



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ECONOMISTA**

**TEMA**

**Análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca  
CHERY en la ciudad de Guayaquil. Caso empresa GALARMOBIL S.A.**

**TUTOR**

**Econ. HOLGER ESTEBAN ALAVA MARTINEZ Mg.**

**AUTOR**

**FADUA NICOLLE CUESTA BRITO**

**GUAYAQUIL**

**2022**



<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<p><b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b></p> <p>Análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca CHERY en la ciudad de Guayaquil. Caso empresa GALARMOBIL S.A.</p>	
<p><b>AUTOR/ES:</b> Fadua Nicolle Cuesta Brito</p>	<p><b>REVISORES O TUTORES:</b> Econ, Holger Esteban Alava Martínez Mg.</p>
<p><b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil</p>	<p><b>Grado obtenido:</b> Economista</p>
<p><b>FACULTAD:</b> FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO</p>	<p><b>CARRERA:</b> ECONOMÍA</p>
<p><b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2022</p>	<p><b>N. DE PAGS:</b> 107</p>
<p><b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Ciencias sociales y del comportamiento</p>	
<p><b>PALABRAS CLAVE:</b> análisis, importación, comercialización, vehículos chinos, beneficio económico</p>	
<p><b>RESUMEN:</b> El sector automotriz forma parte de varios componentes de la economía nacional, y ha contribuido notoriamente al Estado. En los últimos años el sector automotriz ha evidenciado altos niveles de importaciones de vehículos. Ante la alta demanda de vehículos la comercializadora de automóviles GALARMOBIL S.A., ha hecho uso de los servicios de importadoras que han funcionado en el país para presentar a los clientes vehículos con el cumplimiento de la ley, sin embargo, los costos son elevados y no resulta competitivo para la empresa, por lo que se propone un análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca Chery en la ciudad de Guayaquil. Con el objetivo de reducir la cadena de comercialización, optimizar procesos, disminuir costos y presentar productos económicamente atractivos a los clientes. La marca de vehículos Chery cuenta con un buen respaldo y reputación, no solo por sus diseños de última tendencia, además de sus colores, sino la tecnología de los autos, la resistencia y repuestos económicos, con los cuales, ya es un producto con valores agregados que lo hacen una oferta atractiva para el mercado actual.</p>	

Esta investigación presenta un enfoque mixto, lo cual, facilita el escenario cualitativo y a su vez cuantitativo, permitiendo de esta manera el uso y aplicación de técnicas e instrumentos de recolección de datos amplios generando resultados y análisis desde diferentes contextos.		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Fadua Nicolle Cuesta Brito	<b>Teléfono:</b> 0987823581	<b>E-mail:</b> fcuestab@ulvr.edu.ec
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	Decana: Mg. Diana Almeida Aguilera Teléfono: (04)2596500 Ext. 240 E-mail: dalmeidaa@ulvr.edu.ec  Director de Carrera: Mg. Rosa Salinas Heredia Teléfono: (04)2596500 Ext. 226 E-mail: rsalinash@ulvr.edu.ec	

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

## TESIS CUESTA-ALAVA

### INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Nacional de  
Frontera

Trabajo del estudiante

<1 %

2

repositorio.ug.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

3

theworldnews.net

Fuente de Internet

<1 %

4

Konstantin Alekseev, Birgit Strotmann.  
"Análisis del discurso populista español",  
Miscelánea Comillas. Revista de Ciencias  
Humanas y Sociales, 2021

Publicación

<1 %

5

es.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

6

www.bolsadevaloresguayaquil.com

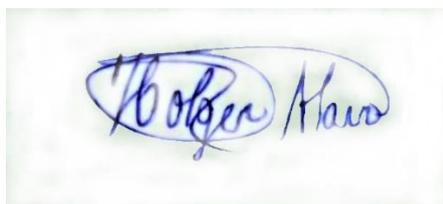
Fuente de Internet

<1 %

7

Jonathan Wilmer Zambrano-Castro, Julio  
Nolberto Pérez-Guerrero. "Estudio de la  
aplicación del mantenimiento predictivo en

<1 %



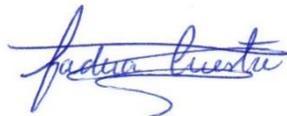
## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

La estudiante egresada **Fadua Nicolle Cuesta Brito**, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **Análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca CHERY en la ciudad de Guayaquil. Caso empresa GALARMOBIL S.A.**, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autora

Firma:



Fadua Nicolle Cuesta Brito  
C.I.0952136471

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **Análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca CHERY en la ciudad de Guayaquil. Caso empresa GALARMOBIL S.A.**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca CHERY en la ciudad de Guayaquil. Caso empresa GALARMOBIL S.A.**, presentado por los estudiantes **Fadua Nicolle Cuesta Brito** como requisito previo, para optar al Título de **Economista**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:|



**Econ. Holger Esteban Alava Martinez**

C.C. 0912075272

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la guía y la fortaleza para cumplir mis metas. Gracias infinitas a mi familia por siempre brindarme su apoyo y darme aliento cuando más lo necesitaba. Agradezco a los docentes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte que a más de instruirnos profesionalmente nos brindaron enseñanzas para la vida, de manera especial al master Holger Alava y al master Luis Almeida que me tutelaron en el camino de este proyecto. Gracias a la ULVR por abrirme las puertas de tan prestigiosa institución y permitirme adquirir sus conocimientos. Además, gracias a la empresa Galarmobil por permitirme realizar el proceso investigativo para la suspensión de este trabajo.

## **DEDICATORIA**

Definitivamente a mis padres por la guía y el impulso que me dan a diario. Son mi mayor ejemplo a seguir. A mi madre, por acompañarme en esas noches de desvelo hasta terminar mi tarea, por tener una gentil sonrisa en esos días que las cosas no iban muy bien y por ser mi confidente y mejor amiga. A mi padre, por siempre ayudarme en lo que he necesitado, por preocuparte por mí y cuidarme, y por enseñarme que no hay imposibles para cumplir tus metas. A mi hermana, porque eres ese rayito de sol que alegra mis días, espero algún día ser un ejemplo para ti. También a mi tía y a mi abuela que han sido parte importante de este largo camino siempre brindándome su apoyo.

# ÍNDICE

PORTADA.....	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES .....	vi
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
DEDICATORIA.....	ix
ÍNDICE.....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xvi
CAPÍTULO I.....	4
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	4
1.1 Tema.....	4
1.2 Planteamiento del Problema .....	4
1.3 Formulación del Problema .....	8
1.4 Sistematización del Problema.....	8
1.5 Objetivo General .....	8
1.6 Objetivos Específicos .....	8
1.7 Justificación.....	9
1.8 Delimitación del Problema .....	11
1.9 Idea a Defender.....	11
1.10 Línea de Investigación Institucional.....	12
CAPÍTULO II.....	13
MARCO TEÓRICO .....	13
2.1 Antecedentes teóricos de la investigación .....	13
2.1.1 Análisis del comportamiento de compra de vehículos chinos en la ciudad de Guayaquil.....	13

2.1.2	Análisis de la evolución de las importaciones de autos chinos y el impacto en el mercado nacional, período 2015- 2019 .....	14
2.1.3	Importación de autos de origen chino para el mercado peruano, Lima, en el periodo 2013 - 2017 .....	16
2.1.4	Las importaciones chinas y su impacto en el mercado de autopartes de repuesto mexicano.....	17
2.2	Fundamentación teórica.....	18
2.2.1	El mercantilismo .....	18
2.2.2	Teoría de la ventaja absoluta.....	19
2.2.3	Teoría de la ventaja comparativa .....	19
2.2.4	Teoría de Heckscher-Ohlin .....	20
2.2.5	ercio Internacional y competencia imperfecta: La nueva teoría del comercio	20
2.2.6	El mercado, la demanda y la oferta en la teoría económica.....	21
2.2.7	Naturaleza de negocio.....	22
2.2.8	Seguimiento de la importación de vehículos de la marca Chery. (tabla y análisis)	23
2.2.9	Seguimiento de la comercialización -venta de vehículos de la marca Chery .....	24
2.2.10	Resumen de la importación y comercialización de vehículos .....	25
2.2.11	Antecedentes e información de las poblaciones dedicada a la compra de vehículos de la marca Chery .....	25
2.2.12	Aspectos legales de la importación de vehículos.....	26
2.2.13	Retrospectiva del comercio entre CHINA Y ECUADOR .....	28
2.2.14	Análisis de la comercialización de vehículos en la empresa.....	30
2.2.15	Marco legal de la empresa .....	33
2.4	Marco Conceptual.....	33
2.4.1	Ad-Valorem .....	33
2.4.2	FODINFA .....	34
2.4.3	Bill of Lading.....	34
2.4.4	Packing list.....	34

2.4.5 Certificado de origen .....	34
2.4.6 Costos operacionales.....	35
2.4.7 Beneficio económico .....	35
2.4.8 CIF .....	35
2.4.9 FOB.....	35
2.5 Marco Legal.....	36
2.5.1 Constitución de la República del Ecuador 2008.....	36
2.5.2 Plan Nacional del Desarrollo 2017-2021.....	37
2.5.3 Código del Comercio .....	37
2.5.4 Código Orgánico De La Producción, Comercio e Inversiones, COPCI.....	38
2.5.5 Codificación de la Ley Orgánica de Aduanas.....	38
2.5.6 Disposiciones para Importaciones de Vehículos, Piezas .....	39
CAPÍTULO III .....	40
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	40
3.1 Tipo de investigación.....	40
3.2 Enfoque.....	41
3.3 Técnica e instrumentos .....	41
3.3.1 Técnicas de Investigación.....	41
3.3.2 Instrumentos de Recolección de Datos .....	42
3.3.2.1 Recursos bibliográficos.....	42
3.3.2.2 La entrevista estructurada .....	42
3.4 Validación de la Propuesta .....	45
CAPÍTULO IV .....	47
INFORME FINAL .....	47
4.1 Análisis de resultados .....	47
4.1.1 Importación Anual de Vehículos en Unidades por Segmento, 2016-2020.....	48
4.1.2 Composición de las Ventas en Ecuador en Unidades 2016 al 2020. Importación y	

Ensamblaje Local .....	49
4.1.3 Ventas Anuales por Tipo de Vehículo en Unidades 2016 al 2020.....	47
4.1.4 Ventas de Vehículos en Unidades por Segmento en Guayas 2016 al 2020.....	47
4.1.5 Precios Promedio en dólares de Ventas de Vehículos Según Segmento .....	48
4.1.6 Principales Modelos Vendidos de la Marca Chery (Unidades) 2019-2020.....	49
4.1.7 Costos.....	51
4.1.8 Costos.....	52
4.1.9 Precio .....	52
4.2 Análisis comparativo de resultados .....	53
CONCLUSIONES.....	55
RECOMENDACIONES .....	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	58
ANEXOS .....	65

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Línea de investigación institucional.....	12
Tabla 2 Marcas y tipo de auto. Empresa GALARMOBIL S.A .....	23
Tabla 3 Ventas en Unidades según Marca 2016-2020.....	24
Tabla 4 Venta de Vehículos por Provincia en Unidades de la Marca CHERY del 2019 la 2020 .....	25
Tabla 5 Unidades de Todos los Vehículos Vendidos por GALARMOBIL.....	30
Tabla 6 Unidades CHERY Vendidas por GALARMOBIL,S.A.....	30
Tabla 7 Comparativo de UND Marca CHERY vendidas a Nivel Nacional & GALARMOBIL.....	31
Tabla 8 Ventas netas. Empresa GALARMOBIL S.A .....	32
Tabla 9 Importación Anual en Unidades por Segmento 2016 al 2020 .....	48
Tabla 10 Composición de las Ventas en Ecuador en Unidades 2016 al 2020. Importación y ensamblaje local .....	49
Tabla 11 Ventas Anuales por Tipo de Vehículo en Unidades del 2016 al 2020	47
Tabla 12 Ventas de Vehículos en el Guayas por Tipo.....	47
Tabla 13 Precios Promedio en Dólares de Ventas de Vehículos Según Segmento	48
Tabla 14 Principales Modelos Vendidos de la Marca CHERY en Unidades del 2019 al 2020.....	49
Tabla 15 Costos de Importación vehículo marca CHERY modelo ARRIZO 3 .	51
Tabla 16 Costos del Vehículo marca CHERY modelo ARRIZO 3 (Concesionaria).....	52
Tabla 17 Precio de venta al público del vehículo marca.....	52

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Importación anual de vehículos en unidades por segmento desde 2016 al 2020 .....	48
Figura 2: Composición de las ventas en Ecuador en unidades. Importación y Ensamblaje local.....	50
Figura 3: Ventas anuales por tipo de vehículos en unidades del 2016 al 2020	48
Figura 4: Ventas de vehículos en unidades anuales por segmento en el Guayas	47
Figura 5: Precio promedio en dólares de Ventas de Vehículos Según Segmento	49
Figura 6: Principales Modelos Vendidos de la Marca CHERY en Unidades del 2019 al 2022.....	50

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 <i>Proceso de Compra de GALARMOBIL,S.A</i> .....	65
Anexo 2 <i>Proceso de Comercialización GALARMOBIL, S.A</i> .....	66
Anexo 3 <i>Resumen Curricular Sr. Macias León Richard Orlando</i> .....	67
Anexo 4: <i>Resumen Curricular Sr. Cedeño Castañeda Ivan Joshua</i> .....	71
Anexo 5: <i>Resumen Curricular Sr. Marañon Sotomayor Silvio Rene</i> .....	74
Anexo 6: <i>Entrevista a Richard Macias</i> .....	76
Anexo 7: <i>Entrevista a Ivan Cedeño</i> .....	79
Anexo 8: <i>Entrevista a Silvio Marañon</i> .....	83

## INTRODUCCIÓN

El sistema económico ecuatoriano ha presentado en los últimos años, una serie de movimientos que ha afectado a la población, la cual, en su mayoría se han adaptado, en el sector automotriz esto también se ha evidenciado, tanto en la manufactura como en la importación de los mismos.

En este sentido, la empresa GALARMOBIL S.A., ha hecho uso de los servicios de importadoras que han funcionado en el país, más los costos finales de la operación, para presentar a los clientes vehículos con el cumplimiento de la ley, son elevados y no resulta competitivo, por lo que se propone un Análisis de la Importación y Comercialización de Vehículos de la marca CHERY en la ciudad de Guayaquil. Caso empresa GALARMOBIL S.A.

Para que de esta forma la cadena de comercialización sea reducida y presentar productos económicamente atractivos a los clientes, considerando que la marca CHERY ya tiene un respaldo y reputación, no solo por sus diseños de última tendencia, además de sus colores, sino la tecnología de los autos, la resistencia y repuestos económicos, con los cuales, ya es un producto con valores agregados que lo hacen una oferta atractiva para el mercado actual.

Esta investigación presenta un enfoque mixto, lo cual, facilita el escenario cualitativo y a su vez cuantitativo, permitiendo de esta manera el uso y aplicación de técnicas e instrumentos de recolección de datos amplios generando resultados desde diferentes contextos, de las realidades que constituyen la problemática planteada.

En este sentido la investigación presenta la siguiente estructura: **CAPITULO I: DISEÑO DE LA INVESTIGACION:** En este apartado se desarrolla el planteamiento del problema, lo cual permite describir de forma clara la situación actual de la empresa GALARMOBIL S.A., mediante la formulación y sistematización, se

generan interrogantes que marcaran el camino a seguir de la investigación, a razón de presentar contestación en la investigación, por medio de los objetivos, marca el destino que tiene la investigación, con el desarrollo de la justificación, se presenta cada una de las variables legítimas para llevar a cabo el estudio planteado.

De igual forma la línea a defender, establece de forma clara según los parámetros de la institución cual es el perfil en que se sustenta el estudio, en el caso de la delimitación de la investigación y línea de investigación institucional, refleja de forma concisa la demarcación de esta investigación.

Con respecto al **CAPÍTULO II: DISEÑO DE LA INVESTIGACION**: Se presenta el marco teórico que sustenta el estudio, así mismos antecedentes de la investigación o investigaciones previas, de igual forma a razón de definir de forma clara ciertos términos se evidencia el marco conceptual, por último en este capítulo el marco legal, el cual, ofrece todos y cada uno de los basamentos legales que establece el estado ecuatoriano y en el que se debe sustentar la investigación.

En la misma línea de ideas el **CAPÍTULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**: Presenta el enfoque metodológico y diseño de la investigación, de igual forma describe cada una de las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como el análisis de los resultados que estos presentan.

En el **CAPÍTULO IV: INFORME FINAL**, en este apartado se presenta a detalle el análisis una vez recopilado toda la informa, a razón de determinar la viabilidad del estudio en todo y cada uno de los escenarios que intervienen en la dinámica la importación y comercialización de vehículos marca **CHERY** por parte de la empresa **GALARMOBIL S.A.**

Siendo el último apartado del estudio las **CONCLUSIONES** y **RECOMENDACIONES**, las cuales, permiten visualizar de forma resumida el estudio

su homologación con los objetivos de la investigación y las sugerencias presentadas por el autor para la optimización de la puesta en marcha de los resultados, previa revisión y autorización por parte de las autoridades empresariales que corresponda.

# CAPÍTULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### **1.1 Tema**

Análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca CHERY en la ciudad de Guayaquil. Caso empresa GALARMOBIL S.A.

### **1.2 Planteamiento del Problema**

La actividad del sector automotor está ligado a varios componentes de la economía como: el sector primario (agricultura, minería, ganadería, pesca, entre otros), el sector secundario (industria encargada de dar valor agregado), el sector comercial, el sector del turismo, el sector financiero, entre otros. La integración que tiene este sector en diferentes ámbitos lo vuelve un participante activo en la economía del país. (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, 2017)

Desde el siglo XX, o también conocido como el siglo de la industrialización, mediante la tecnificación de los procesos de fabricación el sector automotriz se comenzó a expandir significativamente, los resultados de esa expansión fueron el aumento de la producción anual de vehículos y el aumento de los ingresos económicos. Factores como las guerras mundiales y las crisis económicas influenciaron la diversificación y desarrollo tecnológico de los automóviles.

En Ecuador el primer automóvil apareció 1901 en la ciudad de Guayaquil, el cual fue importado desde Francia, el interés en los vehículos fue aumentado lo que provocó que en 1915 se forma la primera organización dedicada a la prestación de vehículos. Cinco años más tarde abre sus puertas el primer concesionario de Ecuador, E. Maulme, de la marca Chevrolet.

A partir de los años 90 en Ecuador se vivió una de las más grandes revoluciones para el sector automotriz, en el gobierno del expresidente Rodrigo Borja Cevallos, se

logró la liberación de las importaciones de vehículos, las cuales habían estado restringidas desde 1972 por el modelo proteccionista implantado en el gobierno de Guillermo Rodríguez Lara, el cual falló debido a la finalización del auge petrolero además de las excesivas deudas que tenía el país. Otro factor que favoreció al sector se dio en 1992 en el gobierno liderado por Sixto Durán Ballén, cuyas creencias se fundamentaban en dar apertura económica al país. En ese mismo año se firmó el famoso “Pacto Andino” entre Colombia, Perú, Bolivia, Venezuela y Ecuador, que consistía en liberar los mercados con la finalidad de incentivar el comercio entre los países.

A partir de dicho año las ventas del sector demostraron una gran diferencia, casi el 50% de los vehículos vendidos eran importados. A más de ofrecer una nueva gama de opciones para el público, las empresas se preocuparon por mejorar sus servicios posventa y hacer congruente los precios con las reglas del mercado.

