



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE VEHÍCULOS DE PROCEDENCIA CHINA EN LA CIUDAD
DEGUAYAQUIL**

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

AUTOR: Rosangela Morocho Rendón, Nayara Tais Torres Ojeda

TUTOR: Msc. Betty Karina Orellana Guevara

Guayaquil-Ecuador

2024

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Nayara Tais Torres Ojeda con documento de identificación N° 0954359485 y Rosangela Morocho Rendón con documento de identificación N° 0955399928; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 29 de Febrero del año 2024

Atentamente,



Nayara Tais Torres Ojeda

0954359485



Rosangela Morocho Rendón

0955399928

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Nosotros, Nayara Tais Torres Ojeda con documento de identificación No. 0954359485 y Rosangela Morocho Rendón con documento de identificación No. 0955399928, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del Artículo Académico: Análisis de la comercialización de vehículos de procedencia china en la ciudad de Guayaquil, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado/a en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 29 de Febrero del año 2024

Atentamente,



Nayara Tais Torres Ojeda

0954359485



Rosangela Morocho Rendón

0955399928

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.

Yo, Betty Karina Orellana Guevara con documento de identificación N° 0201535663, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “Análisis de la comercialización de vehículos de procedencia China en la ciudad de Guayaquil”, realizado por Rosangela Morocho Rendón con documento de identificación N° 0955399928 y Nayara Tais Torres Ojeda con documento de identificación N° 0954359485, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 29 de febrero del año 2024

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Betty Karina Orellana Guevara". The signature is stylized and somewhat cursive, with the name written in a single line. It is positioned above a horizontal line.

Betty Karina Orellana Guevara

CI 0201535663

ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE VEHÍCULOS DE PROCEDENCIA CHINA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

ANALYSIS OF THE MARKETING OF VEHICLES OF CHINESE ORIGIN IN THE CITY OF GUAYAQUIL.

Resumen

El análisis de la comercialización de vehículos de procedencia China en la ciudad de Guayaquil refleja un fenómeno relevante en el contexto del mercado automotriz ecuatoriano. En este estudio, se examinan los factores socioeconómicos, culturales y comerciales que influyen en la adquisición y aceptación de estos vehículos por parte de los consumidores guayaquileños, el cual se empleó el enfoque analítico sintético, las técnicas de investigación utilizadas fueron la encuesta aplicada a 385 personas y las entrevistas a 3 expertos en la comercialización de vehículos chinos en Guayaquil. En los resultados obtenidos se destacan como factores determinantes en la decisión de compra el aumento de la clase media, la búsqueda de opciones más económicas y la percepción de calidad y confiabilidad de los vehículos chinos. Además, se resalta la importancia de estrategias de marketing personalizadas y la construcción de una sólida reputación de marca para competir exitosamente en el exigente mercado guayaquileño. La globalización y la apertura de los mercados internacionales también se han identificado como fuerzas que han facilitado la entrada de vehículos chinos en Guayaquil, generando tanto desafíos como oportunidades para fabricantes y consumidores locales. Podemos concluir que el análisis de la comercialización de vehículos chinos en Guayaquil ofrece una visión holística de un mercado en constante evolución, donde diversos factores convergen para influir en las decisiones de compra y en la configuración del panorama automotriz local.

Abstract

The analysis of the marketing of vehicles of Chinese origin in the city of Guayaquil reflects a relevant phenomenon in the context of the Ecuadorian automotive market. In this study, the socioeconomic, cultural and commercial factors that influence the acquisition and acceptance of these vehicles by Guayaquil consumers are examined. The study used the synthetic analytical approach, the research techniques used were the survey applied to 385 people and interviews with 3 experts in the marketing of Chinese vehicles in Guayaquil. In the results obtained, the increase in the middle class, the search for more economical options and the perception of quality and reliability of Chinese vehicles stand out as determining factors in the purchase decision. In addition, the importance of personalized marketing strategies and the construction of a solid brand reputation is highlighted to compete successfully in the demanding Guayaquil market. Globalization and the opening of international markets have also been identified as forces that have facilitated the entry of Chinese vehicles in Guayaquil, generating both challenges and opportunities for local manufacturers and consumers. We can conclude that the analysis of the marketing of Chinese vehicles in Guayaquil offers a holistic vision of a market in constant evolution, where various factors converge to influence purchasing decisions and the configuration of the local automotive landscape.

Palabras clave

Comercialización, vehículos chinos, automotriz, tendencias, estrategias de marketing, Guayaquil, economía, consumo

Keywords

Marketing, Chinese vehicles, automotive, trends, marketing strategies, Guayaquil, economy, consumption

1. INTRODUCCION

El presente trabajo se centra en el análisis de la comercialización de vehículos de procedencia China en la ciudad de Guayaquil. Por tal motivo, se explorarán diversos aspectos relacionados con el proceso de importación, distribución, y venta de estos vehículos en el mercado local, considerando cualquier ajuste que intervenga en el desarrollo de la comercialización.

La relevancia de esta investigación se fundamenta en múltiples aspectos. En primer aspecto, se abordará la creciente presencia de vehículos de procedencia China en el mercado automotriz de Guayaquil plantea interrogantes sobre su impacto económico y social en la región. Este fenómeno no solo influye en las preferencias de los consumidores, sino que también puede tener implicaciones significativas en términos de competitividad, empleo y desarrollo económico local.

Desde una perspectiva profesional, el análisis de la comercialización de vehículos chinos en Guayaquil ofrece insights valiosos para los actores involucrados en la industria automotriz, incluyendo importadores, concesionarios, y reguladores. Comprender las dinámicas del mercado y las preferencias del consumidor es fundamental para tomar decisiones estratégicas y adaptar las prácticas comerciales a las necesidades del mercado.

En el ámbito científico, esta investigación contribuye al conocimiento existente sobre el comportamiento del mercado automotriz en contextos específicos, así como a la comprensión de los factores que influyen en la aceptación y adopción de marcas y modelos de vehículos. Los hallazgos obtenidos pueden servir como base para futuros estudios y análisis comparativos en otras regiones o mercados similares.

En última instancia, este estudio se realizó con el propósito de proporcionar una visión integral de la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil, identificando tendencias, desafíos y oportunidades que puedan surgir en este contexto. Se espera que los resultados obtenidos contribuyan a una mejor comprensión de este fenómeno y sirvan de guía para la toma de decisiones tanto en el ámbito empresarial como en el ámbito regulatorio y académico.

La comercialización de vehículos chinos ha tenido un impacto significativo en el desarrollo económico de la ciudad de Guayaquil. La reducción progresiva de aranceles a lo largo de 15 a 20 años ha permitido que los vehículos chinos sean más accesibles en el mercado ecuatoriano, lo que se refleja en un aumento en las ventas. Durante el primer cuatrimestre de 2023, se vendieron 46,555 vehículos nuevos, lo que representa un aumento del 11% en comparación con el año anterior (Vivo, 2023).

Además, cuatro marcas de autos chinos se encontraban en el top 10 de los más vendidos en el país en 2022 (Expreso, 2023)

El beneficio del dinamismo económico de mercado, que fomenta innovación y productividad, se enfatiza en que las importaciones deben ser focalizadas en bienes de capital productivos y no bienes de consumo que incluso pueden aumentar la brecha y disminuir la competitividad de mercado (Velázquez, 2019)

La participación del mercado automotriz en Ecuador ha experimentado un constante crecimiento, como lo demuestra el Boletín de Vehículos de noviembre de 2022, publicado por la Cámara de Industria Automotriz Ecuatoriana (CINAE). En dicho informe, se destaca que China Popular lidera los principales orígenes de venta de vehículos, con 46,947 unidades vendidas entre enero y noviembre de 2022, representando un incremento del 41.76% con respecto al mismo período del año anterior, cuando se vendieron 33,117 vehículos (Guerra, M., & Rodríguez, G., 2021).

Esta cifra supera en 33,575 unidades las ventas del segundo país de origen, Ecuador. Según el boletín, la participación de China en el mercado automotriz ecuatoriano ha aumentado del 12.1% en 2018 al 38.2% en 2022. Entre las marcas chinas más relevantes en Ecuador se encuentran Chery, JAC, Great Wall, Shineray, Dfsk, Jetour, Changan, Foton Motor, Karry, JMC, FAW y Dongfeng, según la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEDE) en su informe sobre el Sector Automotor

La presencia creciente de vehículos chinos en el mercado ecuatoriano ha generado un impacto en la industria local. Según David Molina, director ejecutivo de la Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana (CINAE), para las ensambladoras ecuatorianas es casi imposible competir en precios con las marcas chinas, debido a los menores costos laborales y subsidios en China (Primiciasec, 2023). Esta situación ha llevado a que concesionarias en Guayaquil, como Autolasa, hayan decidido comercializar únicamente marcas chinas debido a la creciente demanda de vehículos de ese origen (Expreso D, 2023).

A pesar de la reducción de aranceles, no se espera una caída importante en los precios de los vehículos chinos a corto plazo, ya que el período de desgravación es largo. Sin embargo, la creciente demanda de estos vehículos ha llevado a un aumento en las ventas, lo que ha contribuido al crecimiento del parque automotor en Ecuador. Aunque las ventas de carros en general cayeron en un 2,1% en 2023 en comparación con el año anterior, los vehículos chinos fueron los más adquiridos, representando el 36% del total de ventas (EL UNIVERSO, 2023).

