos profundamente su participación.

Instrucciones: Lea cada uno de los ítems presentados, y responda como crea conveniente.

Datos Generales

Nombre completo del entrevistado:

Cargo que ocupa actualmente:

Área de experiencia/experticia:

- 1. ¿Qué factores cree usted que han influido en el crecimiento de la industria automotriz en nuestro país en los últimos años.**

- 2. ¿Cuál considera es el mejor país o región para importar repuestos automotrices? ¿Por qué?**

3. ¿Conoce Usted cómo son las relaciones comerciales entre Ecuador y Corea del sur en la actualidad?

4. ¿Qué opina del crecimiento de las Pymes dedicadas a este mercado?

5. Según las opiniones de las Pymes dedicadas a este negocio, no importan de manera directa su mercadería. ¿Qué factores cree usted que impiden que realicen la importación directa de repuestos automotrices?

6. ¿Considera Usted que el proceso de importación de repuestos automotrices es un factor determinante para impedir la importación directa? Explique por favor.

7. ¿Cree usted que la larga cadena en la venta de autopartes desde la fabricación hasta el consumidor final influye significativamente en el precio del mismo? Explique por favor.

8. Al existir ciertas importadoras que traen productos exclusivos de ciertas marcas. ¿Cree usted que esto afecta al mercado de la misma, así como a las pymes dedicadas a este negocio?

9. ¿Cree usted que es necesario que las Pymes se organicen para la creación de un consorcio (asociación de unión entre varias personas para la gestión de intereses comunes o recíprocos) en donde importen de manera directa? ¿Por qué?

10. ¿Cuáles considera serían los principales impedimentos para que las Pymes gestionen la creación de un consorcio de compradores que permitan realizar la importación de manera directa?

11. ¿Cree usted con la creación de un consorcio de compradores se eliminarían los intermediarios en la distribución de partes y piezas y elementos de la industria automotriz?

12. ¿Le gustaría agregar algo más sobre el tema que no se ha contemplado en este cuestionario? Por favor indicar.



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Guapi Guapi, Valentina Tatiana** con C.C: # **0954537676** y **Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson** con C.C: # **0957152192** autores del trabajo de titulación **Análisis estratégico del mercado coreano del sur: viabilidad de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz** previo a la obtención del título de **Licenciada en Comercio Exterior** 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 a los 7 días del mes de febrero de 2023

f. _____

Nombre: **Guapi Guapi, Valentina Tatiana**

C.C: **0954537676**

f. _____

Nombre: **Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson**

C.C: **0957152192**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis estratégico del mercado coreano del sur: viabilidad de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz.		
AUTOR(ES)	Guapi Guapi, Valentina Tatiana Tenelema Cajilema, Daniel Jefferson		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Economía y Empresa		
CARRERA:	Comercio Exterior		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Comercio Exterior		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	7 de febrero de 2023	No. DE PÁGINAS:	87
ÁREAS TEMÁTICAS:	Organización y Dirección de Empresas, Marketing, Comercialización		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Repuestos automotrices, Importación, Pymes, Corea del Sur, Ecuador.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>La presente investigación tiene como objetivo principal el analizar la viabilidad para la creación de un consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz para las Pymes dedicadas a esta industria de la ciudad de Guayaquil, Ecuador, enfocado al mercado coreano del sur que representan el 25,3% de los vehículos en el mercado. Para ello, se llevó a cabo los métodos de investigación inductivo, analítico, exploratoria, así como con enfoque cualitativo utilizando la entrevista como fuente primaria de investigación y la investigación bibliográfica documental como fuente secundaria, para ello se entrevistaron a 7 dueños y/o supervisores administradores de negocios en la venta de accesorios y repuestos automotrices, así como a 3 expertos en comercio exterior para que den su opinión al respecto. Se evidenció que entre los factores que les impiden realizar la importación directa es el desconocimiento en la realización de la misma y la falta de capital. Por ello, se establecieron lineamientos para la creación del consorcio de compradores de partes y piezas y elementos de la industria automotriz, así como los lineamientos de importación a llevar a cabo, la diagramación del proceso de registro y de gestión de importación.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593990208529 +593981333747	elvia.guapi@cu.ucsg.edu.ec daniel.tenelema@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Ing, Mónica Echeverria Bucheli, Mgs. Teléfono: PBX: 043804600 2222024, 2222025. Ext 5021,5129 E-mail: monica.echerria@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):			