Sin embargo, en 1995 que empezó la Guerra contra Perú, el sector enfrentó un retroceso provocado por la medida económica tomada por el gobernador de la época Sixto Durán Ballén, la cual consistía en un impuesto del 2% del costo del vehículo. Dos años después con la finalidad de incentivar al sector se disminuyó el ICE, lo que demostró un crecimiento del parque automotriz en un 34%.

En el año 1999 se comenzaba a notar una reactivación en el sector, se importaron casi 4 500 vehículos, entre ellos automóviles, camionetas y carros comerciales. Desde el año 2000 en adelante el sector automotriz aportó significativamente al fisco, tan solo en el 2004 recaudo aproximadamente 60 millones de dólares en impuestos a los vehículos. Ante el déficit comercial que se dio en el año 2007, consecuencia de la baja en exportaciones petroleras, el Estado implementó tasas, aranceles e impuestos, con los cuales en el sector automotor se recogieron aproximadamente \$ 400 millones.

En el 2011 el gobierno continuó con la tendencia de proteccionista y decidió imponer licencias para que los importadores puedan realizar sus actividades, además de un aumento del 3% relacionado al Impuesto de Salida de Divisas. Los resultados de las medidas fueron los esperados ya que hubo un crecimiento del 42% con respecto al 2010 en la demanda de vehículos fabricados en el país.

El Comité de Comercio Exterior (COMEX) mediante la resolución 101 impuso cupos para la importación de vehículos livianos. En el 2014 el mismo comité restringe la importación de 16 subpartidas, más relacionadas a los vehículos, esta medida fue más tajante debido a que contemplaba cantidad limitada de vehículos y monto total permitido.

En 2016 debido a la ralentización de la economía nacional motivada por factores externos, el Estado se vio en la obligación de tomar medidas que afectaron negativamente sobre todo a sectores privados, entre ellos el automotriz. En el 2017 mejoró la situación para las importadoras con la eliminación de cupos y salvaguardias impuestas el año anterior. El sector continuó con una tendencia al alza hasta el siguiente año.

El sector automotriz ha logrado avances y contribuciones notorias para el Estado ecuatoriano. Según la Asociación de Empresas Automotores del Ecuador en los 5 años últimos generó más de 182 491 plazas de trabajo y aportó con 6 507 millones de dólares en tributos.

De enero a diciembre del 2020 se registraron 58 633 unidades importadas, cifra considerada relativamente baja en comparación con la del año anterior, esto se dio a consecuencia de la crisis sanitaria mundial. A pesar de esto, en actualidad la importación de vehículos tiene mayor predominación en el país que su fabricación y ensamblaje.

Los vehículos importados provienen de países como China, Colombia, Japón, Corea del Sur, México, entre otros. En los últimos años China se ha convertido en nuestro principal proveedor, su participación en ventas paso de 5.2% en el 2016 al 20% en el 2019.

Este cambio se da debido a las preferencias del consumidor, que busca opciones más económicas y que satisfaga sus necesidades. CHERY es una marca de autos China relativamente joven en el mercado con solo 24 años desde su constitución. Esta marca llegó al Ecuador en el 2007 por las importadoras de autos Ponce Yepes y Cinascar.

En la actualidad Corporación Maresa, quien asumió las operaciones de Cinascar, es la importadora líder de esta marca. La marca cuenta con toda una gama de vehículos para los diferentes segmentos, que van desde vehículos personales hasta camiones pesados. Además, destaca por la inversión que realiza en el desarrollo de tecnología que da como resultados carros de vanguardia.

Su incidencia en el mercado ecuatoriano ha sido del 2% en el último año, porcentaje muy bueno considerando su reciente aparición en el mercado y la competencia con las marcas tradicionales.

En el sector automotriz son pocas las importadoras de vehículos, algunas de las razones son: los costos de importación en que se debe incurrir, los requisitos con los que se debe cumplir y las constantes variaciones en las políticas de balanza comercial del país.

En Guayaquil como alternativa a estas dificultades la mayoría de concesionarias optan por utilizar un intermediario para adquirir su stock de mercadería. Sin embargo, esto ocasiona que los precios al consumidor final sean más elevados y que el beneficio percibido por la concesionaria disminuya. Este también es

el caso de la empresa GALARMOBIL S.A., la cual tiene 8 años de experiencia en la venta de vehículos de la marca Chery, su mediana y satisfactoria trayectoria la postula como una empresa calificada para implementar procesos de importación directa.

Por tal motivo, la investigación propone analizar los costos y procesos de la importación y comercialización de vehículos marca Chery con la finalidad de determinar los beneficios económicos que brindarían estas actividades a la empresa.

### **13 Formulación del Problema**

¿Es adecuado analizar la importación y comercialización de vehículos de la marca Chery para la empresa GALARMOBIL S.A. de ciudad de Guayaquil?

### **14 Sistematización del Problema**

- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos que sirven de apoyo al análisis de las importaciones y comercialización de vehículos?
- ¿Cómo opera la empresa GALARMOBIL dentro del mercado local?
- ¿Cuál es el comportamiento del mercado nacional para la importación de vehículos y su comercialización?

### **15 Objetivo General**

Analizar la importación y comercialización de vehículos de la marca Chery para la empresa GALARMOBIL S.A. de ciudad de Guayaquil

### **16 Objetivos Específicos**

- Determinar los fundamentos teóricos que sirven de apoyo al análisis de las importaciones y comercialización de vehículos
- Identificar las operaciones comerciales de la empresa GALARMOBIL S.A.

- Diagnosticar el comportamiento del mercado nacional para la importación de vehículos y su comercialización

## **1.7 Justificación**

El análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca Chery en la ciudad de Guayaquil es importante porque según la constitución de la República del Ecuador 2008, en el Capítulo Sexto de los Derechos de Libertad en su artículo 66 avala que todos los ciudadanos y las ciudadanas puedan suscribirse a bienes y servicios de calidad, en este sentido la marca Chery tiene la posibilidad de brindar esa satisfacción que los clientes tanto buscan en bienes de larga duración, por ello la investigación se ha preocupado en analizar una manera viable para que la empresa GALARMOBIL S.A. contribuya con la cuota de mercado de estos vehículos.

Resulta importante saber que el Estado en la vigente Constitución, en el Capítulo Cuarto de Soberanía Económica, en su artículo 284 respalda una política económica donde existan reglas justas y eficientes para todos los competidores, además señala que deben de cumplir de manera razonable con los de bienes o servicios ofrecidos en la actividad económica. Este inciso resulta como respaldo para que la empresa GALARMOBIL S.A, se convierta en participante activo del grupo de importadores de los vehículos en el país, y de esta manera llegar a reducir las brechas de la intermediación y cumplir con las expectativas de los clientes.

Sobre las relaciones internacionales la Carta Magna en el Capítulo Primero de Principios de las Relaciones Internacionales en su art. 416 promueve las relaciones con otros países siempre y cuando estas resulten en beneficio de los ecuatorianos, además apoya el comercio y la inversión transparente y equitativa; aquello sirve de respaldo para las relaciones comerciales con China, el país de origen de los vehículos Chery, este enfoque que nuestra constitución realiza sobre los proveedores extranjeros resulta beneficioso porque incentiva a las compañías locales a apostar por mercados internacionales.

La relevancia de la investigación también se encuentra justificada en la agenda 2030, el objetivo 8 trata de incentivar el crecimiento económico inclusivo, mediante la creación de políticas que estimulen el comercio entre los países con la finalidad de aumentar los ingresos per cápita de cada habitante del país. La investigación está orientada a la creación de inversión privada dentro del país, con el respaldo de las leyes y planificaciones estatales, se ha incentivado ese esfuerzo que realizaría la empresa GALARMOBIL S.A, conjuntamente, se diversificara el mercado de vehículos y ofrece apertura nuevas plazas de trabajo.

Continuando con el análisis de la misma Agenda el objetivo 11, entre sus metas plantea brindar transporte seguro y mejorar la red vial para todos, en general este objetivo se enfoca en la importancia que tienen las ciudades con respecto a la contribución del PIB, pero a pesar de esto su acelerada urbanización excluye los aspectos relacionados a la seguridad. Un vehículo propio es una herramienta que ayuda al día a día, en algunos casos sirve como medio de transporte y en otros, llega a ser una herramienta de trabajo, sin embargo, una característica fundamental de un vehículo es la confianza y seguridad que debe brindar a su usuario. La propuesta investigativa plantea estrategias para volver los productos vehiculares más accesibles a los clientes de estratos socioeconómicos más bajos.

La presente investigación surge de la necesidad de crecimiento de la empresa GALARMOBIL S.A, esa necesidad se ha fortalecido con el buen desempeño en el mercado local y la intencionalidad de compensar la demanda de consumidores. Se pretende analizar como las estrategias de importación benefician a la disminución de costos operacionales, y a su vez analizará los limitantes que tiene una empresa al depender de terceros para la comercialización de vehículos.

Para ello será necesario examinar: las variaciones de la demanda de vehículos en los últimos 5 años, la evolución de las preferencias del consumidor en transcurso de los años hasta la actualidad y estudiar la situación de las importadoras nacionales,

explicando cómo desarrollan su proceso de importación para la obtención de mercadería, los costes en los que incurre y el precio al que cotizan en el mercado. Además, se indagará el impacto económico causado por la pandemia COVID 19, la incidencia que tiene sobre las ventas de vehículos y los planes de recuperación propuestos para el sector automotriz.

La investigación busca proporcionar información sobre las importaciones que le genere una ventaja competitiva a la empresa GALARMOBIL S.A. sobre las demás concesionarias de Guayaquil. La presente investigación tiene relevancia para estudios futuros acerca de la importación y comercialización de los vehículos CHERY en la ciudad de Guayaquil, ya que al proporcionar datos importantes se puede realizar comparaciones con información pasada y actual, identificando factores que resulten de gran beneficio para la toma de decisiones económicas.

## **18 Delimitación del Problema**

La presente investigación está delimitada al sector vehículos, debido a la gran influencia que tiene en la ciudad de Guayaquil.

**Campo:** Importaciones vehículos

**Área:** Económico – Comercial

**Problema:** Costos elevados en la importación de vehículos marca Chery para la empresa GALARMOBIL S.A.

**Tema:** Análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca CHERY en la ciudad de Guayaquil en la empresa GALARMOBIL S.A.

**Delimitación Espacial:** Ecuador, provincia del Guayas, cantón Guayaquil, empresa GALARMOBIL S.A.

**Delimitación Temporal:** Periodo comprendido desde el año 2016 al 2021

## **19 Idea a Defender**

El análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca Chery beneficiará a la empresa GALARMOBIL S.A. en la toma de decisiones de índole económicas y financieras.

## 1.10 Línea de Investigación Institucional

La presente investigación está basada en la línea de investigación institucional:

**Tabla 1** *Línea de investigación institucional*

<b>Línea 4. Desarrollo estratégico empresarial y emprendimiento sustentable.</b>	<b>Dominio</b>	<b>Línea Institucional</b>	<b>Línea de Facultad</b>
	Cohesión social y fortalecimiento de la institucional democrática.	Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.	Desarrollo, sostenibilidad económica y matriz productiva.

**Fuente:** *Unidad de titulación, Universidad Laica Vicente Rocafuerte (ULVR)*

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes teóricos de la investigación**

A razón de identificar los basamentos de estudios previos en la misma línea de investigación y de esta forma hacer uso de la información que estos poseen, se procede a presentar investigaciones previas no solo a nivel nacional, en el mundo y también a nivel de la América Latina, a razón de visualizar un mercado más amplio en relación al mercado automotor.

##### **2.1.1 Análisis del comportamiento de compra de vehículos chinos en la ciudad de Guayaquil**

De acuerdo a Rivera (2018), en su trabajo de titulación “Análisis del comportamiento de compra de vehículos chinos en la ciudad de Guayaquil” mediante una investigación de tipo etnometodología con un enfoque cualitativo, indica que el sector automotriz es considerado como el más competitivo ya que encuentra la forma de mejorar y reemplazar sus autos para entregar a los clientes mejores experiencias. Por lo cual, es necesario saber la perspectiva de marketing que maneja la industria de automotriz china que la mantienen en el mercado eficazmente.

Además, menciona que el país asiático ha crecido significativamente siendo el sector manufacturero el pilar fundamental, debido a la calidad de sus productos comercializados internacionalmente convirtiéndolo a escala mundial como el tercer productor mayor de automóviles, después de EEUU y Japón.

De tal manera, refleja lo fundamental en poseer un vehículo para transportarse de manera cómoda de un lugar a otro, es así que en diferentes países es considerado como un bien duradero después de su casa, por lo mismo, identificando el nivel de importancia al adquirir un automóvil surge la necesidad de analizar la influencia en el comportamiento al realizar una compra.

Según el autor antes mencionado, los siete pilares en los cuales se fundamenta el comportamiento del consumidor son:

- Maximización de creatividad e innovación
- Alianzas estratégicas
- Comunicación adecuada al consumidor
- Distribución de excelencia
- Planes estratégicos
- Financiamiento
- Función por parte del gobierno frente al impulso del sector

Para concluir, estos 7 pilares son fundamental para conocer el comportamiento en el proceso de compra de los consumidores, en especial al adquirir vehículos chinos. En la investigación se ha reflejado que, los perfiles de los clientes son variables y volátiles según el rango de edades, aunque todos se encuentran en un nivel socio – económico siendo entre 24 a 30 años quienes se fijan en los precios económicos y modelos aerodinámicos, por lo que, visitan el patio vehicular de dos a tres veces antes de realizar su compra ya que son ellos quienes tomarán la última decisión.

Por el contrario, entre los 31 a 37 años su estilo de compra se basa en el precio y financiamiento a crédito directo y depende de la decisión de sus hijos para adquirir el automóvil. De 38 a 44 años su principal factor de decisión es la eficiencia en gasolina y el precio económico, sin embargo, su pareja sentimental es quien decide. Y, de 45 a 51 años deciden por el precio, visitas más de cuatro veces, decisión de sus hijos y pareja, por cuanto a sus marcas más adquiridas se menciona Great Wall o BYD, Chery.

### **2.1.1 Análisis de la evolución de las importaciones de autos chinos y el impacto en el mercado nacional, período 2015- 2019**

En Ecuador, según López (2021) en su investigación referente al análisis de la evolución de las importaciones de autos chinos y el impacto en el mercado nacional, indica que el país conoce la importancia del mercado internacional para introducir vehículos que brinden variedad, tecnología, innovación y precios económicos para los consumidores, generando competitividad dentro del mercado ya que, la industria

automotriz nacional se ha visto obligada a plantear estrategias como dinamizar su economía para innovar los productos ofertados.

Para llevar a cabo el trabajo, partió de investigación exploratoria y descriptiva con un enfoque cuali-cuantitativo. Además, se aplicó una encuesta y un instrumento conformado por 10 preguntas aplicados a la industria automotriz como la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador ubicada en la ciudad de Guayaquil, siendo un total de 13 concesionarias.

Como resultados, se obtuvo que en el año 2015 al 2019 hubo un crecimiento notable en las importaciones ya que, ingresaron al país vehículos de gama alta en cuanto a la tecnología, precio e innovación aumentando el interés por los consumidores, por lo que, se generó competitividad en la importación de autos de diferentes procedencias y ensamblaje nacional. Por lo que, su impacto fue de un 77% en reducción en la industria de vehículos en Ecuador, siendo una desventaja para la industria nacional.

De esta manera, se ha propuesto el modelo ISI para el desarrollo comercial, generando plazas de empleo y con esto el crecimiento industrial a nivel nacional con un sector activo en producción y comercio creando competitividad dentro del mercado, tomando en cuenta que el cliente es primordial por lo que, se debe plantear estrategias para aumentar ventas de vehículos con innovaciones tecnológicas con el fin de satisfacer las necesidades y requerimientos de los consumidores.

### **2.1.2 Importación de autos de origen chino para el mercado peruano, Lima, en el periodo 2013 - 2017**

Por otro lado, Carrera (2018) en su trabajo de investigación respecto a las importaciones de autos chinos para el mercado peruano menciona que dentro de los cinco primeros puestos en Sudamérica se encuentra Perú como mayor importador de autos provenientes de China. Debido a esto, las marcas chinas han ido ganando posicionamiento en el mercado peruano por la preferencia de los consumidores al acceder a estos vehículos por el ahorro de combustible, precio económico e infinidad de modelos a su gusto.

Esta investigación tuvo como objetivo conocer el movimiento de importaciones de autos en el mercado peruano, así como los beneficios y desventajas en la economía del país, para lo cual se basó en un enfoque cuantitativo para medir los datos obtenidos, así como una investigación descriptiva con el fin de recolectar la información necesaria a través de recursos bibliográficos con un diseño no experimental ya que, no hubo manipulación de las variables.

De esta manera, al analizar los datos obtenidos se identificó el volumen de importaciones de autos chinos, dando como resultado el crecimiento continuo desde el año 2013 – 2017 con una excepción en el 2014 – 2015 debido a una caída notable. Respecto a los años 2018-2020 su tendencia creció significativamente.

Con lo analizado, se señala que actualmente las marcas chinas han ido tomando posición en el territorio peruano, por lo que, hace referencia al impacto en las preferencias de los consumidores peruanos quienes han aumentado el nivel de compra de vehículos, lo cual, ha permitido que Perú y China generen un pacto comercial de manera que fortalezca el intercambio de bienes de capital en importaciones e intercambio comercial de las empresas del mundo.

Para concluir, hace referencia al factor que ha sido influenciado para que las importaciones de china crezcan es el tratado de libre comercio de Perú con China debido a la reducción del arancel 9% como base imponible a un 8.1% como base real a cancelar.

### **2.1.3 Las importaciones chinas y su impacto en el mercado de autopartes de repuesto mexicano**

En México, en un estudio realizado por Álvarez y Cuadros (2012) menciona en la manera como ha sido afectado el mercado mexicano por la llegada de vehículos y autopartes chinas debido a sus estrategias de proveeduría implantadas en diferentes empresas con el fin de entablar precios económicos en fabricación, apertura para nuevas líneas y evitar la escases de los productos. De esta manera, se plantea analizar las importaciones de automóviles usando una base de datos Cometrade Map. Para lo cual, se diseñó entrevistas estructuradas a cinco expertos dando como resultados que:

- El ingreso de productos chinos se convirtió en la principal tendencia en México, cautivando a los consumidores por su marca y modelo automotrices.
- Las empresas chinas son una amenaza para las empresas mexicanas, obligándose a bajar costos, ampliar líneas y ofertar precios económicos.
- Las autopartes chinas son las más vendidas por su buena calidad.

Es así como China es considerado como el segundo socio de México después de EEUU a partir del 2008 con un 9.68% en importaciones aumentando en el 2009 11.94%. Es ahí en la cual se evidencia las importaciones mecánicas de china, vehículos, tractores, velocípedos y otros. Con el esfuerzo realizado por China su escala de la cadena de autopartes automotriz ha ido creciendo significativamente ya que comercializan sus propias marcas en todo el mundo estableciéndose permanentemente en el mercado.

Así mismo, a pesar de la crisis del 2009 los fabricantes chinos fueron excepcionales evidenciándolos en los resultados con un 22% de ingresos y 52% de utilidades, debido a las estrategias planteadas como el precio estable, tasa de utilización, capacidad instalada, producto de calidad, siendo las empresas chinas elegidas como su principal fuente de fabricación en el sector automotriz.

Los antecedentes investigados tienen gran relevancia para la presente investigación ya que demuestran mediante análisis la viabilidad de las importaciones de vehículos chinos en el mercado ecuatoriano y a su vez demuestran como el sector automotriz es un importante sector productivo para el país, activando efectivamente la economía del país, así como la actualización del mercado en tendencias en diseño y tecnología automotriz, a bajo costo.