Durante los últimos años en Ecuador, ha existido una alta demanda en cuanto a la diversificación de marcas y modelos de vehículos, como su diseño, calidad, precio y tecnología, por lo que los autos importados son los preferidos por los consumidores. A partir del 2008 los autos chinos han tomado posicionamiento en el mercado, por su precioa comparación de otras marcas del mercado

La industria automotriz nacional afirma que China cada vez invierte más en el país para sus vehículos puedan ser adquiridos y preferidos por los clientes, en cuanto a la población guayaquileña los vehículos chinos son de su preferencia por su precio, tecnología y combustible. Las marcas más ventas en Guayaquil son: Great Wall, Chery, JAC y BYD (MERCURIO, 2024)

En Ecuador el sector automotriz siempre hace referencia a importaciones, esto se debe a la falta de fabricación de vehículos nacionales, debido a diversos factores como: el capital que se requiere para comenzar una empresa de esta magnitud y el desconocimiento de marcas nacionales por parte de la población. Durante varios años la presencia de vehículos de procedencia China ha dominado el mercado motivando a los empresarios a ingresar sus productos para comercializarlos, mismos que tienen un gran nivel de éxito en sus ventas (ABAD, 2019).

La venta de automóviles importados de China ha presentado un importante crecimiento durante los últimos años, hasta llegar al tercer lugar de ventas en el país, de acuerdo con los registros de la AEADE, en 2018 los autos de origen asiático ocuparon el 13.5% del mercado, esto se debe a el levantamiento de restricciones a las importaciones aplicadas en 2015, lo que permitió que entraran 15 marcas nuevas al país, 11 de ellas de origen Chino reportando las aduanas la entrada de aproximadamente 19 mil vehículos procedentes de China, contra los 11 del año anterior (Anonymous, 2019).

David Molina, director ejecutivo de la Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana (CINAE), afirma que los vehículos que se fabrican en el país el 19% de materias o productos son de la industria nacional, mientras que el resto es importado, lo que preocupa es la carga impositiva de tributo que tiene la industria, que no la hace competitiva para el mercado, Además, manifiesta que los carros Chinos dominan el mercado, a pesar de que tengan que pagar el 40% de aranceles, esto se debe a que la mano de obra es más barata, los subsidios y otros incentivos, que para la industria ecuatoriana no es justa. Ni siquiera se traen vehículos de Perú y Colombia, con los que el porcentaje de arancel es 0 (Jumbo, 2023).

Ecuador es uno de los muchos países que importa vehículos extranjeros, especialmente de origen chino, en lugar de tener una producción nacional más robusta. Esto se debe a diversos factores, como la falta de inversión inicial y el desconocimiento de las marcas nacionales por parte de la población. Aunque los vehículos chinos tienen una presencia dominante en el mercado ecuatoriano debido a su precio competitivo y otros incentivos, esto plantea desafíos para la industria automotriz nacional. (Benitez, 2021)

La preocupación expresada por David Molina sobre la carga impositiva y los aranceles que enfrenta la industria local también es un problema a tener en cuenta, ya que esto puede generar una percepción de falta de equidad en la competencia. En resumen, la falta de producción nacional y la

dependencia excesiva de la importación de vehículos extranjeros son las principales problemáticas en el sector automotriz de Ecuador.

La introducción del mercado de vehículos chinos en Guayaquil es un fenómeno notable que requiere una comprensión profunda de los factores que han contribuido a su crecimiento. Se necesitan estudios de mercado que analicen las preferencias de los consumidores, las estrategias de marketing de las marcas chinas y las condiciones económicas y sociales que facilitan su aceptación (Chen, S., & Jin, H, 2020).

La percepción de calidad y seguridad de los vehículos chinos es un factor determinante en las decisiones de compra de los consumidores. Se requieren estudios que evalúen objetivamente la calidad y seguridad de estos vehículos en comparación con las marcas tradicionales para comprender mejor las percepciones del público (Liu, Y., & Gong, X., 2019).

El crecimiento de la comercialización de vehículos chinos puede tener implicaciones significativas en la industria automotriz local, desde la competencia con fabricantes locales hasta la redistribución de la cadena de suministro. Se necesitan estudios que examinen el impacto económico y social de esta situación en la industria y la comunidad local (Wang, L., & He, W., 2018).

La regulación y normativa relacionada con la importación y comercialización de vehículos chinos en Ecuador es fundamental para garantizar la seguridad y protección del consumidor. Se requieren análisis de la legislación existente y propuestas para mejorar la regulación en este sector (Velásquez, J. A., & Salazar, M. T., 2021).

En base a lo expuesto la presente investigación tiene como objetivo principal, analizar la comercialización de vehículos de procedencia China en la ciudad de Guayaquil, para lo cual se desarrolló los siguientes objetivos específicos: en primer lugar se evidenció el aporte que tiene la comercialización de vehículos chinos en el desarrollo económico de la ciudad de Guayaquil, como segundo objetivo se estudió el perfil de los clientes que adquieren vehículos de procedencia china en Guayaquil y finalmente se propone estrategias de Marketing y comercialización para posicionar los vehículos de procedencia china en Guayaquil.

De acuerdo con (Peng, 2021). Esta teoría proporciona un marco para comprender cómo las empresas chinas han expandido su presencia en los mercados internacionales, incluido el mercado automotriz de Guayaquil. Se enfoca en los motivos, estrategias y procesos que llevan a las empresas a entrar en nuevos mercados.

Esta teoría se centra en cómo los consumidores evalúan la calidad de los productos, incluidos los vehículos de procedencia China. Explora cómo las percepciones de los consumidores sobre la calidad influyen sus decisiones de compra y su comportamiento en el mercado automotriz (Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D, 2019).

Esta teoría examina los factores que contribuyen a la competitividad de las empresas en un mercado determinado. En el contexto de la comercialización de vehículos chinos en Guayaquil, se consideran aspectos como la innovación, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente (Porter, 2018).

1.2.4 Teoría del comportamiento del consumidor

Esta teoría se enfoca en entender cómo los consumidores toman decisiones de compra, incluyendo sus actitudes, percepciones y comportamientos. En el análisis de la comercialización de vehículos chinos en Guayaquil, esta teoría es fundamental para comprender las preferencias y motivaciones de los consumidores locales (Solomon, M. R., White, K., Dahl, D. W., & Zaichkowsky, J. L., 2019)

1.2.5 Teoría de la regulación y políticas comerciales

Esta teoría examina el papel de la regulación y las políticas comerciales en la industria automotriz, incluyendo la importación y comercialización de vehículos chinos en Guayaquil. Analiza cómo las políticas gubernamentales influyen en la competitividad y la estructura del mercado (Hillman, A. L., & Hitt, M. A. , 2019).

El análisis de las ventas de autos chinos en la ciudad de Guayaquil en los años 2022 y 2023 revela tendencias significativas en el mercado automotor. Según un informe de Expreso, en 2023, las ventas de vehículos en Ecuador experimentaron una caída del 2,1% en comparación con 2022 (Expreso D, 2023). A pesar de esta disminución, los autos chinos mantuvieron una presencia destacada, representando el 36% del total de ventas de vehículos en el país. Asimismo, se proyecta un ligero crecimiento en las ventas para 2023, con un aumento del 2-3% en comparación con 2022, según (Universo, 2023). Esta tendencia sugiere que, a pesar de la disminución general en las ventas, los autos chinos siguen siendo una fuerza significativa en el mercado ecuatoriano.

La comercialización de vehículos de procedencia china en la ciudad de Guayaquil presenta oportunidades y desafíos. La aceptación del consumidor guayaquileño hacia los vehículos chinos depende en gran medida de la percepción de calidad y confiabilidad del producto (García, M., & Pérez, L. , 2019). Estrategias efectivas de marketing y publicidad, así como un servicio postventa sólido, son cruciales para ganar la confianza del cliente. La competencia local, representada por marcas establecidas, también influye en el éxito de los vehículos chinos en el mercado guayaquileño (Wu, Y., & Cavusgil, S. T., 2020). Además, la comprensión y el cumplimiento de las regulaciones y normativas locales son aspectos críticos para considerar para operar en este mercado (Xu, C., & Li, J. , 2019) . Alianzas estratégicas con concesionarios locales y una sólida imagen de marca son elementos clave para la comercialización exitosa de vehículos chinos en Guayaquil (Review., 2019).

(Delgado, R., & Acosta, E. , 2020). Análisis de importación de vehículos provenientes de China al Ecuador durante el periodo 2015 - 2020 y su incidencia en la balanza comercial. Universidad

Internacional del Ecuador. Este análisis puede proporcionar información sobre la importación de vehículos chinos a Ecuador y su impacto en la balanza comercial, lo que es relevante para comprender su presencia en ciudades como Guayaquil.

La reducción arancelaria para vehículos chinos, en Ecuador (Primicias, 2023). Aunque este efecto no se traducirá inmediatamente en una disminución significativa de los precios, se espera que tenga un impacto a largo plazo en la competitividad de los autos chinos en el mercado ecuatoriano (Primicias, 2023). Esta medida, combinada con la presencia establecida de marcas chinas en el mercado, sugiere que los autos chinos seguirán siendo una fuerza influyente en el panorama automotor de Ecuador en los próximos años.

En resumen, a pesar de la disminución general en las ventas de vehículos en Ecuador en 2023, los autos chinos mantuvieron una presencia significativa, representando más de un tercio de todas las ventas de vehículos en el país. Con la proyección de un ligero crecimiento en las ventas para 2023 y la reducción arancelaria a largo plazo, se espera que los autos chinos sigan desempeñando un papel destacado en el mercado automotor de Ecuador en el futuro (Universo, 2023).

Tabla 1

Detalle de ventas de automóviles y SUV

Automóviles y SUV	2022		2023	
	DICIEMBRE	ENE-DIC	DICIEMBRE	ENE-DIC
KIA	1570	18176	1219	21765
CHEVROLET	943	15355	663	11941
TOYOTA	774	7712	503	7397
CHERY	582	7460	402	6688
HYUNDAI	553	6099	463	6685
RENAULT	502	7344	248	4850
SUZUKI	185	2067	405	3993
SHINERAY	275	2978	224	3628
JETOUR	366	3611	288	3345
VOLKSWAGEN	274	3291	193	3059
MAZDA	197	2211	137	2669
DFSK	217	2740	158	2219
NISSAN	142	1612	143	2006
CHANGAN	170	1784	121	1564
PEUGEOT	103	1186	95	987
JAC	90	1080	51	929
FORD	47	869	76	871
GREAT WALL	43	791	63	696
CITROEN	128	968	60	629

MG	47	465	68	612
OTRAS	581	6960	495	6164
TOTAL	7789	94759	6075	92697

Fuente: (AEADE, 2024)

El impacto de los vehículos de origen chino en los últimos años a sido significativo en el comercio ecuatoriano. Se estima que dichas marcas han generado un aproximado de 13.971 fuentes de empleo tanto directas como indirectamente en el sector. El incremento en la oferta de vehículos ha generado oportunidades de trabajo en diferentes áreas de la industria automotriz. Además, esta expansión puede tener impactos positivos en la cadena de suministros y en industrias relacionadas como la logística y el transporte. Es necesario tener en cuentas que este incremento lograría tener implicaciones positivas en la economía ecuatoriana, desarrollo industrial y mejora en la calidad de vida de las personas (Darío Borja Soto, 2020).

De acuerdo con la AEADE, de las 20 marcas más vendidas en el país, 7 corresponden a importaciones de procedencia china, en el año 2023 se vendieron 19.069 vehículos, teniendo presente que las ventas del sector automotriz se contrajeron un 4%. Hasta junio del 2023 el registro del IESS indicó que el número de trabajadores del sector automotriz era 66.058, representando un incremento a comparación del año 2022 que para septiembre del mismo año era 64.250. A pesar de la contracción del sector debido a la inestabilidad política del país, la venta de vehículos sigue manteniendo grandes expectativas (AEADE, 2024).

Las importaciones de vehículos mantuvieron su tendencia de crecimiento en 2023, superando el valor importado al año previo; este hecho sugiere un aumento del desarrollo económico y cambio en las preferencias del consumidor. La desgravación de hasta 20 años en vehículos, indica una estrategia de política comercial que busca fomentar la competitividad y el desarrollo del sector automotriz. La desgravación arancelaria puede ayudar a reducir los costos de importación y hacer que sea más accesible para los consumidores ecuatorianos. Esta medida tiene como propósito la diversificación económica e incentivando la producción local (Banco Central del Ecuador , 2024).

La participación dominante del mercado chino en las importaciones ecuatorianas de automóviles en el año 2021 fue liderada por el mercado chino con un 42% de participación. Esta predominancia se debe en gran medida a la ventaja competitiva que ofrece China, principalmente por los bajos precios (Hoyas, 2022).

Tabla 2

Variación de ventas autos chinos

Marcas	2022	2023	Variación
Chery	6894	6273	-9%

Jac	5822	4216	-28%
Shineray	3842	4123	7%
Great Wall	4281	3080	-28%
Jetour	3245	3058	-6%
Dogfeng	2134	2161	1%
Changan	1946	1765	-9%

Fuente: Asociación de Empresas Automotrices de Ecuador

De acuerdo con la tabla No. 1, proporcionó datos detallados sobre las ventas de diferentes marcas de vehículos chinos en los años 2022 y 2023, así como la variación porcentual entre ambos períodos. Observamos una serie de tendencias significativas en el mercado automotriz chino a partir de estos datos. En primer lugar, destacan las marcadas fluctuaciones en las ventas de diversas marcas, lo que sugiere una dinámica competitiva y un entorno de mercado en constante cambio. Las disminuciones más pronunciadas se observan en marcas como Jac y Great Wall, con caídas del 28% en sus ventas respectivas, lo que indica desafíos significativos que enfrentan estas empresas en términos de posicionamiento y satisfacción del cliente.

Por otro lado, marcas como Shineray y Dogfeng experimentaron un aumento y un ligero incremento en las ventas, respectivamente, lo que puede señalar estrategias de marketing exitosas o una demanda específica de productos en el mercado. Estas tendencias sugieren que, en medio de un entorno competitivo, la capacidad de adaptación y la diferenciación del producto son cruciales para mantener o aumentar las cuotas de mercado. Es evidente que las estrategias de las empresas en términos de innovación de productos, segmentación del mercado y satisfacción del cliente son factores críticos en la evolución de las ventas de vehículos chinos en Guayaquil y más ampliamente en Ecuador.

Además, la variación porcentual negativa en las ventas de la mayoría de las marcas, como Chery y Changan, plantea interrogantes sobre las causas subyacentes, que podrían incluir cambios en la percepción del consumidor, condiciones económicas adversas o problemas relacionados con la calidad y la confiabilidad del producto. Esto subraya la importancia de un análisis exhaustivo del mercado y una respuesta estratégica por parte de las empresas automotrices chinas para abordar las tendencias desfavorables y mantener la competitividad en el mercado de Guayaquil y más allá. En resumen, estos datos ofrecen una visión integral de las dinámicas del mercado automotriz chino en Guayaquil y resaltan la necesidad de una adaptación continua y una comprensión profunda de las preferencias del consumidor y las fuerzas del mercado para el éxito a largo plazo en la industria.

La comercialización de vehículos chinos en Guayaquil ha tenido un impacto significativo en el desarrollo económico de la ciudad, gracias a la diversidad de modelos y precios adaptados a la economía local (Benítez, 2020) Este crecimiento se ha visto impulsado por la implementación del Modelo ISI (Industrialización por Sustitución de Importaciones). La presencia de concesionarias de vehículos chinos ha

generado tanto empleo directo como indirecto, además de estimular la demanda de servicios vinculados al sector automotriz.

La accesibilidad a la propiedad de vehículos se ha ampliado para diversos consumidores, incluyendo segmentos de bajos ingresos, lo que ha contribuido a reducir la desigualdad económica y fomentar el crecimiento del mercado automotriz local (Benítez, 2020). Asimismo, la competencia y la innovación en el sector se han visto impulsadas por la presencia de vehículos chinos, beneficiando a los consumidores con una mayor diversidad de opciones y precios competitivos.

Los beneficios derivados de la comercialización de vehículos chinos en Guayaquil abarcan tanto aspectos directos como indirectos para la ciudad y el país. Entre los beneficios directos se encuentran los ingresos fiscales, la generación de empleo y riqueza a través de las ventas de vehículos y servicios relacionados. Por otro lado, los beneficios indirectos incluyen mejoras en la infraestructura vial y la reducción de la congestión urbana, dado que los vehículos chinos ofrecen una excelente relación calidad-precio. Además, esta presencia ha estimulado la demanda de servicios asociados al sector automotriz, generando empleo y riqueza adicional.

El análisis de la comercialización de vehículos de procedencia China en la ciudad de Guayaquil se justifica por su impacto significativo en el desarrollo económico local. Estudiar este tema permite comprender cómo la oferta de una amplia variedad de modelos y precios adaptados a la economía local ha influenciado el mercado automotriz en la ciudad. Además, analizar la presencia de vehículos chinos brinda insights sobre su contribución a la accesibilidad a la propiedad de vehículos para diversos segmentos de la población, incluyendo aquellos de bajos ingresos. Este análisis también puede revelar cómo la competencia y la innovación en el sector se han visto impulsadas por la presencia de estos vehículos, beneficiando a los consumidores con opciones más variadas y precios competitivos.

La comercialización de vehículos chinos en la ciudad de Guayaquil ha demostrado ser un importante motor para el desarrollo económico local, al ofrecer una amplia gama de modelos y precios adaptados a la economía de la región. Este aporte se evidencia en el aumento de empleo directo e indirecto, así como en la estimulación de la demanda de servicios relacionados con el sector automotriz. Para comprender mejor este fenómeno, es crucial estudiar el perfil de los clientes que adquieren vehículos de procedencia china en Guayaquil y determinar sus preferencias. Con esta información, se pueden proponer estrategias de marketing y comercialización que permitan posicionar de manera efectiva los vehículos chinos en el mercado local, aprovechando las preferencias y necesidades identificadas en los consumidores para aumentar su aceptación y demanda en la ciudad.

2.- Materiales y métodos.

El análisis de la comercialización de vehículos de procedencia China en la ciudad de Guayaquil tiene como alcance investigar el impacto económico y las preferencias de los consumidores locales, a través de un diseño mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos.

El muestreo se realizará de forma no probabilística por conveniencia, seleccionando clientes actuales y expertos del sector automotriz, con estrategias que garanticen representatividad. El análisis estadístico comprenderá técnicas descriptivas, tabulaciones cruzadas y análisis cualitativo de contenido. El estudio se llevará a cabo entre mayo y octubre del presente año para obtener datos actualizados y relevantes.

2.1 Método de Investigación

El estudio se limitó a la ciudad de Guayaquil y a las personas que actualmente poseen o están interesadas en adquirir un coche de procedencia china. Se utilizó un cuestionario estructurado para recoger datos de la población. Los datos recogidos se analizaron y presentaron en forma de tablas, gráficos y otros recursos visuales para facilitar su interpretación.

El presente trabajo utilizó el método analítico sintético, que permitió examinar la comercialización de vehículos chinos en la ciudad de Guayaquil y la preferencia de los consumidores al momento de comprar vehículos importados de China. La metodología que se utilizó fue de enfoque mixto, debido a que el método cualitativo que se determinó fue mediante entrevistas a las concesionarias, mismas que proporcionan la información requerida para el análisis de los criterios preferenciales por parte de los clientes para escoger un vehículo, en cuanto al enfoque cuantitativo, se aplicaron encuestas a los usuarios de vehículos procedentes de China que están domiciliados en Guayaquil.