## **2.2 Fundamentación teórica**

Para sustentar la investigación desde el punto de vista teórico, se hace referencia a las diferentes teorías que contribuyen al desarrollo del presente estudio, facilitando de esta manera el desarrollo de la línea de investigación, considerando teorías del comercio internacional, la oferta y la demanda, procedimientos de importación y el enfoque de China como proveedor de vehículos para el Ecuador.

### **2.2.1 El mercantilismo**

La historia del comercio internacional comienza a mediados del siglo XVI en Europa con una de las primeras teorías económicas que es el Mercantilismo. Esta corriente explicaba que las naciones se enriquecían a base del esparcimiento de comercio exterior. Aquello incentivo a que aumentaran las exportaciones y disminuyeran las importaciones, como consecuencia se dio apertura al proteccionismo y a la intervención del Estado. Sin embargo, el Estado se concentró en promulgar el poder de una nación frente a otra mas no en el desarrollo económico de las mismas. Es por ello que se estableció el comercio mundial como un juego de suma cero. (Rojas, 2007)

Una de las características de la economía mercantilista era el uso de una mayor fuerza laboral, pero se aplicaba una política de salarios bajos con la finalidad de reducir costos de producción. Otro aspecto de la época fue la monopolización del comercio con las colonias, los países europeos tenían como destino seguro sus colonias en América.

A mediados del siglo XVIII comenzó a ser criticada esta corriente económica, y estas mismas dieron paso a nuevos pensamientos que invalidaron las teorías del mercantilismo.

### **2.2.2 Teoría de la ventaja absoluta**

A finales del mismo siglo, los economistas de aquella época propusieron la minimización de la participación del Estado, aseguraban que la economía era una ciencia natural y por ende se regulaba sola. Uno de los principales autores de esta teoría es Adam Smith.

La revolución industrial que se desarrolló en la época dio paso a la teoría de la ventaja absoluta, la cual hablaba sobre la especialización de los países en algún producto sobre el cual tengan facilidades para su producción con la finalidad de crear ventaja frente a otros países, y a su vez estos podían importar bienes que no se produzcan en el mismo país de manera eficiente. Smith planteaba que de esta manera se generaría un aumento en la producción mundial, beneficiando a todos los países participantes.

Esta teoría brinda la apertura al libre comercio internacional, el cual permite la expansión del mercado, y su vez mediante un aumento de producción laboral que conduce al bienestar global. (Ramales, 2013)

### **2.2.3 Teoría de la ventaja comparativa**

A finales del siglo XIX surge la teoría de las ventajas comparativas elaborada por David Ricardo, esta teoría indicaba que el comercio internacional se basaba únicamente en la importación de productos que los países no poseen. El aseguraba que cuando se importa un producto es porque su producción requiere mucho más trabajo que elaborarlo localmente, esto a tenía como consecuencia la ampliación del consumo de los países. Sin embargo, este modelo fue considerado muy limitante, ya que no daba créditos a los recursos que posee cada país, ni a las economías a escala como promotor del comercio. (Krugman & Obstfeld, 2012)

#### **2.2.4 Teoría de Heckscher-Ohlin**

Tomando en cuenta las carencias de la teoría ricardina surge el pensamiento de dos economistas suecos Heckscher y Ohlin, ellos tornan a los recursos como la única fuente del comercio internacional, esta teoría es conocida como el modelo de proporciones factoriales, indicaba que era necesario considerar más allá del factor trabajo, hacían falta factores como: tierra, capital, producción y recursos minerales para tener una visión más amplia del comercio. La teoría explica que los países tienden a exportar los productos cuyos factores productivos son abundantes. (Krugman & Obstfeld, 2012)

A pesar de que la gran mayoría de los investigadores no considera que los factores expliquen por si solos los precios del comercio mundial, siendo muy útil para pronosticar el patrón de comercio entre países desarrollados y en vías de desarrollo.

#### **2.2.5 Comercio Internacional y competencia imperfecta: La nueva teoría del comercio**

Por último, tenemos la nueva teoría del comercio internacional, en la cual Paul Krugman hace referencia a que existen países con factores productivos similares por ende puede darse el intercambio de productos semejantes. Este pensamiento abarca temas relacionados con la competencia imperfecta, y hace a lución a la presencia de economías crecientes.

Krugman asegura que existe una región llamada centro, donde la fuerza laboral busca siempre su bienestar por ende se ubicará en las zonas donde existan salarios más elevados y variedad de productos; asimismo, existe un efecto llamado centro cíclico donde la región centro llamara la atención de las empresas que buscan ampliar sus mercados y se desean ubicarse donde estén los factores que favorezcan sus economías de escala y la economización en los costos de transporte.

El comercio internacional toma protagonismo en este pensamiento siendo introducido como una forma de ampliar dichos mercados con producciones parecidas. (Mayorga & Martínez, 2008)

### **2.2.6 El mercado, la demanda y la oferta en la teoría económica**

Según (Monchón, 2006) “la forma de relacionar la demanda y la oferta se basa en el precio y cantidad que mantienen los bienes y servicios, de manera que, se lleve a cabo la creación de señales para asignar los recursos escasos referentes a la economía”.

El mercado es el lugar donde toman su rol la oferta y la demanda, aquí se pueden encontrar bienes y servicios, e incluso factores productivos y está conformado por compradores y vendedores, quienes llegan a un acuerdo sobre cuál será el precio que equilibre el mercado. En este espacio se establecen las primicias de que a un menor precio el consumo aumenta, pero la producción se ve desmotivada y a un mayor precio la producción se motiva, pero el consumo disminuye. (p.17)

La acción de demandar un bien implica el deseo de adquisición por parte del comprador y además tener los medios de pago para el acceso al bien. Existen factores que determinan la demanda como: los gustos y preferencias, los ingresos, el precio, entre otros. En este aspecto, encontramos la Ley de la Demanda, donde se hace alusión a una de las premisas mencionadas anteriormente, sobre la existencia de una

correspondencia inversa entre el precio y la demanda, explica que si se aumenta el precio disminuye la cantidad demanda y viceversa. (p.18)

Por otro lado, tenemos la oferta, que abarca las condiciones mediante las cuales las compañías desean crear y vender sus bienes o servicios. Por medio de una tabla de oferta individual los productores establecen los precios y cantidades que producirán, teniendo en cuenta el *ceteris paribus*. También, para determinar los precios toman en consideración que estos cubran los costos de producción.

Los efectos que trae consigo la elevación de los precios son: nuevas unidades del producto, aumento de la producción, empresas interesadas y oferta mayor en el mercado. En la Ley de la oferta, se presenta una relación directa entre la cantidad dada y el precio, al acrecentar este último sube la cantidad ofrecida. (p.23)

A razón de presentar información que este apegada a la línea de investigación, donde se evidencia mediante teorías la viabilidad de las importaciones de productos y lo beneficiosos que es para el país que lo realiza y para el mercado dentro del país, pues estimula el desarrollo y la competencia; considerando que existe un equilibrio dentro de la oferta y la demanda y el marco donde se desenvuelve que es el mercado, son tres elementos que demarcan claramente, la dinámica en la gestión de bienes y servicios.

Para toda investigación, es requerida una serie de elementos que el método científico respalda y una de ellas es el fundamento teórico, constituido por toda la información teórica en la que el estudio se sustenta, tal como, información del contexto de investigación como referencia de la empresa o foco de estudio, aspectos legales que demarcan el proceso de importación de vehículos, así como un contexto situacional entre el Ecuador y los países originarios del vehículo CHERY.

### **2.2.7 Naturaleza de negocio**

GALARMOBIL S.A. creada en Guayaquil en el año 2007. Según la Superintendencia de Compañías sus actividades económicas son la comercialización,

importación, distribución, exportación, compra y venta al por mayor y menor, consignación, en el interior o exterior del país, de vehículos livianos nuevos y/o usados, livianos y pesados, sus partes, piezas, accesorios y repuestos. Aunque en la actualidad solo se dedica al ámbito de la comercialización.

Su misión es ofrecer productos y servicios integrales de calidad en los rubros automotriz y maquinarias. Además, se proyecta como la empresa con los clientes más satisfechos y los colaboradores más motivados del mercado en el que participa la empresa. (GALARMOBIL S.A., s.f.)

Las marcas que se comercializan en la empresa se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 2** Marcas y tipo de auto. Empresa GALARMOBIL S.A

Tipo	Dong Feng	Chery
Automóvil	X	X
Suv	X	X
Vans	X	X
Camioneta	X	X
Camión	X	

**Fuente:** GALARMOBIL S.A.

**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)

### **2.2.8 Seguimiento de la importación de vehículos de la marca Chery. (tabla y análisis)**

Según información presentada por AEADE, en el anuario 2020, un 29,6% de las 61.400 unidades importadas, corresponden a la marca Chery, es decir, 18.174 unidades.

## 2.2.9 Seguimiento de la comercialización -venta de vehículos de la marca Chery.

Para esta referencia se presenta, en la Tabla 3, las ventas del 2016 al 2020, de vehículos según marca.

**Tabla 3** Ventas en Unidades según Marca 2016-2020

MARCA	2016	2017	2018	2019	2020
<b>CHEVROLET</b>	28.375	41.101	45.605	39.387	17.730
<b>KIA</b>	8.486	18.223	23.141	22.171	15.651
<b>HYUNDAI</b>	4.930	9.443	13.568	9.382	6.128
<b>TOYOTA</b>	2.951	4.804	7.947	7.821	5.248
<b>GREAT WALL</b>	2.717	6.792	8.380	7.305	4.791
<b>JAC</b>	322	866	3.075	4.067	3.386
<b>RENAULT</b>	1.747	1.953	2.298	3.366	3.153
<b>NISSAN</b>	2.474	3.568	4.969	4.682	3.092
<b>HINO</b>	2.150	3.310	4.154	4.210	2.552
<b>CHERY</b>	878	1.614	3.330	3.483	2.332
<b>VOLKSWAGEN</b>	975	1.889	2.626	2.712	2.125
<b>MAZDA</b>	2.546	1.959	2.737	3.026	1.953
<b>FORD</b>	1.644	2.541	3.175	2.688	1.699
<b>SOUEAST</b>		101	901	1.779	1.291
<b>MITSUBISHI</b>	151	492	478	992	1.196
<b>CITROEN</b>	189	685	957	1.549	1.150
<b>PEUGEOT</b>	114	481	1.348	1.643	1.119
<b>DFSK</b>	321	328	512	546	1.098
<b>CHANGAN</b>	-	8	820	1.347	1.025
<b>SHINERAY</b>	-	-	399	762	933
<b>JMC</b>	30	59	233	356	900
<b>FOTON</b>	91	291	793	1.159	698
<b>DONGFENG</b>	165	168	258	599	456
<b>MERCEDES BENZ</b>	215	441	614	693	444
<b>LANDWIND</b>	-	-	127	248	392
<b>BAIC</b>	-	-	80	437	373
<b>FAW</b>	127	329	473	498	349
<b>SINOTRUK</b>	4	14	31	127	300
<b>MG</b>	-	-	-	44	295
<b>GAC</b>	-	5	-	181	265
<b>BMW</b>	92	148	257	313	264
<b>JETOUR</b>	-	-	-	40	234
<b>ZX AUTO</b>	-	-	-	-	222
<b>MACK</b>	17	18	53	43	182
<b>FIAT</b>	28	356	279	325	177
<b>FUSO</b>	118	129	56	190	173

<b>HONDA</b>	205	171	106	337	166
<b>SKODA</b>	57	110	204	121	161
<b>JEEP</b>	152	265	321	341	137
<b>OTRAS</b>	1.284	2.415	3.310	3.238	1.978
<b>TOTAL</b>	<b>63.555</b>	<b>105.077</b>	<b>137.615</b>	<b>132.208</b>	<b>85.818</b>

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

Se evidencia que la marca CHERY se encuentra posicionada entre las primeras 10 marcas de vehículos más vendidas en el periodo antes expuesto, siendo para una marca relativamente recién llegada al Ecuador una posición excelente, evidenciando la preferencia del público por este tipo de vehículo. Con un total de las 11.637 unidades en este periodo.

Evidenciando, además, un incremento significativo en los años 2016 al 2019, del 31% sufriendo un deceso en relación con el periodo anterior en el 2020 del 24%. Pasando el primer año un crecimiento del 8% al 14% de unidades CHERY vendidas en el mercado ecuatoriano, lo que demuestra la progresiva aceptación de la marca por parte del consumidor.

#### **2.2.10 Resumen de la importación y comercialización de vehículos**

Durante el periodo planteado se logró evidenciar el repunte significativo de la marca CHERY dentro del Ecuador, siendo desde el 8% al 31% hasta el año 2019, más sin embargo en el 2020 declina a 24%; pero representa el 29,6% de las importaciones en el mismo año.

#### **2.2.11 Antecedentes e información de las poblaciones dedicada a la compra de vehículos de la marca Chery.**

**Tabla 4** *Venta de Vehículos por Provincia en Unidades de la Marca CHERY del 2019 la 2020*

<b>PROVINCIA</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>GUAYAS</b>	1.415	1.057
<b>PICHINCHA</b>	1.097	641
<b>MANABÍ</b>	260	175
<b>EL ORO</b>	158	117
<b>SANTO DOMINGO</b>	85	99
<b>OTRAS</b>	468	243
<b>Total</b>	<b>3.483</b>	<b>2.332</b>

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

En las principales provincias del Ecuador en el año 2019 se vendieron 3.483 unidades CHERY, de las cuales solo 1.415 unidades fueron en el Guayas, ocupando el primer lugar, con un 41% de las unidades vendidas ese año.

Para el 2020, presentó un declive del 25%, efecto que fue generado en toda la población, pero continúa ocupando el primer lugar. En líneas general este año la venta fue de 2.332 unidades, siendo el 33% menos que el año anterior.

### **2.2.12 Aspectos legales de la importación de vehículos**

Según (Sánchez M., 2020) define la importación como “una operación comercial que consiste en el ingreso legal de mercadería extranjera hacia el territorio nacional con fines comerciales o de consumo, la importación solicita de documentación, preparación y operadores”.

En el contexto económico siempre resulta beneficioso para un país tener una balanza comercial positiva, ya que eso se traduce como la introducción de mayores cantidades de dinero al país por producto de las exportaciones; sin embargo, en algunas ocasiones, la importación se vuelve una elección rentable debido a la falta de dicho producto en el país o los elevados costos que tiene su producción.

Las importaciones en el Ecuador se orientan bajo regímenes aduaneros, siendo estos el conjunto de operaciones aplicables a las mercancías, conforme a lo declarado por el solicitante, en lineamiento con las leyes vigentes.

Los requisitos para la importación de vehículos según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador son:

- Tener el registro único del contribuyente
- Registrarse como importador en el portal de ECUAPASS previamente se debe obtener el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por el Banco Central del Ecuador o Security Data.
- Contar con la asesoría y servicio de Agentes de Aduanas autorizados por el SENAЕ.
- Impartir la declaración aduanera de importación
- Tener: la factura comercial, donde se especifiquen las características de los vehículos; bill of lading, certificado de origen, póliza de seguro, packing list.

El procedimiento para la importación de vehículos que se describe en el Manual específico para el régimen de importación de depósitos aduaneros es:

1. Definir el régimen aduanero, DAI (Declaración Aduanera de Importación) 10, para nacionalizar los vehículos:
  - 1.1. Se realiza la transmisión de DAI-10, por el agente de aduana.
  - 1.2. Se procede con el pago de la liquidación por concepto de tributos generados:
    - 1.2.1. AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)
    - 1.2.2. FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)
    - 1.2.3. IVA (Impuesto al Valor Agregado)
  - 1.3. Se realiza el proceso de aforo, y si no existen observaciones se procede al cierre de aforo.
  - 1.4. Se genera el retorno de garantía y salida de inventario.
  - 1.5. Y por último se genera DAI-10 con salida autorizada de los vehículos.
2. Una vez que llegue el buque especial para este tipo de carga y el alistamiento de los requisitos mencionados previamente, se procede a la descarga de los vehículos del buque.
3. Y posteriormente al traslado a los depósitos aduaneros.

### **2.2.13 Retrospectiva del comercio entre CHINA Y ECUADOR**

A finales del año 2020, China firmó, junto a otros 14 países del Asia -Pacífico, que incluye países de la ASEAN más China, Japón, Corea del Sur, Australia y Nueva Zelanda, el tratado de libre comercio de mayor envergadura del mundo, denominado RCEP (Asociación Económica Integral Regional (RCEP)). Representando un tercio de la economía y de la población mundiales, con un PIB de 26,2 billones de dólares en la región y que mantiene el mayor crecimiento, pese a la pandemia de la Covid-19.

El comercio entre el Ecuador y esa región ha tenido un crecimiento exponencial en la última década y este nuevo espacio económico, denominado RCEP, podría ser crucial para la recuperación de la economía del país. Las oportunidades en esta región, dentro de una visión de diversificación de destinos del comercio exterior, son extraordinarias. Las materias primas y los productos de valor agregado de alta calidad tendrán siempre gran demanda. Las nuevas redes de conectividad que propone China para impulsar inversión en infraestructura y economía digital, entre otros factores, pueden implantar un ecosistema que facilite operaciones de logística y reducción de costos.

El Ecuador firmó, en esa dirección, su adhesión a la denominada “Nueva Ruta de la Seda”, también conocida como “Belt and Road”, en diciembre de 2018; y, en noviembre de 2019, se convirtió en el primer país latinoamericano en formar parte del Banco Asiático de Inversiones en Infraestructura, para la promoción de vínculos económicos entre los países de la región de Asia y el Pacífico, con la expectativa también de mejorar las rutas comerciales y abrir nuevos mercados. (China, 2020)

Entre los productos que se importan de China a Ecuador se presentan:

- Materias primas
- Productos farmacéuticos
- Plásticos
- Químicos
- Fibras textiles
- Productos de acero

- Productos de hierro
- Maquinaria
- Productos electrónicos
- Vehículos
- Repuestos (China, 2020)

Hoy en día China también apunta al mercado automotriz, su presencia a nivel mundial y sus economías a escala, la han potenciado para incursionar en esta área. Con el pasar de los años se ha especializado en la fabricación de vehículos, el gobierno chino ha sido el gran impulsor de aquello pues ha brindado las herramientas necesarias para la investigación tecnológica del país, por ello afirman que los autos chinos han despuntado por la incorporación de tecnología de punta en sus sistemas. (Soto, 2015)

Para el año 2016, la producción europea, América del Norte y Asia del Pacífico se ubicó por debajo del 50%. La región Asia-Pacífico aportó el 45.01% de la producción mundial; de esta cifra, el 29.61% correspondió a China; seguida por la India, con 4.73%; Asia del Sureste, con 4.04%; México, con 3.79% y América del Sur, con 2.85%. (Regalado Pezúa & Zapata, 2019)

En el contexto latinoamericano, China empezó con la exportación de automóviles y camiones, dirigidos hacia clases sociales que tenían poco acceso a estos bienes, llamando la atención con los precios bajos y la calidad de la tecnología desarrollada. El país chino formó alianzas estratégicas otorgando licencias de fabricación, distribución y comercialización, a países latinoamericanos como: Brasil, México, Argentina, Ecuador, Colombia, Paraguay, Uruguay, Perú y Chile. (Arrosquipa, et al., 2019)

El sector automotriz ecuatoriano ha tenido un impacto significativo de las marcas chinas desde el año 2016, “su participación en el mercado local fue de 5,2% con la venta de 3.311 vehículos” (Armas, 2019). De un total de aproximadamente 32 mil unidades importadas en dicho año. En el 2018, el vehículo chino logra ocupar “el tercer lugar en ventas reflejada su participación del 13,5 %, después de los autos de

marca ecuatoriana y de República de Corea, según datos de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE)” (Armas, 2019).