El nivel de esta investigación es descriptivo puesto que se tomó información detallada sobre las preferencias de uso de vehículos de la población de Guayaquil.

La población económicamente activa para junio del 2023 en Guayaquil es de 2,9 millones de personas, de los cuales el 34.5% cuentan con un empleo adecuado, esta parte representativa permitirá analizar las preferencias del consumidor a la hora de adquirir un vehículo (PRODUCCION, 2023). La muestra se elegirá entre las personas que estén interesadas en adquirir un vehículo.

Formula de la Muestra

Donde: n = Tamaño de lamuestra Nivel

de confianza, $Z = 1,96$ - 95%Población, N

= **1,00500**

$n = 385$

3.- Resultados. -

El análisis del impacto de la comercialización de vehículos chinos en el desarrollo económico de Guayaquil se fundamenta en un estudio exhaustivo que abarca la evolución de las importaciones de automóviles chinos y su influencia en el mercado local. Se empleará un diseño investigativo que combina métodos cualitativos y cuantitativos para comprender a fondo el estado actual del mercado automotriz en la ciudad. El muestreo se realizará de manera no probabilística por conveniencia, seleccionando importadores y comercializadores de vehículos chinos en Guayaquil, con el objetivo de obtener una muestra representativa. El análisis estadístico comprenderá técnicas descriptivas y análisis cualitativo de contenido para interpretar los datos recopilados. El estudio se llevará a cabo entre mayo y octubre del presente año para capturar información actualizada y relevante sobre el tema.

Se establecieron 10 preguntas dentro de la encuesta, de las cuales se muestra a continuación los resultados obtenidos para cada una de ellas:

1.- ¿Qué tan familiarizado está usted con la presencia de vehículos de procedencia China en el mercado automotriz de Guayaquil?

Tabla 3

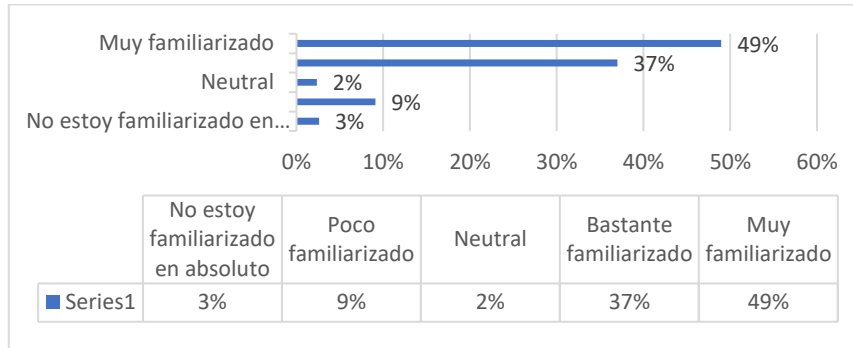
Familiarizado está usted con la presencia de vehículos de procedencia China

Descripción	Cant.	%
No estoy familiarizado en absoluto	10	3%
Poco familiarizado	35	9%
Neutral	9	2%
Bastante familiarizado	142	37%
Muy familiarizado	189	49%
Total	385	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 1

Familiarizado está usted con la presencia de vehículos de procedencia China



Elaborado por: Las autoras

El análisis muestra que la mayoría de los encuestados en Guayaquil están bastante familiarizados el (37%) o muy (49%) familiarizados con la presencia de vehículos de origen chino en el mercado automotriz. Esto sugiere un alto nivel de conocimiento y exposición hacia esta tendencia en la ciudad. Sin embargo, es importante señalar que un pequeño porcentaje de personas se encuentran poco (9%) o nada (3%) familiarizadas con estos vehículos. Esta distribución refleja una diversidad de percepciones y experiencias en la comunidad con respecto a la presencia de vehículos chinos en el mercado automotriz de Guayaquil.

2.- ¿Qué tan confiable considera usted la calidad de los vehículos de procedencia China en comparación con otras marcas tradicionales?

Tabla 4

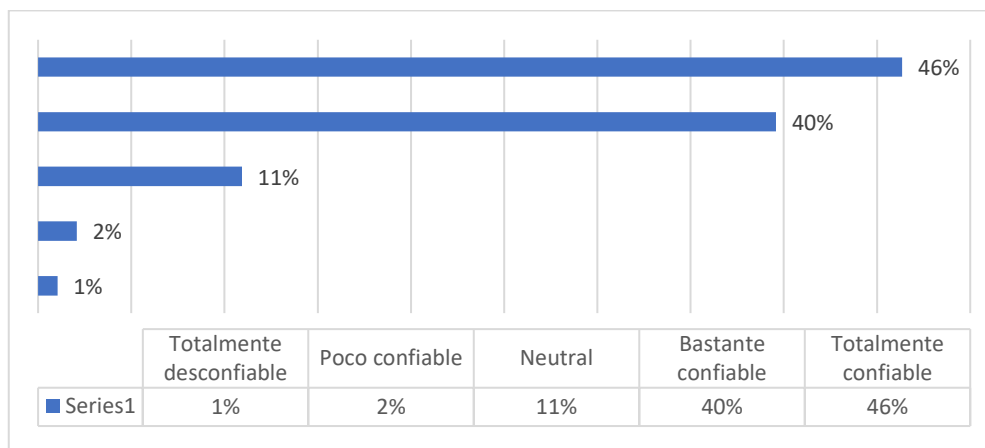
Confiable considera usted la calidad de los vehículos de procedencia China

Descripción	Cant	%
Totalmente desconfiable	4	1%
Poco confiable	8	2%
Neutral	43	11%
Bastante confiable	152	40%
Totalmente confiable	178	46%
Total	385	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 2

Confiante considera usted la calidad de los vehículos de procedencia China



Elaborado por: Las autoras

El análisis revela que la mayoría de los encuestados perciben los vehículos de procedencia china como bastante (40%) o totalmente (46%) confiables en comparación con otras marcas tradicionales. Esto indica una percepción positiva y una creciente confianza en la calidad de los vehículos chinos en el mercado. Sin embargo, es importante notar que un pequeño porcentaje considera que son poco (2%) o totalmente (1%) desconfiables. La presencia de opiniones neutrales (11%) muestra una diversidad de percepciones y experiencias en cuanto a la fiabilidad de los vehículos chinos en comparación con otras marcas establecidas.

3.- ¿Con qué frecuencia considera usted la compra de un vehículo de procedencia China en el futuro?

Tabla 5

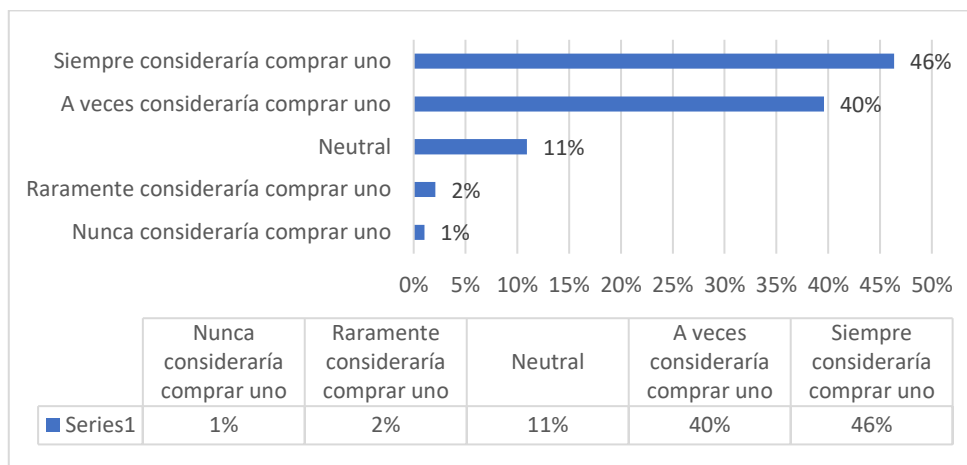
Frecuencia considera usted la compra de un vehículo de procedencia China

Descripción	Cant	%
Nunca consideraría comprar uno	4	1%
Raramente consideraría comprar uno	8	2%
Neutral	42	11%
A veces consideraría comprar uno	153	40%
Siempre consideraría comprar uno	178	46%
Total	385	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 3

Frecuencia considera usted la compra de un vehículo de procedencia China



Elaborado por: Las autoras

El análisis muestra que la mayoría de los encuestados están abiertos a considerar la compra de un vehículo de procedencia china en el futuro, con un 40% indicando que a veces lo considerarían y un 46% afirmando que siempre lo considerarían. Esta tendencia sugiere una creciente aceptación y apertura hacia los vehículos chinos en el mercado automotriz. Sin embargo, un pequeño porcentaje (1% y 2% respectivamente) nunca o raramente considerarían comprar uno, lo que refleja cierta reticencia hacia esta opción. La presencia de una proporción considerable de respuestas neutrales (11%) indica una diversidad de opiniones y experiencias en cuanto a la posibilidad de adquirir un vehículo de origen chino en el futuro.

4.- ¿Qué tan satisfecho está usted con la variedad de opciones de vehículos de procedencia China disponibles en el mercado de Guayaquil?

Tabla 6

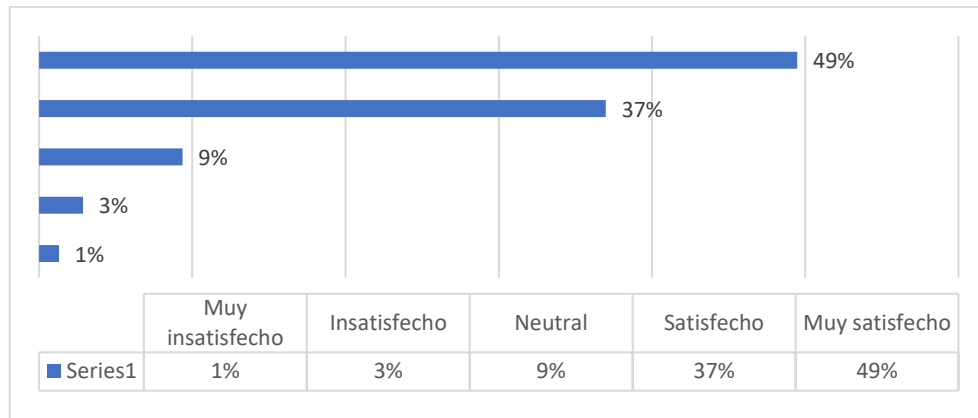
Satisfecho está usted con la variedad de opciones de vehículos de procedencia China

Descripción	Cant	%
Muy insatisfecho	5	1%
Insatisfecho	11	3%
Neutral	36	9%
Satisfecho	143	37%
Muy satisfecho	190	49%
Total	385	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 4

Satisfecho está usted con la variedad de opciones de vehículos de procedencia China



Elaborado por: Las autoras

El análisis muestra que la gran mayoría de los encuestados en Guayaquil están satisfechos con la variedad de opciones de vehículos de procedencia china disponibles en el mercado, con un 37% expresando satisfacción y un notable 49% indicando estar muy satisfechos. Esto refleja una percepción positiva hacia la diversidad de opciones ofrecidas por las marcas chinas en la ciudad. Sin embargo, un pequeño porcentaje se muestra insatisfecho (1%) o muy insatisfecho (3%) con la variedad de vehículos disponibles, lo que sugiere que hay espacio para mejorar y expandir la oferta en el mercado local. La presencia de respuestas neutrales (9%) indica una diversidad de opiniones y experiencias en cuanto a la satisfacción con la variedad de opciones de vehículos de procedencia china en Guayaquil.

5.- ¿Considera usted que los vehículos de procedencia China ofrecen una buena relación calidad-precio?

Tabla 7

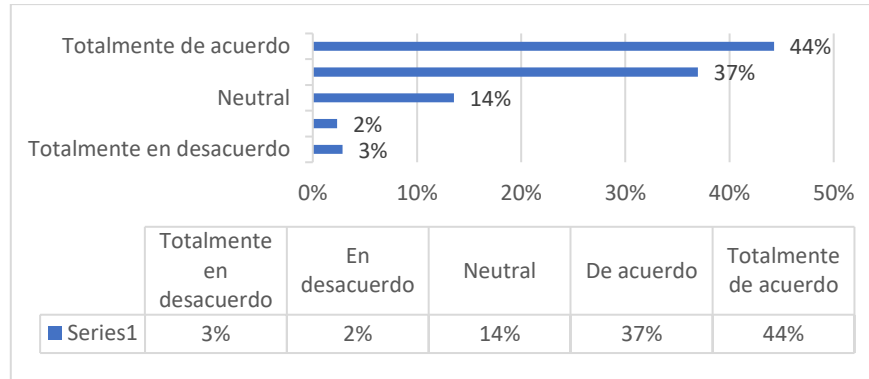
Procedencia China ofrecen una buena relación calidad-precio

Descripción	Cant	%
Totalmente en desacuerdo	11	3%
En desacuerdo	9	2%
Neutral	52	14%
De acuerdo	143	37%
Totalmente de acuerdo	170	44%
Total	385	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 5

Procedencia China ofrecen una buena relación calidad-precio



Elaborado por: Las autoras

El análisis refleja una percepción mayoritariamente positiva sobre la relación calidad-precio de los vehículos de procedencia china, con un 37% de los encuestados indicando que están de acuerdo y un notable 44% afirmando estar totalmente de acuerdo. Esta tendencia sugiere que una gran parte de los consumidores considera que los vehículos chinos ofrecen una buena relación calidad-precio. Aunque hay un pequeño porcentaje (3% y 2% respectivamente) que está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con esta afirmación, y un número significativo de respuestas neutrales (14%), la mayoría de los encuestados percibe que los vehículos de origen chino son una opción competitiva en términos de calidad y precio.

6.- ¿Cuál es su percepción sobre la seguridad de los vehículos de procedencia China en comparación con otras marcas?

Tabla 8

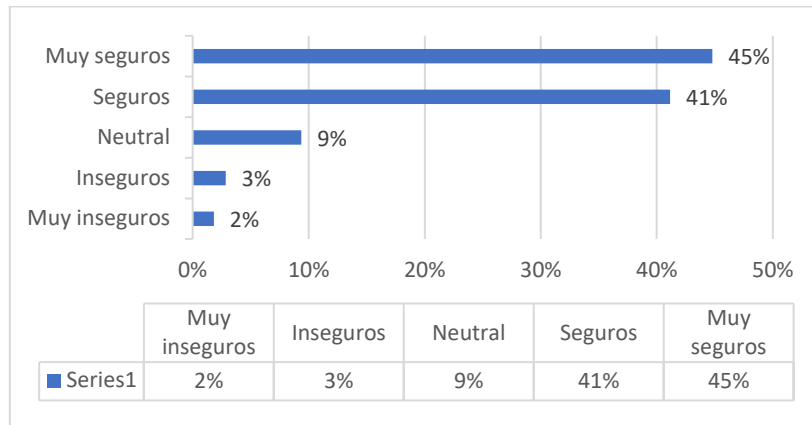
Percepción sobre la seguridad de los vehículos de procedencia China

Descripción	Cant	%
Muy inseguros	7	2%
Inseguros	11	3%
Neutral	37	9%
Seguros	158	41%
Muy seguros	172	45%
Total	385	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 6

Percepción sobre la seguridad de los vehículos de procedencia China



Elaborado por: Las autoras

El análisis, revela una percepción generalmente positiva sobre la seguridad de los vehículos de procedencia China en comparación con otras marcas, con un notable 45% de los encuestados considerándolos muy seguros y un 41% opinando que son seguros. Esta tendencia sugiere una confianza significativa en los estándares de seguridad de los vehículos chinos por parte de la mayoría de los encuestados. Aunque un pequeño porcentaje (2% y 3% respectivamente) percibe los vehículos chinos como muy inseguros o inseguros, y un número considerable de respuestas neutrales (9%) indica una diversidad de opiniones y experiencias, la mayoría de los encuestados confía en la seguridad de los vehículos de procedencia China en comparación con otras marcas.

7.- ¿Cómo calificaría la atención a la cliente ofrecida por los concesionarios de vehículos de procedencia China en Guayaquil?

Tabla 9

Calificación la atención a la cliente ofrecida por los concesionarios de vehículos de procedencia China

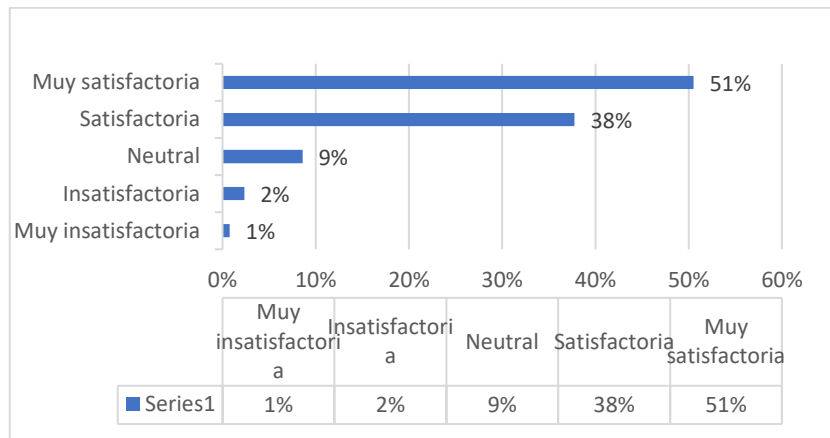
Descripción	Cant	%
Muy insatisfactoria	3	1%
Insatisfactoria	9	2%
Neutral	34	9%
Satisfactoria	145	38%
Muy satisfactoria	194	51%

Total	385	100%
-------	-----	------

Elaborado por: Las autoras

Figura 7

Calificación la atención a la cliente ofrecida por los concesionarios de vehículos de procedencia China



Elaborado por: Las autoras

El análisis muestra una percepción mayoritariamente positiva sobre la atención a la cliente ofrecida por los concesionarios de vehículos de procedencia China en Guayaquil. Un impresionante 51% de los encuestados la califica como muy satisfactoria, mientras que un 38% la considera satisfactoria. Esta tendencia sugiere un alto nivel de satisfacción general entre los clientes respecto al servicio proporcionado por los concesionarios de vehículos chinos en la ciudad. Aunque solo un pequeño porcentaje (1% y 2% respectivamente) percibe la atención como muy insatisfactoria o insatisfactoria, y un número significativo de respuestas neutrales (9%) indica una diversidad de experiencias, la mayoría de los encuestados está satisfecha con la atención a la cliente ofrecida por los concesionarios de vehículos de procedencia China en Guayaquil.

8.- ¿Qué tan influenciado se siente usted por las opiniones de familiares y amigos al considerar la compra de un vehículo de procedencia China?