Producto de la crisis sanitaria del 2020, el mercado automotor se ha visto severamente afecto, tanto así que en el primer trimestre hubo una disminución de las ventas del 65% con respecto al año anterior. Sin embargo, estudios recientes de la Cámara de Industria Automotriz Ecuatoriana demuestran que los vehículos chinos siguen liderando el mercado ecuatoriano, hasta el mes de octubre del 2020 se reportan 15.890 unidades vendidas. Se mencionan las marcas chicas con mayor cantidad de ventas: Great Wall (3.751 unidades), JAC (2.399 unidades) y Chery (1.758 unidades). (Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana, 2020)

Se considera a Chery como una marca joven en el mercado, que apunta a convertirse en preferencia de los consumidores, por ello la investigación se concentra en brindar un estudio que analice su impacto y proyecte su participación en el mercado.

#### **2.2.14 Análisis de la comercialización de vehículos en la empresa**

**Tabla 5** *Unidades de Todos los Vehículos Vendidos por GALARMOBIL*

<b>GALARMOBIL</b>	
<b>AÑO</b>	<b>UNIDADES VENDIDAS TOTALES</b>
<b>2016</b>	1200
<b>2017</b>	850
<b>2018</b>	1500
<b>2019</b>	1800
<b>2020</b>	1500
<b>Total</b>	6.850
<b>UND</b>	

**Elaborado por:** *Cuesta, F. (2022)*

#### **Análisis:**

En total del periodo se vendieron 6.850 unidades en la empresa, marcando una tendencia a mantenerse en un promedio de 1.370 unidades por año.

**Tabla 6** Unidades CHERY Vendidas por GALARMOBIL S.A.

GALARMOBIL	
AÑO	UNIDADES VENDIDAS CHERY
2016	550
2017	520
2018	950
2019	970
2020	770
<b>Total</b>	3.760
<b>UND</b>	

Elaborado por: Cuesta, F. (2022)

#### Análisis:

Durante los años 2016 al 2020, se vendieron 3.760 unidades marca CHERY en la empresa, siendo un promedio de 752 unidades en el periodo. Adicionalmente, se puede evidenciar que las ventas marca CHERY representan el 54% de las ventas en unidades en el periodo 2016 al 2020 dentro de la empresa. Lo que demuestra un posicionamiento progresivo de forma interna dentro de la marca.

De igual forma, también estas ventas impactan dentro de las ventas de marca CHERY a nivel nacional, por lo que a continuación, se refleja el comparativo, en la Tabla 6.

**Tabla 7** Comparativo de UND Marca CHERY vendidas a Nivel Nacional & GALARMOBIL

AÑO	Ventas Nacionales	Ventas Galarmobil	Representación porcentual
2016	878	550	63%
2017	1.614	520	32%
2018	3.330	950	29%
2019	3.483	970	28%
2020	2.332	770	33%
<b>TOTAL</b>	11.637	3760	32%

Elaborado por: Cuesta, F. (2022)

#### Análisis:

En este comparativo se determina claramente, la participación de GALARMOBIL, a nivel nacional con el 32% de unidades CHERY vendidas en el periodo 2016 al 2020, de la venta a nivel nacional.

### Nivel de ventas

En los últimos años la empresa presentó un nivel de ventas netas como se muestra reflejada en la **Tabla 3**, siendo en la totalidad \$55.214.084, representando el año 2017 el 22%, en relación a total, presentando un incremento del 36% para el año 2020 y en el año 2019 un 42%.

**Tabla 8** Ventas netas. Empresa GALARMOBIL S.A.

Año	Ventas Netas
2016	\$9.808.772,00
2017	\$11.302.861,00
2018	\$20.130.892,00
2019	\$23.146.055,00
2020	\$22.197.686,00

*Fuente: Informe de estado resultado, Superintendencia de Compañías.*

*Elaborado por: Cuesta, F. (2022)*

Antes de que la empresa adquiriera su stock, realiza un análisis de los carros que han estado en tendencia el último mes. Para la adquisición de los vehículos la empresa utiliza un intermediario, es decir compra a través de una importadora, esto implica incurrir en costos de transporte y un seguro para el traslado de la mercadería.

Una vez los vehículos estén en la concesionaria, el personal de ventas encargada de la parte de gestión; capta al cliente, revisa su buro de crédito y dependiendo del método de pago se comienza a realizar el trámite para la compra, el más común es a través de la aplicación de un crédito bancario, para ello el cliente debe contar con una entrada del 30% del valor total del auto. Dada la aprobación del crédito por parte de la entidad bancaria, se procede a la legalización, matriculación y chequeo del vehículo. Y por último se realiza la entrega del bien.

Véase en Anexo 1 y 2 del proceso de compra y comercialización de la empresa.

### **2.2.15 Marco legal de la empresa**

GALARMOBIL S.A. fue constituida en la ciudad de Guayaquil I3 de julio del 2007 aprobado bajo Resolución SC.1J.DJC.G.100004571.

Su actividad principal es dedicarse a la importación, exportación, fabricación, comercialización, distribución, compraventa por mayor y menor de todo tipo de vehículos automotores nuevos y/o usados, livianos y pesados, sus partes, piezas, accesorios y repuestos. A la representación de marcas y patentes relacionadas con el ámbito automotriz, lubricantes y combustibles, adquisición de franquicias de marcas de productos o servicios, nombres comerciales y marcas distintas como: Hyundai, Chery, ac, Dong Feng, Faw, Sinotruck.

Al 31 de diciembre del 2020 y 2019, el personal de la Compañía alcanza 48 y 45 empleados. Las oficinas administrativas y patio de exhibición y ventas (principal) se encuentran ubicadas en la ciudad de Guayaquil en Avenida de las Américas 103 y Benjamin Rosales.

En el marco del reconocimiento del contexto, situacional a nivel macro determinando la posición del Ecuador dentro de la comercialización de vehículos marca CHERY, la relación de este país con CHINA, y a nivel micro ubicando a la empresa GALARMOBIL dentro de todo esto, se determina claramente que, durante el periodo estudiado, 2016 al 2020, la marca ha logrado una significativa posición y que la empresa ha participado activamente en dicha dinámica. Situación que pronostica un escenario positivo para la comercialización de automóviles de la marca CHERY.

## **2.4 Marco Conceptual**

Con la finalidad de tener claros ciertos temas a tratar en el presente proyecto de investigación la autora hace uso de un sin número de conceptos, que guardan relación con el trabajo desarrollado.

### **2.4.1 Ad-Valorem**

Los Aranceles Cobrado a las Mercancías se definen como tributos

determinados por autoridades competentes, estables en sus porcentajes por el tipo de producto o mercancía aplicado la suma de seguro, costo y flete (base de importación (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2017).

#### **2.4.2 FODINFA**

El Fondo de Desarrollo para la Infancia está destinado a programas de ayuda para los niños ecuatorianos, haciendo énfasis en sus necesidades y mejorar su calidad de vida. Para su cálculo se emplea el 0.5% en la base imponible referente a la importación. (Congreso nacional, 2008)

#### **2.4.3 Bill of Lading**

También conocido como conocimiento de embarque, es un contrato de transporte ya sea marítimo o aéreo, probablemente sea uno de los documentos más relevantes en una transacción económica. (Gallo , 2020)

#### **2.4.4 Packing list**

Es un documento donde se contiene información detalla y completa de las mercancías, es emitido por el exportador para el importador, y se utiliza al momento del desembarque, por los agentes de aduanas locales. Permite el fácil reconocimiento de la mercancía y la omisión de errores en el despacho de la misma. (Alvarez , 2015)

#### **2.4.5 Certificado de origen**

Se define como un documento legal, en el cual se plasma el producto que será exportado proveniente de un lugar, es decir que mantendrá preferencias arancelarias, datos estadísticos comerciales, adjudicación de cupos, debido a su importancia favoreciendo al comercio exterior y a su vez para la obtención de beneficios del producto a causa de los acuerdos comerciales firmados entre los países. (Weisson, 2016)

#### **2.4.6 Costos operacionales**

Son aquellos gastos en que las empresas deben incurrir para la adquisición o fabricación de los bienes o servicios que distribuya. Estos costos sirven para establecer una base para las ganancias de la empresa. Adicionalmente, determinan la viabilidad de un proyecto, ya que si sus costos operacionales son mayores que sus ingresos el proyecto no resulta rentable. (Gascó, 2019)

#### **2.4.7 Beneficio económico**

Existe beneficio económico cuando la diferencia entre los costos en que incurre la empresa y los ingresos totales por las ventas realizadas, sean positivos. En microeconomía este término ayuda a determinar qué cantidades debe adquirir una empresa. (Jiménez, 2013)

#### **2.4.8 CIF**

es el valor real de las mercancías durante el despacho aduanero, el cual abarca tres conceptos: costo de las mercancías en el país de origen, costo del seguro y costo del flete hasta el puerto de destino. Como su nombre lo indica, este valor está relacionado con el uso del Incoterm CIF (Cost, Insurance and Freight en inglés). (C.V., 2022)

#### **2.4.9 FOB**

es el valor de la mercancía puesta a bordo de un transporte marítimo, el cual abarca tres conceptos: costo de la mercancía en el país de origen, transporte de los bienes y derechos de exportación. Como su nombre lo indica, este valor está relacionado con el uso del Incoterm FOB. (C.V., 2022)

Los subtemas desarrollados aportan al trabajo de investigación de manera significativa, debido a que más allá de esclarecer conceptos sirven de orientación para ubicar el enfoque que se desea dar al proyecto, en este caso se desea comprobar si la implementación de un proceso de importación sería beneficioso para la disminución de costos operaciones de la empresa en cuestión.

## **2.5 Marco Legal**

Las leyes son un conjunto de normas elaboradas por un órgano encargado de determinar procedimientos, posee un ámbito preestablecido de validez y también son preeminentes. Además, tienen como finalidad servir como norma regulatoria de los procesos de interés colectivo, así como, proporcionar seguridad a cada uno de los ciudadanos que habitan en un país, generando en este sentido certeza para la inversión nacional y extranjera, en este sentido, se presenta a continuación los parámetros legales en que se sustenta la siguiente investigación.

### **2.5.1 Constitución de la República del Ecuador 2008**

En el art. 261 habla sobre las competencias del Estado en ellas se incluyen: las políticas económica, tributaria, aduanera, arancelaria; fiscal y monetaria; comercio exterior y endeudamiento, las cuales son básicas para el análisis de esta investigación.

El art. 304 hace referencia a los objetivos de la política comercial: 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. 6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Y art. 336 establece que el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Estos dos últimos artículos representan un respaldo oportuno para las medianas empresas, como es el caso de GALARMOBIL S.A. e impulsan su participación en el

mercado, de forma segura ya que el estado crea una estructura sólida que ofrece protección.

### **2.5.2 Plan Nacional del Desarrollo 2017-2021**

En este plan nacional, específicamente el Eje 2 “Economía al servicio de la sociedad”, en el objetivo 4 establece el consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización, mediante esta gestión de Importación de Comercialización de Vehículos CHERY, se activará la dinámica comercial en mediana escala, ya que no solo ingresarán nuevos vehículos los cuales se posicionaran en el mercado de forma rápida, por todos sus beneficios y capacidades; además, se reactivara el flujo del efectivo en el sector importación y comercialización de vehículos.

Así mismo, en el Objetivo 5 considera el impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria, ofreciendo de esta manera herramientas y parámetros jurídicos para el estímulo de la producción en el país, generando liquidez, nuevos puestos de empleo, así mismo contribuir al crecimiento económico del sector automotriz. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades, 2017)

### **2.5.3 Código del Comercio**

Este código se presta para puntualizar definiciones a tratar en la investigación, en el art. 7 las actividades mercantiles son consideradas como operaciones o actos que ayudan al desarrollo o continuidad de las tareas de producción o intercambio de productos o prestación de servicios de un mercado con vista económica. En el art. 14 la empresa se define como una unidad económica que permite la organización de personal, materiales para iniciar con las actividades mercantiles.

Por otra parte, el establecimiento de comercio está conformado por bienes del empresario o proveedor para dar inicio a los fines propuestos. (Asamblea Nacional

República Del Ecuador, 2019). En este sentido, la empresa GALARMOBIL S.A. posee todos los lineamientos establecidos por este código, en virtud realizar los aportes correspondientes al crecimiento de la economía del país.

#### **2.5.4 Código Orgánico De La Producción, Comercio e Inversiones, COPCI**

El tipo de importación que se va desarrollar en este análisis es la importación de consumo que se define en el art. 147 debido a las mercancías importadas se da como régimen aduanero, estos pueden hacer libre circulación dentro del territorio aduanero con el objetivo de seguir en él indefinidamente, por lo que, se toma en cuenta el pago de los impuestos y derechos de importación, sanciones, recargos, de manera que se cumplan las obligaciones aduaneras y formalidades. (Asamblea Nacional República Del Ecuador, 2010)

Elemento de relevancia dentro de la investigación, ya que evidencia la presencia de tasas, las cuales, deben ser consideradas en los costos de la importación de vehículos CHERY, a razón de delimitar a detalle y que se maneje como referencia segura en el caso de la factibilidad.

#### **2.5.5 Codificación de la Ley Orgánica de Aduanas**

Las obligaciones tributarias aduaneras son los deberes jurídicos que tienen aplicación en el tráfico internacional de bienes o servicios. Para realizar el proceso de importación de los vehículos es necesario cumplir con dichas obligaciones, según se define en el art. 11 referente a la obligación tributaria se menciona el sujeto activo y pasivo. Por lo que, el sujeto activo se refiere a la obligación tributaria procedente del estado junto a la Corporación Aduanera Ecuatoriana. Y, el sujeto pasivo referente a la obligación tributaria aduanera con el fin de satisfacer el tributo de calidad a la persona responsable a su vez al contribuyente. (Comisión de Legislación y Codificación, 2003).

En este sentido, el aporte de la Ley Orgánica de Aduanas, como ente regulador principal de la gestión de importación de bienes en el país, establece parámetros indispensables en el diseño de esta investigación, ya que proporciona la línea jurídica a seguir, siendo esto de apoyo para este estudio, pues ofrece el camino a seguir en el desarrollo de la dinámica de adquisición fuera del país, de bienes materiales.

### **2.5.6 Disposiciones para Importaciones de Vehículos, Piezas**

En art. 1 se plantea la subpartida 9808.00.00.94 del Arancel Nacional de Importaciones, para las importaciones de vehículos automóviles y terrestres. Además, indica que para este tipo de transporte se permite la importación única y exclusiva de vehículos nuevos, es decir que su año modelo pertenezca al año en que se ejecute la importación o al año sucesivo de la importación. (Comité de Comercio Exterior, 2016).

Garantizando la correcta adquisición de vehículos, según cada modelo y año que correspondan. Generando así un esquema delimitado de los volúmenes de importación, sin saturar los inventarios en relación a los requerimientos, con unidades obsoletas, garantizando con la actualización constante del parque automotor del país.

Las leyes, planes y códigos analizados en este marco se basaron en la correspondencia con el tema de las importaciones y los intereses de las empresas privadas. Se toma como guía los objetivos planteados por el Estado para establecer el enfoque de la investigación, además se suman las concepciones sobre el comercio ecuatoriano para definir el terreno de trabajo, con la premisa que existe lineamientos por parte del estado, que apoyan la importación y comercialización de vehículos.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Los métodos de investigación permiten ejecutar los proyectos de manera ordenada y eficiente, estableciendo una serie de pasos para llegar a los resultados esperados. Para la presente investigación titulada “Análisis de la importación y comercialización de vehículos de la marca CHERY en la ciudad de Guayaquil. Caso empresa GALARMOBIL S.A.” se desarrollará la siguiente metodología:

#### **3.1 Tipo de investigación**

El proyecto se fundamenta en una investigación exploratoria y documental, porque busca hondar en un tema poco estudiado con el objetivo de obtener información más completa, no solo de la realidad circunscrita, si no del contexto que aporta además la ciencia de la información. Según Cauas (2003) afirma que, la investigación exploratoria:

Se trata acerca de los avances referentes al conocimiento del objeto de estudio con el fin de llevar a cabo la solución de un problema por el cual se dará inicio al proceso de investigación basado en una hipótesis. Por lo cual, debe mantener la flexibilidad para reconsiderar los diferentes aspectos del objeto debido a su avance. (p. 6)

Para, (Maldonado, 2013), la investigación documental: “es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos”, el desarrollo de una investigación documental se encarga de recolectar, recopilar y seleccionar información de las lecturas de documentos, revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos, artículos resultados de investigaciones, memorias de eventos, entre otros, y en este sentido

## **3.2 Enfoque**

La investigación será de enfoque mixto, sin embargo, tendrá una mayor presencia de atributos cualitativos, debido a la presencia de la idea a defender planteada, para ello, es fundamental recolectar y procesar la información. Se busca medir los efectos que tendría una mejora de las estrategias competitivas de la empresa. Según Flores (2019) indica que el propósito del enfoque cuantitativo:

Referente a la explicación, descripción y control de los objetivos planteados por el investigador, de manera que se identifique la causas por las cuales ocurre dicho desvelamiento. Por otro lado, ayuda a fundamentar las conclusiones de manera adecuada acerca de lo investigado y obtenido siendo de importancia la interpretación de los datos recogidos. (p.6)

En tanto que, para el análisis e interpretación de datos, se utilizará el enfoque cualitativo. Así también, se pretende lograr un análisis desde la perspectiva empresarial que permita establecer un punto de vista sobre la evaluación económica a realizar. Según Otero (2018) una investigación cualitativa:

Se basa en la evaluación y observación del objeto de estudio que forma parte de la investigación, de esta manera se emitirá las conclusiones basadas en los hechos reales estudiados. En esta parte el investigador hace uso de sus competencias para la comprobación de las conclusiones, así como llegar a proponer nuevas investigaciones. (p. 10)

## **3.3 Técnica e instrumentos**

### **3.3.1 Técnicas de Investigación**

En toda investigación es requerido las técnicas de recolección de datos, por lo tanto (Rizo, 2015) considera que, las técnicas de investigación:

Representan los procedimientos y formas mediante las cuales se va a llevar a cabo la investigación. Su finalidad es obtener la información deseada. El tipo de técnica escogida es una parte fundamental del proyecto de investigación, debido a que de ello dependerán los resultados del análisis en curso. (p.115)

Por tal motivo, la investigación se basa en una técnica documental, cuya finalidad es la identificación, recaudación y análisis de información procedente de documentos formales que sirvan como sustento para el estudio.

### **3.3.2 Instrumentos de Recolección de Datos**

Para (Rizo, 2015) un instrumento de recolección de datos

Es en principio cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. De este modo el instrumento sintetiza en si toda la labor previa de la investigación, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto, a las variables o conceptos utilizados. (p. 52)

Mediante los instrumentos investigativos se puede organizar la información seleccionada, además permiten tener una visión general del panorama de la investigación. En este caso el análisis se basará en el instrumento de:

#### **3.3.2.1 Recursos bibliográficos**

La investigación bibliográfica permite indagar en lo que ya se ha escrito antes, es decir, se presenta como una base para el trabajo investigativo. Aquí se analizarán informes procedentes de fuentes como la (Asociación de Empresas Automotores del Ecuador, 2020), mediante el anuario 2020 y la Superintendencia de Compañías (2020). (Compañías, 2020)

#### **3.3.2.2 La entrevista estructurada**

La combinación de la técnica seleccionada con un instrumento como la entrevista apoya el análisis sobre los datos obtenidos y profundiza el rigor de la investigación. Una entrevista permite conseguir información de manera oral y personalizada sobre un tema específico. Sin embargo, la entrevista estructurada, brinda la facilidad al entrevistador de controlar el ritmo de las preguntas ya que posee un esquema de fácil desarrollo en la línea de variables que se van evaluar según se vayan dando las respuestas del entrevistado; además permite profundizar en el tema a tratar, debido a que no consta de un guion prefijado.

En este caso la entrevista será dirigida a especialistas en materia de comercialización y de importación de vehículos para que aporten con sus

conocimientos experienciales, como Gerente de Línea de Corporación Galarza, Gerente Comercial Región Costa de MAXDRIVE, actualmente, pero desde el año 2015 hasta el año 2020 ocupó el cargo de Gerente de Ventas de la empresa objeto de estudio y analista financiero de GALARMOBIL.

#### **3.3.2.2.1 Entrevista de profesionales:**

La primera entrevista (Ver Anexo Nro.6), que se realizó fue al Magister Richard Macías León, quien es actualmente el Gerente de línea en Corporación Galarza Auto Galarza S.A. con experiencia de 21 años vinculado al sector automotriz y de maquinaria pesada, (Ver Hoja de Vida Anexo 3).

También se entrevista (Ver Anexo Nro.7), al Ingeniero Ivan Cedeño quien laboró en el Departamento de ventas en la jefatura del mismo, desde el año 2015 al año 2020. (Ver Hoja de Vida Anexo N° 4).

Y, por último, se presenta la entrevista (Ver Anexo Nro.8), del Economista Silvio Marañón, quien labora en el Departamento de Finanzas de la empresa GALARMOBIL, como analista. (Ver Hoja de Vida Anexo N° 5).

#### **3.3.2.2 Análisis de la entrevista**

El Sr. Macías, responde de forma clara y detallada en relación al procedimiento para importar un vehículo, considerando desde las variables básicas como son, autorización respectiva para iniciar el proceso, de donde se genera la necesidad, el diseño del plan de negocios, determinación del proveedor y los modelos respectivos, parámetros legales a nivel de aduana, certificaciones respectivas por parte del proveedor; de igual forma los elementos requeridos para ejecutarla importación de un producto, como es la permisología correspondiente, aseguramiento y disponibilidad de recursos financieros para adquirir el producto.

Expresa claramente, que más que dificultades para importar son las desventajas que impactan directamente como es la carga impositiva, lo cual, genera un incremento considerable en el valor del producto. Por lo que expone, que en el Ecuador las ensambladoras adquieren productos importados en un 80% aproximadamente y que esto hace que existan importadoras que realicen este tipo de actividad.

Por último, haciendo una evaluación en relación a la opción de que GALARMOBIL, desarrolle la opción de incorporarse en los procesos de importación demarcación, es determinante al momento de indicar que la empresa se encuentra en el periodo de vida perfecto para desarrollar dicha actividad.

En la entrevista realizada al Ingeniero Ivan Cedeño, explicó de forma detallada los requisitos para realizar una importación de vehículos, resaltando que este tipo de transacción comercial la puede desarrollar una persona natural o jurídica, además, de que se deben tener en consideración estos lineamientos a fin de mantener la gestión dentro de la legalidad; de igual forma describió el procedimiento para que una persona jurídica desarrollara dentro de la legalidad la gestión de importación.

También, manifestó los diversos beneficios que se obtienen al momento de realizar la importación, debido la disminución de costos, incremento en la rentabilidad, así como, la diversidad de opciones que se ofrece al mercado, generando competitividad. Así como, los diversos elementos que generan complejidad tales como la generación de ciertos tramites gubernamentales y el tiempo de generación de los mismos, por parte de las entidades del Estado, resaltando el impacto del a carga arancelaria en los costos del producto que se ven reflejados en el precio de venta al cliente.

Manifestó, lo amplio del mercado y la presencia de otras importadoras por lo atractivo, calidad y accesibilidad del producto automotor chino. Por lo que señalo, que la iniciativa de la empresa para incursionar en del desarrollo de la gestión de importación es una buena decisión que debe ir acompañada de un extenso y profundo estudio financiero.

En la entrevista realizada al Economista Silvio Marañon, resaltó la importancia del desarrollo de un estudio de mercado previo al inicio de la gestión importadora a razón de establecer la real viabilidad mediante el uso de herramientas técnicas que validen dicha situación, seguidamente especifico los documentos que debe poseer una organización, acompañado de un soporte financiero mediante la gestión pre aprobada de un banco que ofrezca soporte a la transacción.

Continuó, detallando el proceso de importación que se inicia con la orden de perdido al proveedor, seguido de la homologación de los automóviles para finalizar con la nacionalización de los mismos. Resaltando, que una de las ventajas se genera de esta gestión es la minimización de costos de importación, debido a la reducción de la cadena de comercialización a nivel internacional lo que se ve en el precio al cliente.

En relación a las dificultades, expone que en la etapa del proceso de homologación este tiene un tiempo de espera muy largo, además de considerar que las cargas arancelarias son paso dentro de la estructura de costos. Reconociendo la presencia de varias importadoras fuertes dentro del país, además, de resaltar las fortalezas, ventajas y beneficios de los productos chinos que se han posicionado dentro del mercado automotriz ecuatoriano, considera como positiva la iniciativa de que la empresa GALARMOBIL desarrolle gestiones de importación.

### **3.4 Validación de la Propuesta**

Por lo anteriormente expuesto, la propuesta en relación a la comercialización e importación de vehículos marca CHERY al mercado ecuatoriano, es viable, ya que, desde el punto de vista legal, el estado presenta todo el marco requerido para la realización y estímulo de las importaciones.

El mercado reconoce la marca y las tendencias son a la aceptación en muy buen margen de la misma, por razones de precio, modelo, garantía, repuestos, variables que son importantes a la hora de escoger un vehículo, por lo cual esta activación, incrementa considerablemente la oferta de este producto en la zona de las guayas, pero se proyecta a exponerla a nivel nacional.

En consolidación a estas tres entrevistas, se aprecia fácilmente el conocimiento de los entrevistados en relación a la gestión operativa para activar las importaciones en GALARMOBIL, tanto en requisitos como procesos, considerando los elementos que en la gestión pudiesen ralentizar los resultados, tomando en cuenta la previa intervención de un serio estudio de mercado que fortalezca la toma de decisiones y el respaldo de una institución financiera, porque también se mencionó el diseño de un estudio de factibilidad económica.

Pero, coincidiendo en el escenario positivo en que GALRMOBIL inicie gestiones a nivel de importación, por los beneficios que se podrían obtener no solo a nivel interno en la empresa sino además a nivel externo para el mercado y para el cliente.

## **CAPÍTULO IV**

### **INFORME FINAL**

Una vez creada toda la estructura requerida en relación a datos relevantes en el periodo desde 2016 al 2020 en relación al sector automotriz en el ECUADOR, se consolida la información pertinente por diferentes vías y se procede a exponer los resultados.

#### **4.1 Análisis de resultados**

Los resultados que se presentan a continuación se sustentan en idea a defender planteada a partir de los datos obtenidos. Para ello, se procesa toda la información recopilada y se presenta de manera ordenada y comprensible, utilizando la metodología mencionada. La interpretación de los resultados cumple con una función explicativa, ya que busca las causalidades de los hallazgos encontrados.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de los siguientes documentos:

- Boletines estadísticos del Sector Automotor emitidos por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE desde el año 2016 hasta el año 2020.
- Informes de auditoría externa de la empresa GALARMOBIL S.A. avalado por la Superintendencia de Compañías en el año 2020.
- Informes de auditoría externa de la empresa importadora avalado por la Superintendencia de Compañías en el año 2020.

Adicionalmente, el análisis de los mencionados resultados será fortalecido con la información obtenida de la entrevista no estructurada a especialistas sobre el tema.

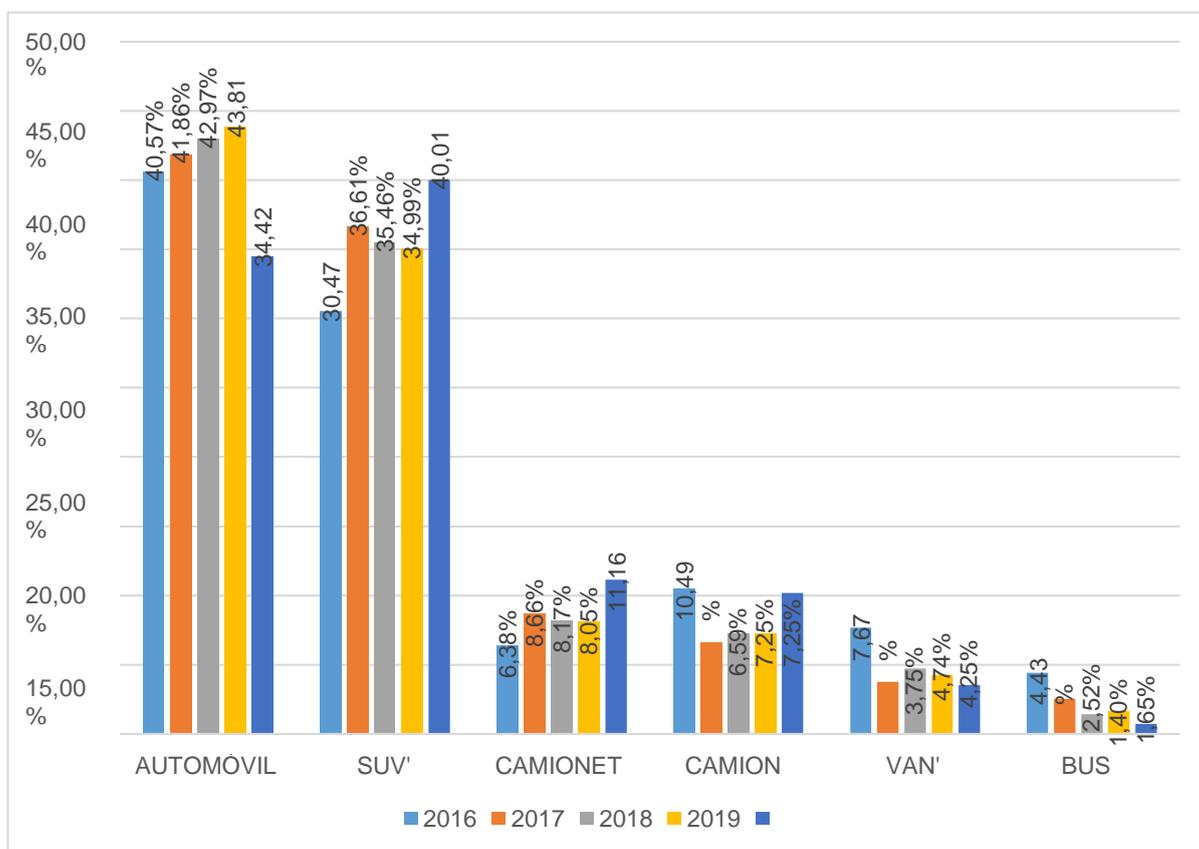
### 4.1.1 Importación Anual de Vehículos en Unidades por Segmento, 2016-2020

**Tabla 9** Importación Anual en Unidades por Segmento 2016 al 2020

AÑO	AUTOMÓVILES	SUV'S	CAMIONETAS	CAMIONES	VAN'S	BUSES	TOTAL	Representación en el periodo
2016	13.305	9.993	2.091	3.441	2.516	1.452	32.798	8,69%
2017	30.083	26.312	6.222	4.738	2.696	1.812	71.863	19,04%
2018	44.466	36.697	8.457	7.506	4.904	1.453	103.483	27,42%
2019	47.243	37.741	8.677	7.823	4.584	1.779	107.847	28,58%
2020	21.131	24.567	6.850	6.239	2.175	438	61.400	16,27%
<b>Total</b>	<b>156.228</b>	<b>135.310</b>	<b>32.297</b>	<b>29.747</b>	<b>16.875</b>	<b>6.934</b>	<b>377.391</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)



**Figura 1** Importación anual de vehículos en unidades por segmento desde 2016 al 2020

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)

**Análisis:**

Durante el periodo es el segmento automóvil, el que mantiene el liderazgo con un 41,40%, seguido de la SUV'S con un 35,85%; es el año 2019 el de mayor valor en las importaciones con un 28,58%. Se evidencia la tendencia al alza hasta el año 2020 se presenta una disminución de un 56,93%. En el caso de los niveles de incremento observados desde el 2016 señala el aumento progresivo de las importaciones de

vehículos, siendo en 2020 una disminución del 12,31%. Es importante resaltar que de las 377.391 unidades importados el 41,40% corresponde a vehículos, seguido por el 35,85% que lo poseen el SUV y en un tercer lugar las camionetas con un 7,88%.

#### 4.1.2 Composición de las Ventas en Ecuador en Unidades 2016 al 2020.

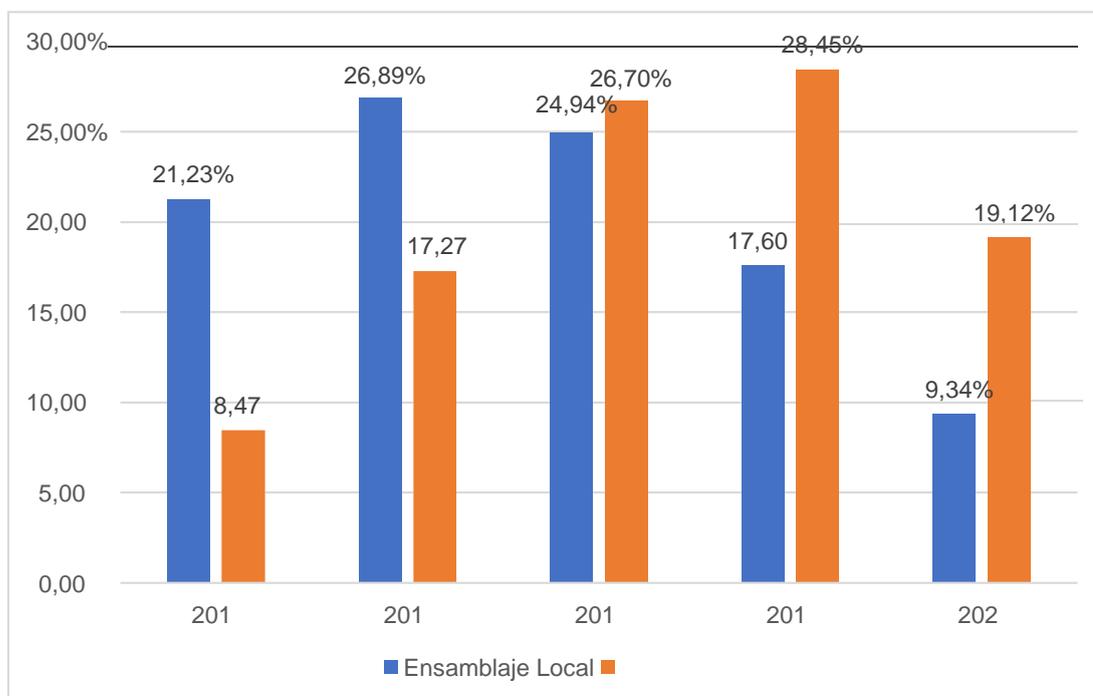
##### Importación y Ensamblaje Local

**Tabla 10** Composición de las Ventas en Ecuador en Unidades 2016 al 2020. Importación y ensamblaje local.

Año	Ensamblaje Local	% Participación	Importación	% Participación	Unidades	
2016	31.738,00	21,23%	31.817,00	8,47%	63.555	12,12%
2017	40.189,00	26,89%	64.888,00	17,27%	105.077	20,04%
2018	37.276,00	24,94%	100.339,00	26,70%	137.615	26,25%
2019	26.307,00	17,60%	106.901,00	28,45%	132.208	25,22%
2020	13.968,00	9,34%	71.850,00	19,12%	85.818	16,37%
<b>Total</b>	<b>149.478,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>375.795,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>524.273</b>	

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)



**Figura 2:** Composición de las ventas en Ecuador en unidades. Importación y Ensamblaje local

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)

**Análisis:**

Las ventas en el periodo referido, se generan en incremento paulatino y consecuente hasta llegar al año 2020, donde se generó un 65% en referencia de las ventas en el periodo anterior. Decrecimiento significativo e impactante en el mercado. En lo que respecta al ensamblaje local se puede observar que en los periodos comprendidos en el 2016 y el 2017, mantenía la presencia mayoritaria en la participación de las ventas del país, pero fue en el año 2018 cuando se realizó la transición de poderes en el liderazgo de las ventas fueron los vehículos importados, evidenciando además un descenso en la preferencia por los vehículos ensamblados en el país. Donde el repunte más alto fue en el año 2017 con 26,89% y llegó al 2020 a un 9,34%, marcada disminución de 15,59% de pérdida de participación en el periodo referido, por lo que se evidencia que los costos operativos de ensamblaje no son los suficientemente competitivos con las importaciones de vehículos. Pero, además, se presenta la situación puntual del descenso de las importaciones en el 2020 en un 9,33%, donde es referido el hecho de la pandemia COVID-19 se evidencia el impacto de la misma en el sector.

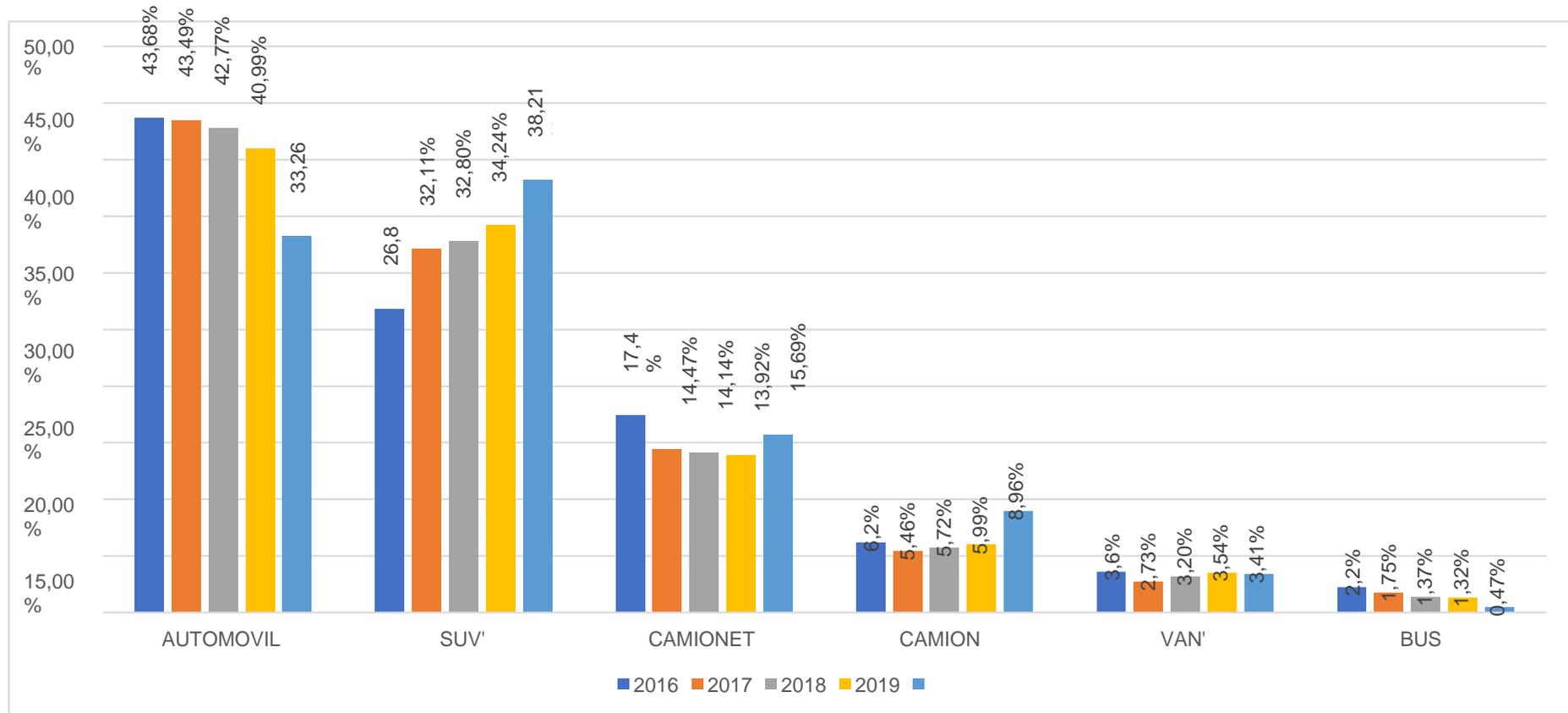
### 4.1.3 Ventas Anuales por Tipo de Vehículo en Unidades 2016 al 2020

**Tabla 11** Ventas Anuales por Tipo de Vehículo en Unidades del 2016 al 2020

AÑO	AUTOMÓVILES	SUV'S	CAMIONETAS	CAMIONES	VAN'S	BUSES	TOTAL VEHÍCULOS	Representación en el periodo
<b>2016</b>	27.760	17.057	11.070	3.948	2.298	1.422	63.555	12,12%
<b>2017</b>	45.696	33.739	15.200	5.734	2.866	1.842	105.077	20,04%
<b>2018</b>	58.854	45.139	19.464	7.866	4.407	1.885	137.615	26,25%
<b>2019</b>	54.192	45.266	18.406	7.915	4.678	1.751	132.208	25,22%
<b>2020</b>	28.544	32.790	13.461	7.692	2.926	405	85.818	16,37%
	215.046	173.991	77.601	33.155	17.175	7.305	524.273	100,00%

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

*Elaborado por: Cuesta, F. (2022)*



**Figura 3:** Ventas anuales por tipo de vehículos en unidades del 2016 al 2020

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)

**Análisis:**

En las ventas de automotores la lidera el segmento automóvil representado un 41,02% de las ventas del periodo, seguido por el SUV con el 33,19% y en tercer lugar las camionetas en un 14,80%. Por lo que se puede observar en el segmento automóvil en el año 2020 hubo un descenso al 33,26%, con una diferencia de 7,73% en relación al año anterior.