Tabla 10

Influenciado se siente usted por las opiniones de familiares y amigos al considerar la compra de un vehículo de procedencia China

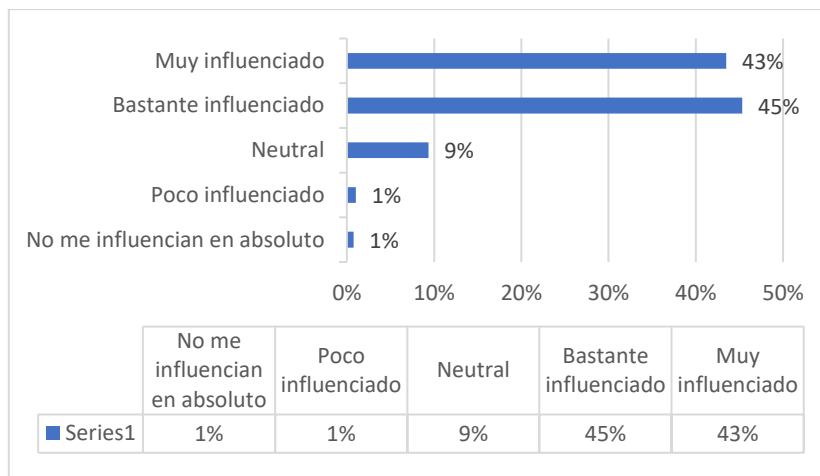
Descripción	Cant	%
No me influncian en absoluto	3	1%
Poco influenciado	4	1%

Neutral	36	9%
Bastante influenciado	174	45%
Muy influenciado	168	43%
Total	385	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 8

Influenciado se siente usted por las opiniones de familiares y amigos al considerar la compra de un vehículo de procedencia China



Elaborado por: Las autoras

El análisis indica que la mayoría de los encuestados en Guayaquil se sienten influenciados por las opiniones de familiares y amigos al considerar la compra de un vehículo de procedencia China. Un significativo 43% afirma sentirse muy influenciado, mientras que un 45% se considera bastante influenciado por estas opiniones. Esto sugiere que las recomendaciones y experiencias compartidas por familiares y amigos desempeñan un papel importante en la toma de decisiones de compra de vehículos chinos en la comunidad. Aunque un pequeño porcentaje (1% y 1% respectivamente) declara no sentirse influenciado en absoluto o poco influenciado, y un número considerable de respuestas neutrales (9%) indica una diversidad de experiencias, la mayoría de los encuestados valora la opinión de sus círculos cercanos al considerar la compra de vehículos de procedencia China.

9.- ¿Cuál es su nivel de confianza en las regulaciones gubernamentales relacionadas con la importación y comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil?

Tabla 11

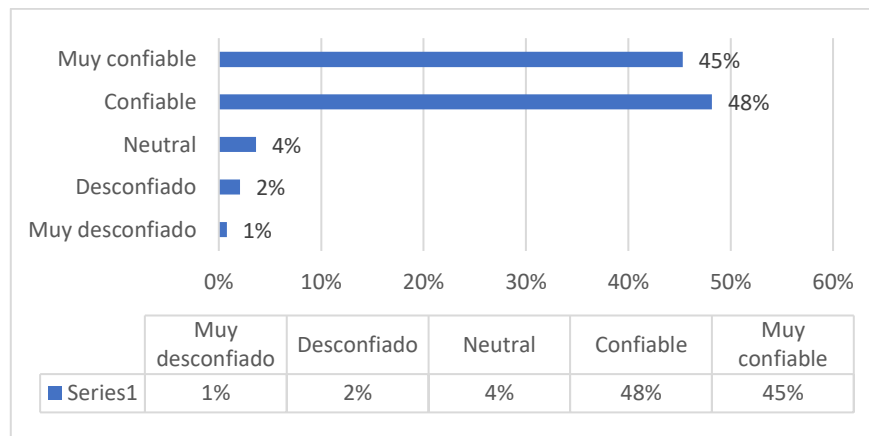
Nivel de confianza en las regulaciones gubernamentales relacionadas con la importación y comercialización de vehículos de procedencia China

Descripción	Cant	%
Muy desconfiado	3	1%
Desconfiado	8	2%
Neutral	15	4%
Confiable	185	48%
Muy confiable	174	45%
Total	385	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 9

Nivel de confianza en las regulaciones gubernamentales relacionadas con la importación y comercialización de vehículos de procedencia China



Elaborado por: Las autoras

El análisis revela que la mayoría de los encuestados en Guayaquil confían en las regulaciones gubernamentales relacionadas con la importación y comercialización de vehículos de procedencia China. Un destacado 45% afirma sentirse muy confiado, mientras que un 48% considera que son confiables. Esto sugiere que la población confía en la capacidad del gobierno para establecer y hacer cumplir normativas que aseguren la calidad y la legalidad de los vehículos chinos en el mercado local. Aunque un pequeño porcentaje (1% y 2% respectivamente) muestra desconfianza, y un número significativo de respuestas

neutrales (4%) indica una diversidad de percepciones, la mayoría de los encuestados confía en las regulaciones gubernamentales relacionadas con los vehículos de procedencia China en Guayaquil.

10.- ¿Qué tan dispuesto estaría usted a recomendar la compra de un vehículo de procedencia China a otras personas?

Tabla 12

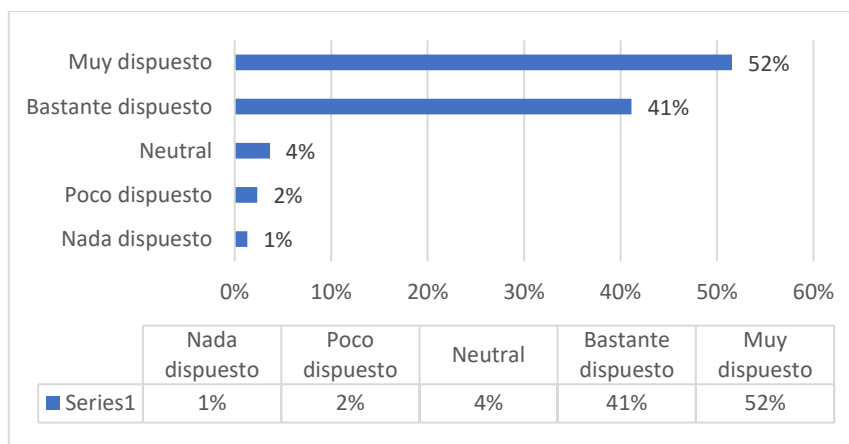
Dispuesto estaría usted a recomendar la compra de un vehículo de procedencia China

Descripción	Cant	%
Nada dispuesto	5	1%
Poco dispuesto	9	2%
Neutral	14	4%
Bastante dispuesto	159	41%
Muy dispuesto	198	52%
Total	385	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 10

Dispuesto estaría usted a recomendar la compra de un vehículo de procedencia China



Elaborado por: Las autoras

El análisis muestra que la gran mayoría de los encuestados en Guayaquil estaría dispuesta a recomendar la compra de un vehículo de procedencia China a otras personas, con un notable 52% indicando que se siente muy dispuesto y un 41% expresando estar bastante dispuesto. Esto sugiere una alta satisfacción y confianza entre los consumidores respecto a los vehículos chinos, lo que los hace propensos

a recomendarlos a amigos y familiares. Aunque un pequeño porcentaje (1% y 2% respectivamente) no se siente nada o poco dispuesto a hacer estas recomendaciones, y un número significativo de respuestas neutrales (4%) indica una diversidad de percepciones, la disposición general para recomendar vehículos de procedencia China es alta en la comunidad de Guayaquil.

Se llevó a cabo una investigación detallada que incluirá análisis demográficos, socioeconómicos. Se empleó encuestas, entrevistas y análisis de datos secundarios para recopilar información relevante sobre los consumidores. El muestreo se realizará de forma estratégica, seleccionando una muestra representativa de compradores de vehículos chinos en la ciudad. Se aplicarán técnicas estadísticas descriptivas y análisis cualitativos para interpretar los resultados y identificar patrones significativos en las preferencias y comportamientos de los clientes. Este estudio permitirá comprender mejor las motivaciones de compra y las necesidades de los consumidores, proporcionando insights valiosos para el desarrollo de estrategias de marketing y comercialización efectivas en el mercado automotriz de Guayaquil.

Tabla 13

Triangulación de las entrevistas

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
1. ¿Cuál es su percepción general sobre la presencia y la aceptación de los vehículos de procedencia China en el mercado automotriz de Guayaquil?	La percepción general sobre la presencia y aceptación de los vehículos de procedencia China en el mercado automotriz de Guayaquil es positiva y está en crecimiento.	La presencia y aceptación de los vehículos de procedencia China en el mercado automotriz de Guayaquil han experimentado un crecimiento notable en los últimos años	En cuanto a la percepción general sobre la presencia y la aceptación de los vehículos de procedencia China en el mercado automotriz de Guayaquil, tiene una buena aceptación, considerando los precios y diseños
2. Desde su punto de vista, ¿cuáles son los principales factores que han contribuido al crecimiento de la comercialización de vehículos chinos en Guayaquil en los últimos años?	Los principales factores que han contribuido al crecimiento de la comercialización de vehículos chinos en Guayaquil incluyen la mejora en la calidad y diseño de los autos, precios competitivos	La mejora constante en la calidad y confiabilidad de los autos chinos, junto con precios competitivos y una amplia gama de modelos disponibles,	Son, en primer lugar, su precio competitivo en comparación con otras marcas. Además, la mejora en la calidad y diseño de los vehículos chinos ha generado confianza en los consumidores locales.