En el caso del segmento SUV, si se marca una tendencia al alza incluso en el año 2020, tiempo de pandemia; en el segmento camionetas pasa de una tendencia de decrecimiento siendo desde el año 2016 un 17,40% al año 2019 13,392% pero en el año 2020 también se incrementa y pasa a un 15,69%.

Considerando los datos presentados en la sección anterior se puede hacer un comparativo y determinar entonces que de los automóviles vendidos en este periodo 45.061 unidades correspondían a ensamblaje local y 169.985 unidades respectivamente a la importación. En el caso de los SUV 34.980 representan el ensamblaje nacional y 139.011 son de origen de importación y el caso de las camionetas 6.453 unidades son de origen del ensamblado nacional y 26.702 unidades importaciones.

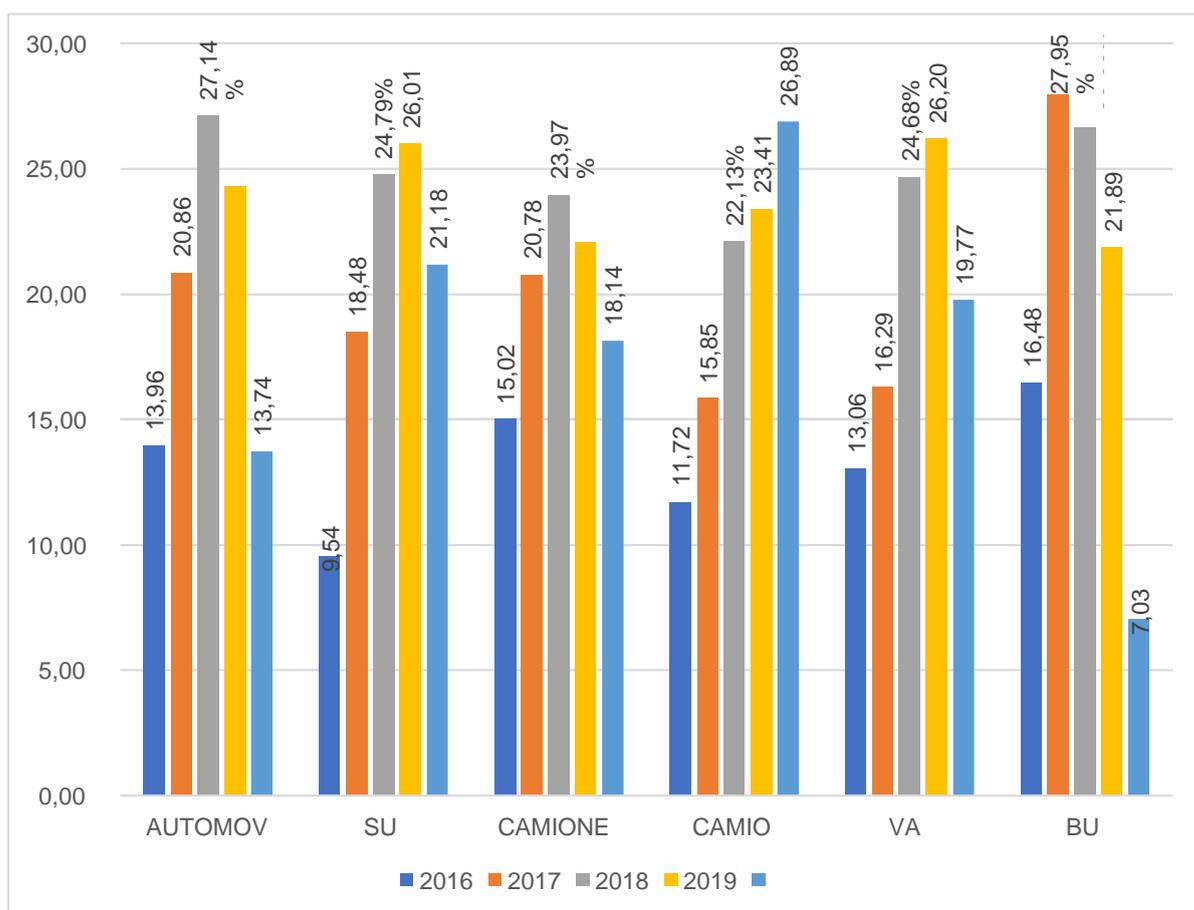
## 4.1.4

## Ventas de Vehículos en Unidades por Segmento en Guayas 2016 al 2020

Tabla 12 Ventas de Vehículos en el Guayas por Tipo

GUAYAS	2016	2017	2018	2019	2020	Total	Representación en el Periodo
AUTOMÓVIL	9.372	14.006	18.221	16.310	9.222	67.131	45%
SUV	4.375	8.478	11.368	11.929	9.716	45.866	31%
CAMIONETA	2.697	3.731	4.303	3.967	3.256	17.954	12%
CAMIÓN	1.083	1.464	2.044	2.163	2.484	9.238	6%
VAN	926	1.155	1.750	1.858	1.402	7.091	5%
BUS	204	346	330	271	87	1.238	0,83%
<b>TOTAL</b>	<b>18.657</b>	<b>29.180</b>	<b>38.016</b>	<b>36.498</b>	<b>26.167</b>	<b>148.518</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.  
**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)



**Figura 4:** Ventas de vehículos en unidades anuales por segmento en el Guayas

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.  
**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)

### **Análisis:**

Durante el periodo estudiado, en el Guayas se han vendido 148.518 unidades de las cuales, la unidad más vendida en el Guayas ha sido el automóvil, en un 45%, este segmento ha mantenido un nivel alto en relación con el resto de las unidades, en segunda opción de venta en la zona ha sido el SUV con un 31% y en tercer lugar la camioneta en un 12%.

Manteniendo la tendencia a nivel nacional, por lo también se puede determinar que 30.156 unidades fueron ensambladas localmente y 118.362 fueron importación

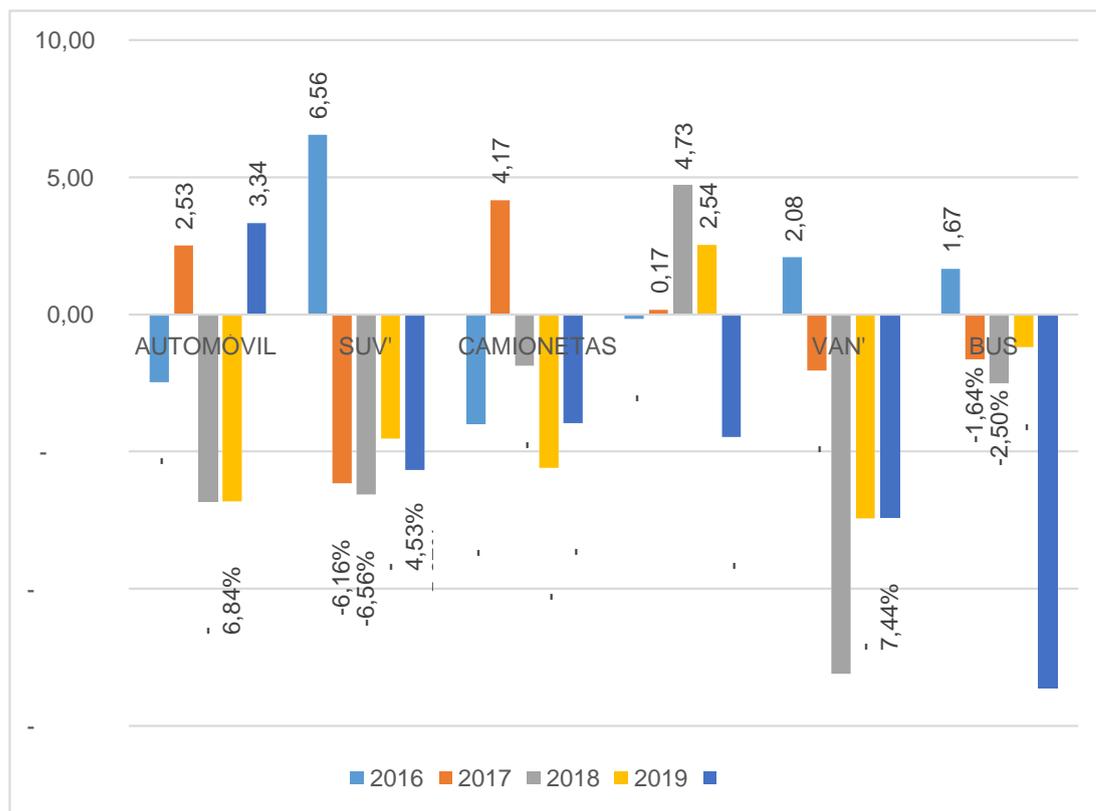
### **4.1.5 Precios Promedio en dólares de Ventas de Vehículos Según Segmento**

**Tabla 13** *Precios Promedio en Dólares de Ventas de Vehículos Según Segmento*

<b>Segmento</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Promedio</b>
<b>AUTOMÓVILES</b>	23.279	23.867	22.235	20.719	21.411	22.302
<b>SUV'S</b>	45.649	42.839	40.029	38.217	36.049	40.557
<b>CAMIONETAS</b>	37.805	39.382	38.649	36.484	35.037	37.471
<b>CAMIONES</b>	56.167	56.263	58.922	60.417	57.715	57.897
<b>VAN'S</b>	33.563	32.879	28.569	26.443	24.481	29.187
<b>BUSES</b>	82.061	80.716	78.695	77.753	67.159	77.277

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)



**Figura 5:** Precio promedio en dólares de Ventas de Vehículos Según Segmento

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)

### Análisis:

En este esquema se evidencia de forma muy particular el descenso en los valores de los vehículos, considerando que se realizó una comparativa dentro del mismo segmento con los años focos de estudio especialmente desde el año 2016, siendo el segmento VANS y Buses los más afectados, pues durante el periodo se generó un descenso progresivo y sostenido en estos rubros en particular. En el caso de las camionetas el promedio del precio es de \$37.471 siendo este un 97,75% de los precios en el periodo 2016 al 2020. Es importante señalar que la variación del precio en el 2020 para el segmento automóvil fue al alza en \$692 es decir, un 3,23%, en relación al resto de los segmentos un promedio de 6,40% a la baja.

#### 4.1.6 Principales Modelos Vendidos de la Marca Chery (Unidades) 2019-2020

Tabla 14 Principales Modelos Vendidos de la Marca CHERY en Unidades del 2019 al 2020

MODELO	2019	Representación en el periodo	2020	Representación en el periodo	Total Segmento
ARRIZO 3 C.	469	20,43%	737	39,02%	1.206
ARRIZO 3	20	0,87%	91	4,82%	111
TIGGO 2 C.	717	31,23%	534	28,27%	1.251
TIGGO 2 L.	509	22,17%	228	12,07%	737
PRACTIVAN Q.	581	25,30%	299	15,83%	880
<b>Total Periodo</b>	<b>2.296</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.889</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.185</b>

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)

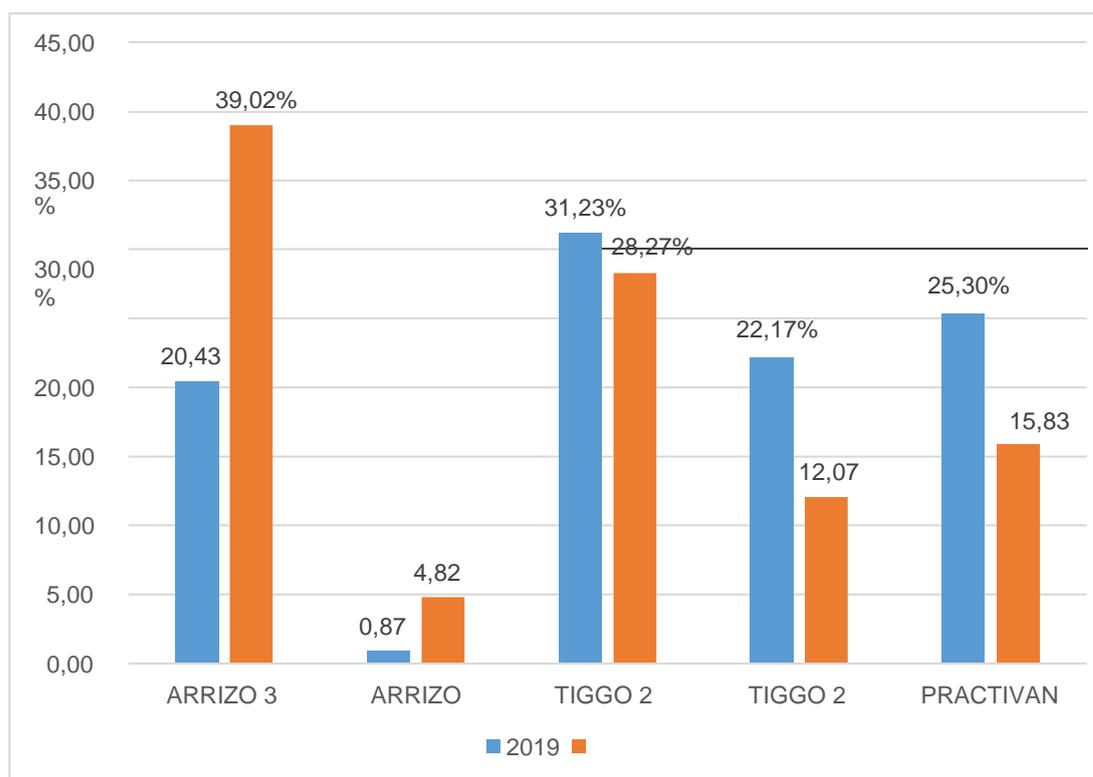


Figura 6: Principales Modelos Vendidos de la Marca CHERY en Unidades del 2019 al 2022

**Fuente:** Asociación de empresas automotriz, AEADE.

**Elaborado por:** Cuesta, F. (2022)

**Análisis:**

Las ventas realizadas entre los años 2019 al 2020, de la marca Chery fueron 4.185 unidades, de las cuales el 54,86% se vendió en el 2019, es decir, 2.296 unidades y el 45.14% que son 1.889 unidades en 2020. Para el año 2019 el modelo de mayor venta fue Tiggo 2 Confort con el 31,23% de las unidades vendidas, seguida por la practivan Q con el 25,30%.

Para el año 2020 el modelo Arizo 3 Confort fue el de mayor venta con un 39,02%, seguido del Tiggo 2 Confort en un 28,27%; siendo este el de mayor venta en ambos años con un 29,89% que en unidades son 1.251, en segundo lugar, en ambos periodos la mayor venta fue Arizo 3 Confort, con un 28,82% y la Practivan Q representa el 21,03% de las ventas de estos años. Lo que evidencia la tendencia de compra en el mercado. Representando un buen referente para las proyecciones en el diseño del plan de importación.

**4.1.7 Costos del vehículo marca Chery modelo ARRIZO 3 (Concesionaria)**

**Tabla 16** Costos del Vehículo marca CHERY modelo ARRIZO 3 (Concesionaria)

	<b>Costo ARRIZO 3</b>
<b>Subtotal</b>	11.000,00
<b>IVA</b>	1.320,00
<b>TOTAL</b>	<b>12.320,00</b>

*Fuente:* GALARMOBIL S.A.

*Elaborado por:* Cuesta, F. (2022)

**Análisis:**

Como se puede evidenciar los valores a nivel de costo los valores que representan los costos más altos son el FOB con un 53,81%, y todos los costos relacionados al aspecto impositivo son el 40,67% del costo del vehículo, pero analizando profundamente el 68,56% de la base de cálculo, es lo que corresponde a solamente impuesto.

Confirmando claramente lo referido en las entrevistas a los expertos cuando hacen referencia a los elevados valores a nivel fiscal, considerando que los impuestos se determinan en bases de cálculo ya con incrementos por costos y a su vez en relación a la importación, pues dentro del aspecto impositivo se encuentra las tasas arancelarias, las cuales son determinadas por el tipo de producto y valor del mismo. Es decir, se calcula en base ciertas características del mismo. Ya que este elemento incrementa el costo final del producto y por consecuencia el valor de precio de venta al cliente final.

#### 4.1.8 Precio de venta al público del vehículo marca Chery modelo ARRIZO 3

Tabla 17 Precio de venta al público del vehículo marca

PVP ARRIZO 3	
Subtotal	13.383,93
IVA	1.606,07
TOTAL	14.990,00

Fuente: GALARMOBIL S.A.

Elaborado por: Cuesta, F. (2022)

##### Análisis:

Siendo este el valor final a ofertar al público, se considera que, en base a las características del mismo, el diseño y el potencial que tiene a nivel mecánico, así como el espacio es un vehículo que ventajosamente es competitivo en el mercado. Y las estadísticas demuestran claramente en relación a las ventas con la representación de las ventas totales del 2020 en un 39,02%.

Por lo que aun con elevado valor del sistema de importación a nivel de vehículos, sigue siendo atractivo para el público, que posee un valor adquisitivo a nivel de generar líneas de crédito, ya que por ser un vehículo familiar ofrece amplio espacio, no solo en el área de los pasajeros sino también en el maletero, además del cuidado a nivel de consumo de combustible, con el respaldo de la marca CHERY que ya es reconocida a nivel mundial y los costos y la disponibilidad de los repuestos es un aspecto más de beneficio de la razón por la cual los clientes se inclinan por esta opción.

#### 4.2 Análisis comparativo de resultados

En lo consiguiente se observó en los datos presentados previamente, que el mercado automotriz, si bien es cierto que ha tenido un comportamiento nada relevante en líneas generales desde el año 2011, es a partir del año 2016 cuando inicia un incremento significativo.