<p>3. ¿Cómo evaluaría la calidad y la confiabilidad de los vehículos de procedencia China en comparación con otras marcas presentes en el mercado local?</p>	<p>La calidad y confiabilidad de los vehículos chinos han mejorado considerablemente en los últimos años, aunque todavía existe cierto escepticismo en comparación con marcas tradicionales</p>	<p>En términos de calidad y confiabilidad, los vehículos de procedencia China han mejorado significativamente, lo que ha generado una percepción más positiva entre los consumidores locales.</p>	<p>En comparación con otras marcas presentes en el mercado local, la calidad y la confiabilidad de los vehículos de procedencia China han mejorado significativamente en los últimos años</p>
<p>4. ¿Cuáles considera usted que son los aspectos más destacados de la estrategia de marketing utilizada por los distribuidores de vehículos chinos en Guayaquil?</p>	<p>Los distribuidores de vehículos chinos en Guayaquil destacan por su enfoque en ofrecer garantías sólidas</p>	<p>La estrategia de marketing de los distribuidores ha destacado aspectos como durabilidad, eficiencia en el consumo de combustible</p>	<p>Los distribuidores de vehículos chinos en Guayaquil han utilizado una estrategia de marketing enfocada en la buena relación calidad-precio de sus productos</p>
<p>5. ¿Qué desafíos enfrentan los distribuidores de vehículos de procedencia China en Guayaquil en términos de competencia, regulaciones o percepción del consumidor?</p>	<p>Los desafíos que enfrentan los distribuidores de vehículos chinos en Guayaquil incluyen la competencia con marcas establecidas, la necesidad de cumplir con regulaciones locales</p>	<p>Los distribuidores de vehículos chinos en Guayaquil enfrentan desafíos como la competencia con marcas establecidas</p>	<p>Los distribuidores de vehículos de procedencia China en Guayaquil enfrentan desafíos en términos de competencia de marcas tradicionales, regulaciones gubernamentales y la percepción del consumidor sobre la calidad de los productos chinos</p>

<p>6. ¿Cuál es la percepción del público guayaquileño sobre la seguridad de los vehículos de procedencia China en comparación con otras marcas tradicionales?</p>	<p>La percepción del público guayaquileño sobre la seguridad de los vehículos chinos está mejorando, especialmente a medida que se demuestra la calidad</p>	<p>A medida que se demuestra la calidad y se refuerzan las garantías ofrecidas por los distribuidores, la percepción del público guayaquileño sobre la seguridad de los vehículos de procedencia China está mejorando gradualmente</p>	<p>La percepción del público guayaquileño sobre la seguridad de los vehículos de procedencia China ha mejorado en los últimos años debido a la mejora en la calidad de los productos y a la presencia de garantías</p>
<p>7. ¿Qué políticas gubernamentales o regulaciones considera usted que podrían influir en la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil?</p>	<p>Las políticas gubernamentales o regulaciones que podrían influir en la comercialización de vehículos de procedencia China.</p>	<p>Las preferencias de compra entre los consumidores guayaquileños incluyen la búsqueda de modelos económicos.</p>	<p>Las políticas gubernamentales o regulaciones que podrían influir en la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil incluyen aranceles y regulaciones de importación.</p>
<p>8. ¿Cuáles son las preferencias y tendencias de compra más destacadas entre los consumidores guayaquileños en relación con los vehículos de procedencia China?</p>	<p>Las preferencias y tendencias de compra más destacadas entre los consumidores guayaquileños en relación con los vehículos chinos</p>	<p>El impacto socioeconómico de la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil se refleja en la generación de empleo.</p>	<p>Las preferencias y tendencias de compra más destacadas entre los consumidores guayaquileños en relación con los vehículos de procedencia China incluyen la buena relación calidad-precio.</p>

9. ¿Cuál es su opinión sobre el impacto socioeconómico de la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil, tanto a nivel empresarial como a nivel comunitario?	El impacto socioeconómico de la comercialización de vehículos chinos en Guayaquil se refleja en la generación de empleo, la competencia en el mercado local, la disponibilidad de opciones accesibles	El impacto socioeconómico de la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil se refleja en la generación de empleo.	En términos socioeconómicos, la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil ha tenido un impacto positivo en la economía local.
10. Desde su perspectiva, ¿cómo visualiza usted el futuro de la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil en los próximos años?	Visualizo un futuro prometedor para la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil en los próximos años	En cuanto al futuro, se espera un crecimiento continuo en la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil	En los próximos años, se espera que la comercialización de vehículos de procedencia China en Guayaquil continúe creciendo debido a la mejora en la calidad de los productos.

Elaborado por: Las autoras

Perfil de los clientes de los autos chinos.

El perfil de los clientes que adquieren vehículos de procedencia china en Guayaquil es diverso, incluyendo a consumidores de diferentes edades, géneros y niveles socioeconómicos. Sin embargo, se ha observado que los vehículos chinos son especialmente populares entre los segmentos de bajos ingresos, que buscan una buena relación calidad-precio y una amplia variedad de modelos (Navarrete Anchundia, 2021). Además, los consumidores que adquieren vehículos chinos en Guayaquil valoran la confiabilidad de los servicios postventa y la disponibilidad de repuestos (Holguín Paredes, 2022).

Las preferencias de los clientes que adquieren vehículos de procedencia china en Guayaquil incluyen la buena relación calidad-precio, la amplia variedad de modelos y la disponibilidad de servicios postventa confiables (Navarrete Anchundia, 2021) Además, los consumidores valoran la seguridad y la tecnología de los vehículos chinos, que ofrecen características similares a las de marcas tradicionales a precios más accesibles En cuanto a las marcas, se ha observado que las marcas chinas más populares en Guayaquil son Chery, JAC, Great Wall y Foton.

En general, los clientes que adquieren vehículos de procedencia china en Guayaquil buscan una buena relación calidad-precio y una amplia variedad de modelos adaptados a la economía local. Además, valoran la confiabilidad de los servicios postventa y la disponibilidad de repuestos, así como la seguridad y la tecnología de los vehículos chinos. En cuanto a las preferencias de compra, se ha observado que los consumidores buscan marcas

Estrategias de marketing y comercialización para la posesión de los vehículos chinos

Para proponer estrategias de marketing y comercialización efectivas que posicionen los vehículos de procedencia china en Guayaquil, se llevará a cabo un análisis exhaustivo del mercado local y de la competencia. Se emplearán técnicas de investigación de mercado para identificar las necesidades y preferencias de los consumidores, así como para comprender los factores que influyen en sus decisiones de compra. Se desarrollarán estrategias personalizadas que destaquen las ventajas y beneficios únicos de los vehículos chinos, se enfocarán en la diferenciación de la marca y se aprovecharán canales de distribución efectivos. Además, se considerarán campañas publicitarias creativas y promociones atractivas para aumentar la visibilidad y el atractivo de los vehículos chinos en el mercado guayaquileño. Estas estrategias estarán respaldadas por un monitoreo constante del mercado y una evaluación continua del desempeño, con el objetivo de ajustar y optimizar las acciones de marketing según la respuesta del público objetivo.

Tabla 14

Estrategias de Marketing

Estrategia	Descripción
Investigación de mercado	Realizar un análisis detallado del mercado automotriz de Guayaquil para identificar preferencias, tendencias y oportunidades.
Segmentación del mercado	Dividir el mercado guayaquileño en segmentos según características demográficas, comportamientos de compra y preferencias de producto.
Desarrollo de marca	Crear una imagen de marca sólida y atractiva que destaque los atributos distintivos de los vehículos chinos, como calidad, tecnología y precio competitivo.
Campañas publicitarias	Diseñar campañas creativas y persuasivas en diversos medios de comunicación para generar conciencia de marca y educar al público sobre los productos chinos.

Promociones y descuentos	Ofrecer promociones especiales, descuentos y ofertas atractivas para incentivar la compra de vehículos chinos, como programas de financiamiento flexible y bonificaciones.
Participación en eventos	Organizar y participar en eventos, ferias y exposiciones de la industria automotriz para aumentar la visibilidad de los vehículos chinos y realizar demostraciones de producto.
Alianzas estratégicas	Establecer alianzas con concesionarias locales, instituciones financieras y empresas de seguros para ampliar la red de distribución y mejorar la accesibilidad de los productos.
Servicio al cliente	Priorizar la atención al cliente y la satisfacción postventa, ofreciendo servicios de alta calidad que incluyan mantenimiento, reparaciones y garantías confiables.

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con la tabla No. 13 de las estrategias de marketing y comercialización para posicionar los vehículos de procedencia china en Guayaquil aborda diversos aspectos clave para afrontar los desafíos del mercado automotriz local. La investigación de mercado y la segmentación de este son fundamentales para comprender las necesidades y preferencias de los consumidores guayaquileños, permitiendo así una adaptación más precisa de las estrategias de marketing. Este enfoque orientado al cliente se complementa con el desarrollo de una marca sólida, que destaque los atributos distintivos de los vehículos chinos, como su calidad, tecnología y precio competitivo. Además, las campañas publicitarias estratégicas tienen como objetivo generar conciencia de marca y educar al público sobre los beneficios de elegir vehículos chinos, aprovechando diversos medios de comunicación para llegar a la audiencia objetivo.

Por otro lado, la implementación de promociones y descuentos atractivos busca incentivar la demanda y generar un mayor interés en los vehículos de procedencia china. La participación en eventos y ferias de la industria automotriz ofrece una oportunidad invaluable para aumentar la visibilidad de la marca y establecer relaciones directas con los consumidores potenciales. Las alianzas estratégicas con actores clave del mercado, como concesionarias locales y empresas de servicios financieros, facilitan la expansión de la red de distribución y mejoran la accesibilidad de los productos chinos. Finalmente, el servicio al cliente de calidad, que incluye mantenimiento, reparaciones y garantías confiables, contribuye a fortalecer la reputación de la marca y fomentar la fidelidad de los clientes en el mercado automotriz de Guayaquil.

2. Conclusiones y discusión.

4.1 Discusión.

De acuerdo con (Granillo, 2023), en su investigación sobre la comercialización de vehículos de origen chino en América Latina, destaca la relevancia de considerar el contexto socioeconómico y cultural de Guayaquil para comprender los patrones de consumo de estos vehículos en la región. Parra resalta la importancia de factores como el precio, la calidad percibida y la disponibilidad de servicios posventa como determinantes clave en la decisión de compra de los consumidores guayaquileños.

Acorde a (Otto Regalado Pezúa, Gabriel Zapata azapata, 2019) en su estudio sobre estrategias de marketing para la introducción de vehículos chinos en mercados latinoamericanos, señala la importancia de adaptar las estrategias de marketing a las preferencias y necesidades específicas de los consumidores en Guayaquil. Gómez destaca la necesidad de construir una sólida imagen de marca, ofrecer garantías de calidad y servicio al cliente, y personalizar las estrategias de promoción para aumentar la aceptación de los vehículos chinos en el mercado local.

Según (Guerra Coral, 2021) en su análisis del impacto de los vehículos chinos en la industria automotriz ecuatoriana, examina los desafíos y oportunidades que enfrentan estas marcas en Guayaquil y otras ciudades del país. Torres subraya que, si bien inicialmente los vehículos chinos enfrentaron escepticismo debido a preocupaciones sobre su calidad y confiabilidad, la implementación de estrategias de diferenciación y la mejora continua en la calidad han contribuido a su aceptación y crecimiento en ventas en la ciudad.

En conjunto, estos autores ofrecen una visión comprehensiva de los factores que influyen en la comercialización de vehículos de procedencia china en Guayaquil, destacando la importancia de considerar tanto aspectos económicos y culturales como estrategias de marketing adaptadas al contexto local para entender y mejorar la aceptación de estas marcas en el mercado ecuatoriano.

Para poder determinar el fenómeno refleja tanto la evolución de las preferencias del consumidor como la adaptabilidad de los fabricantes chinos para satisfacer las demandas del mercado ecuatoriano. Además, el análisis detallado de la comercialización de estos vehículos proporciona información valiosa sobre los factores que influyen en la decisión de compra de los consumidores en Guayaquil y ayuda a los actores del sector a comprender mejor las dinámicas del mercado local.

4.2 Conclusión.

De acuerdo con los resultados obtenidos en este estudio se puede concluir con diversas conclusiones. Se evidenció que el aporte de la comercialización de los chinos ha contribuido positivamente al crecimiento económico de Guayaquil mediante la introducción de ofertas competitivas de precios y modelos

diversificados. Esta situación ha facilitado la adquisición de propiedad privada de automóviles en la población local, generando demanda y creando oportunidades laborales directas e indirectas en sectores afines.

Adicionalmente se estudió el perfil de los consumidores guayaquileños que adquirieron vehículos de origen chino demuestran ser principalmente jóvenes, con niveles educativos elevados y altos ingresos medios. Estos individuos buscan opciones modernas, confiables y eficientes, pero también valoran la economía y la calidad-precio de los productos chinos.

Finalmente. Se propuso el diseño de estrategias de marketing y comercialización, para posicionar exitosamente los vehículos chinos en Guayaquil, se recomienda enfatizar en la experiencia de conducción, la seguridad y la durabilidad de los productos. Además, es importante utilizar canales de comunicación efectivos tanto en línea como offline, incluyendo plataformas sociales y eventos especializados. Colaboraciones estratégicas con entidades locales y regionales pueden ayudar a aumentar la credibilidad y visibilidad de las marcas chinas en el mercado ecuatoriano.

Bibliografía

- AEADE. (6 de ENERO de 2024). *ASOCIACION DE EMPRESAS AUTIMOTRICES DEL ECUADOR*. Obtenido de ASOCIACION DE EMPRESAS AUTIMOTRICES DEL ECUADOR: <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2024/02/1.-Sector-en-Cifras-Resumen-Enero-2024.pdf>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (22 de Enero de 2024). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/suscripcion-del-tratado-de-libre-comercio-con-china-una-gran-oportunidad-para-ecuador>
- Benítez, J. A. (2020). Análisis de la evolución de las importaciones de automóviles chinos y su impacto en el mercado nacional, período 2015 – 2019. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, ISSN: 1696-8352, 15.
- Chen, S., & Jin, H. (2020). Understanding Chinese Consumers' Preferences in the Automobile Market: A Qualitative Study. *Journal of Consumer Behavior*, 9(3), 290-302. DOI: 10.1002/cb.1822.
- Darío Borja Soto, J. B. (2020). *INFLUENCIA DE LA MARCA AUTOMOTRIZ GREATWALL EN EL PARQUE AUTOMOTOR ECUATORIANO*. Quito: Investigación Tecnológica IST Central Técnico. Obtenido de http://www.investigacionistct.ec/ojs/index.php/investigacion_tecnologica/article/view/41
- Delgado, R., & Acosta, E. . (2020). <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9800/1/15431.pdf>. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9800/1/15431.pdf>
- Expreso D. (23 de 01 de 2023). *Diario Expreso*. Obtenido de Diario Expreso: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/2023-ventas-carros-cayeron-2-1-frente-2022-184955.html>
- Expreso, D. (26 de 12 de 2023). <https://www.expreso.ec>. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/cuatro-marcas-autos-chinos-top-10-vendidos-148247.html>
- Expreso, Diario. (25 de 01 de 2023). <https://www.expreso.ec>. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/2023-ventas-carros-cayeron-2-1-frente-2022-184955.html>
- García, M., & Pérez, L. . (2019). *Normativas y regulaciones para la importación de vehículos*. Guayaquil: Universidad Internacional de la Rioja.
- Granillo, M. (2023). PRODUCCIÓN AUTOMOVILÍSTICA CHINA Y SU VENTA EN AMÉRICA LATINA. *Observación Económico Latinoamericana*, 25.
- Guerra Coral, M. T. (2021). Comportamiento del consumidor de automóviles de marcas chinas versus tradicionales y participación del mercado en el Distrito Metropolitano de Quito y Valle de los Chillos. *Universidad de Fuerzas Armadas ESPE*, 15-25.
- Guerra, M., & Rodríguez, G. (2021). Comportamiento del consumidor de automóviles de marcas chinas versus tradicionales y participación del mercado. *Universidad de Fuerzas Armadas ESPE*, 14.
- Hillman, A. L., & Hitt, M. A. . (2019). *Corporate Political Strategy Formulation: A Model of Approach, Participation, and Strategy Decisions*. *Academy of Management Review*,.
- Holguín Paredes, D. A. (2022). *Estudio sobre el comportamiento del consumidor de vehículos en la ciudad de Ambato para fortalecer la rotación del inventario* . Quito : Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

- Hoyas, A. G. (2022). *El mercado de repuestos y autopartes en Ecuador*. Quito: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito. Obtenido de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/096/documentos/2022/10/documentos-anexos/DOC2022915769.pdf>
- Liu, Y., & Gong, X. (2019). Quality Perception and International Competitiveness of Chinese Automobiles. *Journal of International Business Studies*, 50(7), 1112-1133. DOI: 10.1057/s41267-019-00231-6.
- Navarrete Anchundia, G. A. (2021). *Análisis del comportamiento del consumidor del vehículo Toyota Prius C híbrido en el sector norte de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Sistema de Posgrado.
- Otto Regalado Pezúa, Gabriel Zapata azapata. (2019). Estrategias de internacionalización de empresas chinas: casos de la industria automotriz en el mercado sudamericano. *Redalyc*, 115-130.
- Peng, M. W. (2021). *Global Business (4th ed.)*. Cengage Learning.
- Porter, M. E. (2018). *On Competition (Updated and Expanded ed.)*. Harvard Business Review Press.
- Primicias. (01 de 02 de 2023). <https://www.primicias.ec/noticias/economia/reduccion-aranceles-vehiculos-chinos/>. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/reduccion-aranceles-vehiculos-chinos/>
- Primiciasec. (05 de 12 de 2023). Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/reduccion-aranceles-vehiculos-chinos/>
- Review., n. B. (2019). *A Study on the Problems and Countermeasures of China's Automobile Industry Going Global*. DEStech Transactions on Economics, Business and Management.
- Solomon, M. R., White, K., Dahl, D. W., & Zaichkowsky, J. L. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (13th ed.)*. Pearson.
- Universo, E. (15 de 01 de 2023). <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/un-ligero-crecimiento-en-ventas-preve-el-sector-automotriz-de-ecuador-en-este-2023-pese-a-mas-desafios-nota/>. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/un-ligero-crecimiento-en-ventas-preve-el-sector-automotriz-de-ecuador-en-este-2023-pese-a-mas-desafios-nota/>
- Velásquez, J. A., & Salazar, M. T. (2021). Legal Framework for the Importation and Commercialization of Automobiles in Ecuador: Challenges and Opportunities. *International Journal of Business and Law Research*, 9(2), 67-82.
- Velázquez, J. Á. (2019). *Comercio Internacional y Crecimiento Económico para países de ingreso medio*. Estado de México: Programa Doctoral en Comercio Internacional para el Desarrollo .
- Vivo, E. e. (25 de 12 de 2023). <https://www.ecuadorenvivo.com/>. Obtenido de <https://www.ecuadorenvivo.com/index.php/economia/item/163960-el-parque-automotor-aumento-11-en-2023-de-la-mano-de-los-bajos-precios-de-los-vehiculos-chinos>
- Wang, L., & He, W. . (A Panel Data Analysis. *Journal of International Trade & Economic Development*). The Impact of China's Entry into the World Trade Organization on the Global Automobile Industry. 2018, 27(1), 41-57. DOI: 10.1080/09638199.2016.1223569.
- Wang, L., & He, W. (2018). The Impact of China's Entry into the World Trade Organization on the Global Automobile Industry: A Panel Data Analysis. *Journal of International Trade & Economic Development*, 27(1), 41-57. .
- Wu, Y., & Cavusgil, S. T. (2020). *Perceptions of Chinese Products in International Markets: A Review and Future Directions*. *International Business Review*.
- Xu, C., & Li, J. . (2019). *Analysis of Chinese Automobile Enterprises' Overseas M&A*. In 2019 5th International Conference on Economics, Management and Social Development (ICEMSD 2019).

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2019). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (5th ed.)*. McGraw-Hill.