Así mismo, la participación de los vehículos de origen asiático, se están integrando de forma progresiva, pero se observa un incremento anual ligero, esto puede generar diversos indicadores, tales como falta de conocimiento de la marca en el mercado nacional, carece de una estrategia de mercado para el posicionamiento.

Aunque, estos vehículos son reconocidos por los usuarios por precio, garantía,

repuestos, modelos y colores, indica que la marca va en progresivo crecimiento en el país, lo cual, favorece, altamente el desarrollo de este estudio, pues se presenta la factibilidad para desarrollar la inversión en el desarrollo de la importación y comercialización de vehículos marca CHERY.

Durante el periodo comprendido entre los años 2016 al 2020, se puede observar un incremento sostenido de las importaciones de vehículos específicamente, representado estos en los niveles de importación en promedio el 42,30% en todos estos años, con la relevante cifra de la disminución de las importaciones de vehículos en el año 2020 en un 39,02%. Ya que pasó del 2019 a 107.847 unidades a 61.400 unidades; la razón principal de este significativo cambio se debió a la pandemia por CORONAVIRUS.

Solo en la importación de vehículos, en este periodo el crecimiento lineal promedio es de 4,61%, siendo el año 2020 de tendencia a típica, por las razones antes expuestas. Para el año 2016, el 84,64% de los vehículos vendidos fueron importados, así como en el año 2017 63,59%, marcando un decrecimiento en esta tendencia donde en el 2019 es 50,25 y en el 2020 es de 46,49, evidenciando que dentro de las ventas de vehículos a nivel nacional en este periodo la participación de las importaciones fue disminuyendo en un promedio de 9,54%.

Puntualizando en la provincia del Guayas, se evidencia la mayor venta en el segmento vehículo, presentando una tendencia marcada de incremento en un promedio del 85% en el periodo desde 2016 al 2020.

A nivel nacional, en el año 2019 de los 2.296, productos marca CHERY el 74,80% fueron vehículos es decir 1.715 unidades, para el año 2020 de las 1.889 unidades vendidas el 84,17% corresponde a vehículos. Marcando la tendencia significativa de que el tipo de segmento más requerido por los clientes en marca CHERY es vehículos. Siendo los de mayor venta los modelos, Tiggo 2 Confort, Arrizo 3 y por último la Practivan Q.

Considerando que el precio promedio entre el periodo del 2016 al 2020 es de \$ 22.302, por unidad. En este sentido se expone que todas las variables analizadas

marcan una tendencia en el mercado inicialmente a la aceptación de la marca CHERY, siendo el segmento vehículo el más aceptado tanto a nivel nacional como en la Provincia del Guayas, siendo el resultado evidenciado en el año 2020, atípico por razones totalmente extraordinarias, pero independientemente de ello, la tendencia marca de manera favorable para la comercialización e importación de vehículos marca CHERY.

## CONCLUSIONES

- Se determinaron los fundamentos teóricos que sirven de apoyo al análisis de las importaciones y comercialización de vehículos, mediante las bases teóricas como lo son la teoría del mercantilismo, la teoría de la ventaja absoluta, la teoría de la ventaja comparativa, la teoría de Heckscher-Ohlin, la teoría del comercio internacional y competencia imperfecta y la teoría de la oferta y la demanda, en relación a las teorías consideradas para esta investigación, se procedió a presentar la teoría del comercio internacional y competencia imperfecta, como la base para la presente investigación porque ofrece claramente los parámetros para el proceso de importación actualmente, así mismo se utilizó la conceptualización en relación a la oferta y la demanda, para manejar las características principales y apalancarse en el análisis de la comercialización de los vehículos marca Chery.
- Se identificó las operaciones comerciales de la empresa GALARMOBIL S.A., mediante la investigación exploratoria, ejecutada en entrevistas. GALARMOBIL S.A. se encuentra en ese grupo de concesionarias que le apostaron a una marca joven en el mercado, esta empresa con el pasar de los años se ha ido especializando en los vehículos Chery. La investigación se desarrolló dentro de la problemática que posee la empresa en relación al depender de un intermediario para la comercializar los vehículos de la marca Chery. El primero inconveniente identificado es el encarecimiento del costo del vehículo, debido a la cantidad excesiva de impuestos que se gravan, las importadoras deben subir los precios de venta para los concesionarios, por el margen de ganancia por el servicio prestado, además deben incurrir en gastos de transporte y publicidad; el segundo problema es la dependencia del inventario, las concesionarias no siempre tienen disponible los vehículos que los clientes solicitan, lo cual provoca retrasos en la entrega de los vehículos a los clientes y causa insatisfacción en los mismo. En respuesta a aquello la investigación planteó que si la empresa realizará sus propias importaciones la ganancia que percibiría sería aproximadamente del 30%, lo cual es más de la mitad de lo percibe en la actualidad. Además, la importación directa garantiza un proceso que agiliza las operaciones de la compañía.

- Se diagnosticó el comportamiento del mercado nacional para la importación de vehículos y su comercialización, mediante informes presentados por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE del periodo de años del 2016 al 2020, donde se determinó que en materia de importación de vehículos el tipo de vehículos más importados son los automóviles con un total de 156.228 unidades lo que representa el 40% del total de las importaciones vehiculares. Con respecto a las ventas de vehículos se demostró que el 72% de los vehículos vendidos en el periodo de estudio corresponden a vehículos importados. Una de las marcas que más se ha destacado en el periodo seleccionado es Chery, se posicionó entre las diez primeras marcas de vehículos más vendidas con un total de las 11.637 unidades en este periodo, registró un crecimiento promedio del 40% en ventas lo que demuestra la progresiva aceptación de la marca por parte del consumidor. Además, cabe destacar que la investigación permitió determinar que el precio promedio de un automóvil es \$22.302, sin embargo, la marca Chery ofrece precios que van desde los \$13.990 hasta los \$26.990, esta gama de precios se adapta a la disponibilidad del mercado ecuatoriano, otra característica fundamental y decisiva que ha posicionado a la marca entre una de las mejores opciones de compra para los clientes es la tecnología de vanguardia que se encuentra implementada en cada automóvil.

## **RECOMENDACIONES**

En la presente investigación referida a Análisis de Importación y Comercialización de Vehículos CHERY en la ciudad de Guayaquil para la empresa GALARMOBIL S.A., se generan las siguientes recomendaciones:

- Diseñar un plan de acción para la creación de un Departamento de Importación en la empresa GALARMOBIL S.A., donde se establezcan lineamientos de planificación, organización, dirección y control a fin de generar una exitosa gestión en la importación de vehículos CHERY.
  
- Establecer un estudio de mercado a razón de iniciar el posicionamiento de la marca CHERY en el mercado, beneficiando a la empresa por su incremento en las ventas y a la activación del mercado automotriz.
  
- Enfatizar en el estudio de mercado, la presencia de otras marcas más económicas que pudiesen ofrecer otros beneficios y ventajas que impacte significativamente en el producto final y el valor a presentar al cliente.
  
- Iniciar procesos de formalización de importación de vehículos CHERY, a fin de agilizar la llegada de vehículos al país, dinamizando las actividades.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez , J. (14 de diciembre de 2015). *Comunidad todo comercio exterior* . Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/packing-list-el-documento-del-exportador#:~:text=Packing%20List%20o%20Lista%20de,peso%20bruto%20C%20neto%20y%20cubicaci%C3%B3n>.
- Álvarez, L., & Cuadros, L. (2012). Las importaciones chinas y su impacto en el mercado de autopartes de repuesto mexicano. *Revista problemas del desarrollo*, 169(43). Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/prode/v43n169/v43n169a6.pdf>
- Armas, S. (21 de Febrero de 2019). Vehículos chinos ganan participación en mercado de Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de [https://www.aeade.net/vehiculos-chinos-ganan-participacion-en-mercado-de-ecuador/#:~:text=QUITO%20C%2020%20feb%20\(Xinhua\),Automotrices%20del%20Ecuador%20\(AEADE\)](https://www.aeade.net/vehiculos-chinos-ganan-participacion-en-mercado-de-ecuador/#:~:text=QUITO%20C%2020%20feb%20(Xinhua),Automotrices%20del%20Ecuador%20(AEADE)).
- Arrosquipa, P., Carrasco , R., Challco, H., & Rodriguez, P. (2019). *Factores que influyen en la intención de compra de vehículos livianos chinos en el consumidor final de Lima Metropolitana*. Lima: Universidad ESAN. Obtenido de [https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1748/2019\\_MATC\\_18-1\\_08\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1748/2019_MATC_18-1_08_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Editora Nacional. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Asamblea Nacional República Del Ecuador. (2010). *Código Orgánico De La Producción, Comercio e Inversiones, COPCI*. Quito. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Asamblea Nacional República Del Ecuador. (2019). *Código de Comercio*. Quito. Obtenido de [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo\\_de\\_Comercio.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf)

- Asociación de Empresas Automotores del Ecuador. (2020). *Sector Automotor en Cifras*. Quito: Asociación de Empresas Automotores del Ecuador. Obtenido de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2020/12/Boletin-Sector-en-cifras-50-resumen-en-espanol.pdf>
- Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador. (2017). *Anuario 2016*. Obtenido de <http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2017/12/anuario2016.pdf>
- Balladares, M., & Monroy, J. (2017). *Análisis del sector automotriz ecuatoriano al culminar las restricciones a la importación de vehículos y CKD vigentes durante el periodo 2012-2016*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47475/1/tesis%20Analsis%20del%20sector%20automotriz%20Balladares-Monroy%2018-3-17.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (Agosto de 2020). *La Inversión Extranjera Directa. Definiciones, determinantes, impactos y políticas públicas*. Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de Inter-American Development Bank: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-inversion-extranjera-directa-Definiciones-determinantes-impactos-y-politicas-publicas.pdf>
- Blume, C., Cruzado, S., & Zegarra, C. (2018). *Análisis de las estrategias de comercialización de vehículos livianos de marcas chicas en el mercado peruano y planteamiento de estrategias para su comercialización*. Esan Graduate School of Business, Lima. Obtenido de [https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1372/2018\\_MAM\\_16-2\\_03\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1372/2018_MAM_16-2_03_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- C.V. , V. C. (2022). <https://blog.onecore.mx/>. Obtenido de <https://blog.onecore.mx/>: <https://blog.onecore.mx/que-es-valor-cif>
- Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana. (2020). *Boletín Vehículos Nuevos*. Quito: CINAE.
- Carrera, N. (2018). *Importación de autos de origen chino para el mercado peruano, Lima, en el período 2013-2017*. Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Facultad de ciencias empresariales, Lima.
- Carrillo Zambrano, D. (2019). *Efectos de la Regulación Comercial en el Sector Automotor Ecuatoriano*. Quito: Universidad San Francisco de Quito. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/9022/1/125419.pdf>

- Cauas, D. (2003). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*.  
Obtenido de <https://dcauas.files.wordpress.com/2013/06/tesis-daniel-cauas>
- Cauas, D. (2015). *Biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia*.  
Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36805674/l-Variables.pdf?1425133203=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3Dvariables\\_de\\_Daniel\\_Cauas.pdf&Expires=1621138099&Signature=HM0~1b0lfdNITuc-HsgCm60bqCZQF49TXZkfmIX9fpPaYwXV3GsTtonNCdnsUTYUKg0wyLT](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36805674/l-Variables.pdf?1425133203=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3Dvariables_de_Daniel_Cauas.pdf&Expires=1621138099&Signature=HM0~1b0lfdNITuc-HsgCm60bqCZQF49TXZkfmIX9fpPaYwXV3GsTtonNCdnsUTYUKg0wyLT)
- China, E. d. (2020). Ecuador China nuevas expectativas. *Revista semestral de la embajada de China en Ecuador* , 2-3.
- Comisión de Legislación y Codificación. (2003). *Codificación de la Ley Orgánica de Aduanas*. Quito. Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2\\_ecu\\_anexo30.pdf](http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_ecu_anexo30.pdf)
- Comité de Comercio Exterior. (2016). *Disposiciones para Importaciones de Vehículos, Piezas*. Quito. Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento\\_Resoluci%C3%B3n-51-COMEX-Disposiciones-importaciones-vehiculos.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Resoluci%C3%B3n-51-COMEX-Disposiciones-importaciones-vehiculos.pdf)
- Compañías, S. d. (2020).
- Congreso nacional. (2008). *Ley de creación del fondo para el desarrollo de la infancia*. Quito: El plenario de las comisiones legislativas. Obtenido de <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/LEY-DE-CREACION-DEL-FONDO-PARA-EL-DESARROLLO-DE-LA-INFANCIA.pdf>
- ecuador, A. d. (2021).
- Ekos. (15 de Mayo de 2020). *Zoom al sector*. Obtenido de Zoom Automotriz 2020: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/zoom-automotriz-2020>
- Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 102-122. Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2223-25162019000100008](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-25162019000100008)

- GALARMOBIL S.A. (s.f.). *Página web de Galarmobil* . Obtenido de <http://www.galarmobil.net/>
- Gallo , M. (2020). *¿Cómo o cuándo determinar si el conocimiento de embarque o el bill of lading son considerados títulos valores o títulos de créditos?* Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14495/1/T-UCSG-PRE-JUR-DER-492.pdf>
- Gascó, T. (25 de Septiembre de 2019). *Numdea*. Obtenido de Costo Operacional : <https://numdea.com/costo-operacional.html>
- General Agreement on Tariffs and Trade. (1947). *Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, Artículo XIX, Medidas de Urgencia sobre la importación de productos determinados*. Suiza.
- Global Ratings Calificadora de Riesgos. (2020). *Calificación Cuarta Emisión De Papel Comercial Automotores De La Sierra S.A*. Quito: Global Ratings. Obtenido de <http://www.globalratings.com.ec/sitio/Adjuntos/INFORME%20CUARTA%20EMISI%C3%93N%20DE%20PC%20ASSA%20AGOSTO%202020.pdf>
- INEC. (12 de Diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico: [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90&](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&)
- INEC. (2012). *Guayas y Pichincha lideran el mercado del sector automotriz en Ecuador*. Quito: Dirección de Comunicación Social INEC. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info7.pdf>
- Jama, M. (2019). *Impacto de la Introducción de los Autos de Marcas Chinas en la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guyaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46909/1/Impacto%20de%20la%20introducci%C3%B3n%20de%20los%20autos%20de%20marcas%20chinas%20en%20la%20ciudad%20de%20Guayaquil.pdf>
- Jiménez, A. (6 de Julio de 2013). *Beneficio Económico*. Obtenido de La Economía: <https://laeconomia.com.mx/beneficio-economico/>
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2012). *Economía internacional: teoría y política* (novena ed.). Madrid, España: Pearson Educación.

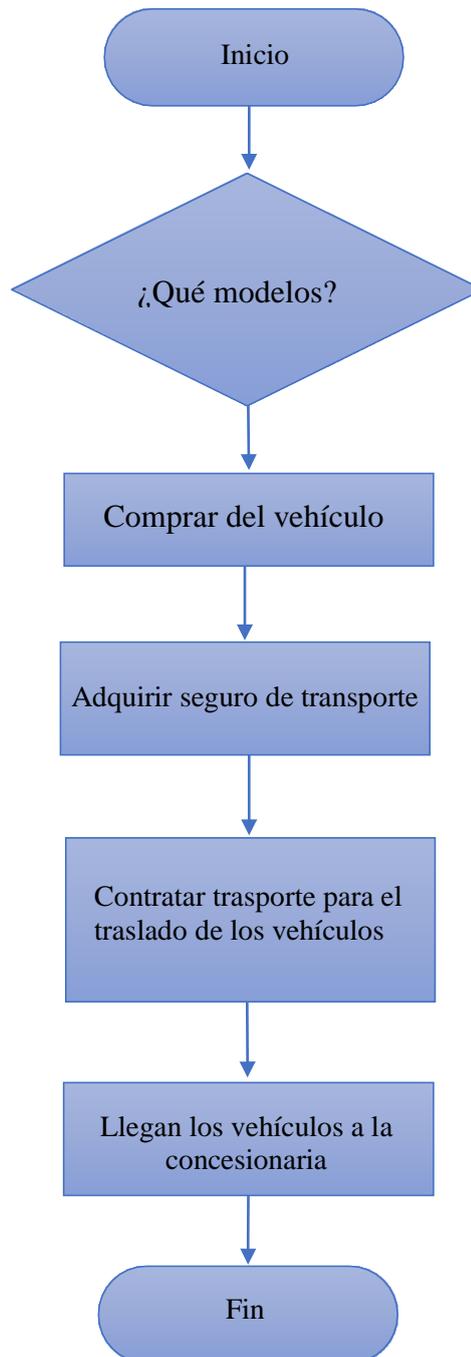
- López, J. (2021). *Análisis de la evolución de las importaciones de automóviles chinos y su impacto en el mercado nacional, período 2015- 2019*. Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Facultad de administración, Guayaquil.
- Luna, R., & Chaves, D. (2001). Definición de estudio de factibilidad. En *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos* (pág. 1). Guatemala: PROARCA.
- Maldonado, E. (2013). *Metodologías de investigación en*. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55390>
- Mayorga, J., & Martínez, C. (2008). Paul Krugman y el nuevo Comercio Internacional. *Criterio Libre No.8*, 73-86. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4547087>
- Monchón, F. (2006). *Principios de economía*. Madrid, España: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S. A. U.
- Otero, A. (2018). Obtenido de Researchgate: [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)
- Paredes, J. (2014). *Análisis de mercado para la importación de taxis marca Chery de origen chino*. Universidad de las Américas. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1410/1/UDLA-EC-TINI-2014-50.pdf>
- Prado, J. (2019). *Análisis del comportamiento de compra de marcas de vehículos chinos en la ciudad de Quito*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Ramales, M. (2013). *Economía internacional. Apuntes introductorios*. Málaga, España: Fundación Universitaria Andaluza.
- Regalado Pezúa, O., & Zapata, G. (2019). Segunda Transformacion. En *INVERSIÓN CHINA EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ LATINOAMERICANO* (pág. 10). Lima: Universidad ESAN.
- Retos Directivos. (10 de Diciembre de 2020). Obtenido de EAE Business School: <https://retos-directivos.eae.es/analisis-economico-y-financiero-de-una-empresa-diferencias/>

- Rivera, P. (2018). *Análisis del comportamiento de compra de vehículos chinos en la ciudad de Guayaquil*. Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de Especialidades empresariales, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9954/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-417.pdf>
- Rivera, P. (2018). Análisis del Comportamiento de Compra de Vehículos Chinos en la ciudad de Guayaquil. En R. G. Gregorio. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9954/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-417.pdf>
- Rizo, J. (2015). *Técnicas de Investigación Documental*. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/12168/1/100795.pdf>
- Rojas, J. (2007). El mercantilismo. Teoría, política e historia. *Revista Economía*, XXX (59-60), 77.
- Sánchez Galeas, F. (2016). *Análisis de las políticas arancelarias en la importación de automóviles durante los años 2013 – 2014*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1266/1/T-ULVR-1126.pdf>
- Sánchez, J. (14 de diciembre de 2019). *Cuotas de importación*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cuotas-de-importacion.html>
- Sánchez, M. (2020). *Aplicación de estrategia de competitividad en importaciones, aplicando regímenes aduaneros, para una empresa de venta de vehículos*. Machala: Universidad Técnica de Machala. Obtenido de [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15287/1/E-8778\\_MACIAS%20OYOLA%20SELENA%20ESTEFANIA.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15287/1/E-8778_MACIAS%20OYOLA%20SELENA%20ESTEFANIA.pdf)
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Quito. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2017-2021.compressed.pdf>

- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (Abril de 2017). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de Para Importar: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Soto, M. (2015). La industria automotriz en China: competitividad y perspectiva en el comercio internacional. *Orientando*, 4.
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de investigación científica*. México: Editorial Limusa.
- Weisson, I. (31 de mayo de 2016). *Confianza y seguro de crédito*. Obtenido de ¿Qué es y cómo se obtiene el certificado de origen?: <https://blog.confianza.com.ec/blog/como-obtiene-certificado-origen#:~:text=El%20certificado%20de%20origen%20es,cupos%2C%20obteni%C3%B3n%20de%20estad%C3%ADsticas%20comerciales.>

## ANEXOS

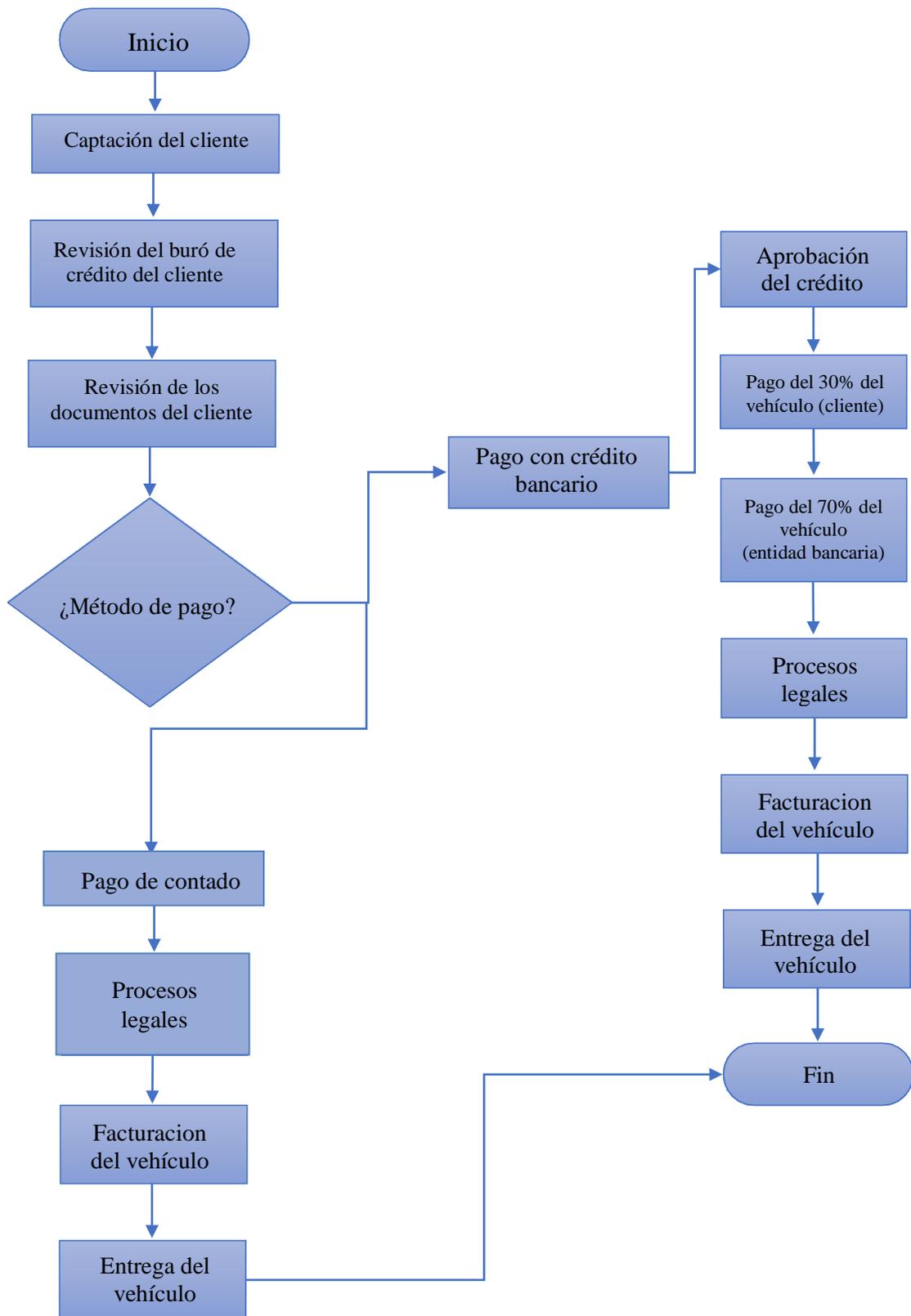
### Anexo 1 Proceso de Compra de GALARMOBIL S.A.



*Fuente: GALARMOBIL S.A.*

*Elaborado por: (Cuesta, F, 2021)*

Anexo 2 Proceso de Comercialización GALARMOBIL, S.A



Fuente: GALARMOBIL S.A.

Elaborado por: (Cuesta, F,2021)

## **CURRICULUM VITAE**

Nombres: Richard Orlando

Apellidos: Macías León

Cedula de identidad: 0910413863

Teléfono: 0986729822

Correo electrónico: orlandomaciasleon@yahoo.com

### **Formación académica**

Universidad: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Título obtenido: MBA

Periodo de estudio: junio 2013 - diciembre 2015

Universidad: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Título obtenido: Ingeniero en administración de ventas

Periodo de estudio: mayo 2005 - junio 2010

Instituto ESCA

Título obtenido: Tecnólogo en Marketing

Periodo de estudio: Feb 1992 - Jul 1995

### **Conocimientos**

Inglés: al 70%

Office: Manejo Básico

Conocimientos básicos de mecánica automotriz, alta negociación y procesos de crédito

### **Experiencia profesional** (tres últimas)

**Nombre de la empresa:** GALARMOBIL S.A.

**Cargo ocupado:** Gerente de línea en Corporación Galarza Autogalarza

**Periodo laborado:** mayo 2021 – hasta la fecha

**Actividades desarrolladas:**

- Elaboración del proyecto para introducción nuevas líneas de furgonetas
- Establecer la relación con las fábricas sugeridas, establecer la representación local de las marcas propuestas
- Convenio de precios CIF o FOB, negociar descuentos por introducción de marcas
- Concretar la estructura de precios con los márgenes esperados por el directorio (establecer el punto de equilibrio y la línea de tiempo para ver la utilidad de la propuesta)
- Oferta del plan de negocio local (ventas directas con locales propios y dealers, desarrollo de red de concesionarios)
- Reconocimiento y estudio de estadísticas de mercado
- Elección de proveedores
- Revisión de procesos de homologación de modelos
- Capacitación a equipos de venta

**Nombre de la empresa:** GRUPO SOYODA

**Cargo ocupado:** Gerente de línea Camiones y Maquinaria

**Periodo laborado:** septiembre 2020 – abril 2021

**Actividades desarrolladas:**

- Elaboración del proyecto para introducción nuevas líneas de camiones y maquinaria
- Crear la relación con las fábricas sugeridas, establecer la representación local de las marcas propuestas
- Configuración de modelos maquinarias y camiones adaptados a nuestro mercado
- Acuerdo de precios CIF o FOB, negociar descuentos por introducción de marcas
- Definir la estructura de precios con los márgenes esperados por el directorio (establecer el punto de equilibrio y la línea de tiempo para ver la utilidad de la propuesta)
- Propuesta del organigrama de la compañía que maneja la línea de maquinarias y camiones
- Comité de selección de personal para el proyecto

- Propuesta del plan de negocio local (ventas directas con locales propios y dealers, desarrollo de red de concesionarios)
- Elaboración del FORECAST
- Propuesta del negocio financiero, estructurar el departamento de crédito para ventas directas y compra de cartera sobre las ventas de los concesionarios
- Revisión y análisis de estadísticas de mercado
- Presentación del plan para desarrollo de la posventa (propuesta de certificación Cummins)
- Plan de marketing propuesta de estrategias
- Capacitación a equipos de venta
- Manejo de clientes corporativos y plan de trabajo para ingresar al sector público
- Selección de proveedores (tolvas, furgones y carrocerías para bus)
- Revisión de procesos de homologación de modelos
- Proyecciones de venta
- Manejo administrativo de la compañía importadora de la línea de camiones y maquinaria

**Nombre de la empresa:** NEOHYUNDAI S.A.

**Cargo ocupado:** Gerente nacional de ventas Camiones y Buses HYUNDAI

**Periodo laborado:** Nov 2015 – Sep. 2020

**Actividades desarrolladas:**

- Manejo y desarrollo de distribuidores de Camiones y Buses HYUNDAI a nivel nacional
- Control de políticas de distribución
- Monitoreo de facturación de concesionarios (retail)
- Revisión y análisis de estadísticas de mercado
- Planeación
- Propuesta de estrategias, trabajo conjunto con marketing (enfoque al retail)
- Desarrollo de nuevos distribuidores
- Capacitación a equipos de venta
- Supervisión de los showrooms (lugares de exhibición)
- Logística de entrega de unidades

- Propuesta de eventos en las zonas de trabajo
- Acompañamiento en negociaciones a clientes corporativos
- Captar posibles negocios del mercado de camiones y buses, asignación a distribuidores según la zona o provincia
- Selección de proveedores (tolvas, furgones y carrocerías para bus)
- Comité de configuración de nuevos modelos
- Manejo de la estructura de precios
- Establecer márgenes, precios de distribuidor y PVP
- Elaboración de pedidos a fábrica según demanda y análisis de competencia
- Revisión de procesos de homologación de modelos
- Control de cartera
- Proyecciones de venta
- Elaboración de business plan anual
- Atención a visitas de fábrica

**Anexo 4:** *Resumen Curricular Sr. Cedeño Castañeda Ivan Joshua*

**CURRICULUM VITAE**

Nombres: Iván Joshua

Apellidos: Cedeño Castañeda

Cedula de identidad: 0912526597

Teléfono: 0988877704

Correo electrónico: icedeño87@gmail.com

**Formación académica**

Universidad: Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Título obtenido: MBA

Periodo de estudio: 2017- 2019

Universidad: Universidad Internacional de Ecuador

Título obtenido: Lcdo. en Negocios Internacionales

Periodo de estudio: 2007- 2011

**Conocimientos**

Excel avanzado

Ingles avanzado

Office intermedio

**Experiencia profesional** (tres últimas)

**Nombre de la empresa:** MAXDRIVE S.A.

**Cargo ocupado:** Gerente comercial región costa

**Periodo laborado:** noviembre 2020 – hasta la fecha

**Actividades desarrolladas:**

- Comercializar unidades (camiones) marca FREIGHTLINER y WESTERN STAR, negocios corporativos.
- Dirigir, supervisar y dar apoyo al equipo de ventas
- Diseñar actividades comerciales, planes de acción y contingencia.

- Crear y mantener cartera de clientes.
- Repartir zonas de trabajo, separar tipos de cliente o negociación.
- Administrar zonas de trabajo (Guayas, Manabí, El Oro, Los Ríos, Azuay).
- Organizar eventos de exhibición, charlas técnicas, pruebas de manejo en zonas asignadas (coordinar acciones con departamento de marketing).
- Control de competencia (precios, forma de pago, ventajas y desventajas, manejo de objeciones, etc.)
- Enlace con sistema financiero
- Filtrar controlar procesos de crédito
- Evaluar rendimiento del equipo.
- Elaboración de presupuesto de venta región Costa (proyección ventas año)
- Evaluación trimestral del presupuesto
- Sugerir unidades a configurar o importar

**Nombre de la empresa: GALARMOBIL S.A.**

**Cargo ocupado:** Jefe de ventas

**Periodo laborado:** diciembre 2015 - octubre 2020

**Actividades desarrolladas:**

- Crear y mantener cartera de clientes.
- Comercializar línea de vehículos CHERY
- Organizar eventos de exhibición, charlas técnicas, pruebas de manejo en zonas asignadas (sugerir uso de herramientas de marketing).
- Control de competencia (precios, forma de pago etc.)
- Recopilación de documentos y análisis inicial de carpetas para procesos de crédito.
- Control de cartera de pagos (eventualmente).

**Nombre de la empresa: MAQUINARIAS Y VEHÍCULOS S.A.**

**Cargo ocupado:** Asesor comercial

**Periodo laborado:** septiembre 2012 - noviembre 2015

**Actividades desarrolladas:**

- Crear y mantener cartera de clientes.
- Comercializar línea de camiones de trabajo y buses marca HINO
- Comercializar línea de buses marca HINO (venta a cooperativas de pasajeros)

- Administrar zonas de trabajo (Manabí, Azuay y Guayas, visita física zonas de trabajo).
- Organizar eventos de exhibición, charlas técnicas, pruebas de manejo en zonas asignadas (sugerir uso de herramientas de marketing).
- Control de competencia (precios, forma de pago etc.)
- Recopilación de documentos y análisis inicial de carpetas para procesos de crédito.
- Control de cartera de pagos (eventualmente).
- Elaboración de presupuesto (proyección de ventas de próximo año)

## **CURRICULUM VITAE**

Nombres: Silvio Rene

Apellidos: Marañon Sotomayor

Cedula de identidad: 0906183587

Teléfono: 0958701203

Correo electrónico: silmarsot1@hotmail.com

### **Formación académica**

Universidad: Universidad Estatal de Milagro

Título obtenido: Economista

Periodo de estudio: 2002 - 2008

Registro Nacional Colegio Contadores del Ecuador

Título obtenido: CBA

### **Conocimientos**

Excel avanzado

Office intermedio

### **Experiencia profesional** (tres últimas)

**Nombre de la empresa:** GALARMOBIL S.A.

**Cargo ocupado:** analista financiero / contador

**Periodo laborado:** 2012 – hasta la fecha

#### **Actividades desarrolladas:**

- Analizar los datos financieros de la empresa
- Preparación de informes financieros
- Evaluar las alternativas posibles para maximizar los beneficios de la empresa
- Elaborar planes de inversión: verificación de rendimientos, precio, costos
- Dar seguimiento a las inversiones o proyectos realizados
- Elaboración de herramientas financieras: VAN, TIR, PayBack
- Estimar los niveles de rentabilidad, endeudamiento y liquidez de la empresa
- Elaboración de estados financieros y ratios

- Preparación de flujos de efectivo
- Presentación de documentos a las entidades de regulación: SRI, SUPERCIAS, INEC

**Nombre de la empresa: Miglia Motors S.A.**

**Cargo ocupado:** contador

**Periodo laborado:** 2001 - 2011

**Actividades desarrolladas:**

- Elaboración de estados financieros
- Realización de informes financieros
- Brindar asesoramiento financiero y tributario
- Evaluar una correcta administración de recursos financieros
- Control de ingresos y gastos de la empresa y sus subsidiarias
- Ejecutar auditorías de manera imprevista para evaluar una correcta ejecución de los procesos
- Verificar que los documentos contables (facturas, notas de crédito, cheques) se encuentren debidamente respaldados
- Mantener actualizada la contabilidad con las normas vigentes de tributación
- Declaración de impuestos a entes reguladores
- Supervisar el manejo adecuado de programa contable
- Control de la mercadería importada
- Liquidar costos de operación de importación

**Nombre de la empresa: MAGNALUM S.A.**

**Cargo ocupado:** contador

**Periodo laborado:** 1995 - 1999

**Actividades desarrolla:**

- Control de producción y costos
- Elaboración de inventarios
- Coordinar pagos de: proveedores, nómina y servicios básicos
- Preparación de presupuestos
- Administración de recursos financieros
- Informar sobre las compras, ventas, obligaciones e inversiones realizadas
- Preparar las declaraciones tributarias
- Mantener en la contabilidad de la empresa en concordancia de las leyes vigentes
- Dar seguimiento a las obligaciones tributarias: pagos de impuestos, seguro social, pensiones, entre otros.
- Preparación de estados financieros
- Aconsejar al directorio para una tomada de decisiones acertada

## Entrevista

### Entrevistado: Richard Macias

#### 1. ¿Cuáles son los requisitos para que una empresa se dedique a la importación de vehículos?

Que la empresa en cuestión registre como actividad económica la importación y distribución de vehículos (con todo lo que esto implica)

Que se registren los productos a importar entre los artículos permitidos para la misma según las leyes locales

Que se cumpla con los pasos previos como asegurar la mercadería

Si se posee la capacidad económica la principal ventaja es poder fijar una utilidad mayor dentro del margen de contribución, es decir que al poder realizar una venta “retail” la ganancia será mayor que si tenemos un proveedor local

#### 2. ¿Cómo es el proceso para la importación de vehículos?

Debe existir un paso previo muy importante que consiste en la decisión de una persona natural o el directorio de una empresa

Este es el motivo para importar ya sea por necesidad particular o la intención de montar un negocio de importación y venta

En el caso del sector automotriz se debe armar un plan de negocios coherente con las tendencias de mercado, el sector automotriz es altamente competitivo, si el posible importador no cuenta con un estudio previo puede fracasar

Lo primero es escoger una marca que posea configuraciones acordes con el resultado del estudio, establecer el contacto con el fabricante y cotizar los modelos, la cotización debe partir de del precio FOB (El valor FOB es el valor de la mercancía puesta a bordo de un transporte marítimo, el cual abarca tres conceptos: costo de la mercancía en el país de origen, transporte de los bienes y derechos de exportación)

Una vez obtenido este precio que la base de la estructura del precio debemos incluir todos los costos que intervienen (flete marítimo, pólizas de seguro, costos financieros, cargas impositivas) a esto debemos sumar el margen esperado y fijar un PVP.

Una vez seguros de la “factibilidad” del negocio y que podemos justificar la intención de la compañía debemos regularizar todo lo necesario para poder operar

Debemos modificar el RUC de acuerdo a la ley y este debe mencionar expresamente la palabra “importador” junto con otros requisitos como “comercialización”, servicio posventa y repuestos que respalden los vehículos a importar

Con respecto a los vehículos debemos solicitar a fabrica todas las certificaciones necesarias para poder homologar los vehículos y que estos cumplan con las normativas locales para el uso o servicio que las unidades puedan brindar

Se deben crear las subcategorías correspondientes para que se fijen los valores de cargas impositivas o tributos que según la ley debe pagar cada modelo a importar

Debemos tener un agente afianzado que nos debe ayudar con todo lo necesario desde la apertura de un TOKEN con firma electrónica que es requisito fundamental para poder obtener información oficial de aduanas y firmar toda la documentación que una importación demanda

El agente afianzado se encargará de todo lo necesario para el desembarco, almacenaje y nacionalización de los vehículos

### **3. ¿Cuáles son las ventajas de la importación de vehículos para una empresa?**

Si se posee la capacidad económica/financiera la principal ventaja es poder fijar una utilidad mayor dentro del margen de contribución, es decir que al poder realizar una venta “retail” la ganancia será mayor que si tenemos un proveedor local

La resultante de lo anterior es que se mejora la competitividad

La importación permite estar al día y de primera mano con las mejoras tecnologías de los fabricantes del exterior

### **4. ¿Cuáles son las dificultades de la importación de vehículos para una empresa?**

Fuera de que necesariamente se tiene que tener capacidad económica y financiera las no es difícil importar artículos en el Ecuador

Los requisitos están ligados a la actividad económicas descritas en el RUC

Para el importador lo que si existen son desventajas como las altas cargas impositivas (aranceles) con la que se graban los productos y que restan competitividad

### **5. ¿Usted conoce cuantas importadoras de vehículos existen en el sector?**

La mayoría de las empresas que comercializan vehículos importan los mismos, son pocas las empresas ensambladoras y estas lo hacen compartes importadas ya que localmente no existe una fábrica con la tecnología necesaria para la fabricación local

En términos de indicar la procedencia de un vehículo se la considera “industria nacional” por el hecho de ser ensamblado localmente pero el 81% de sus partes serán importadas

**6. ¿Cuál es su opinión sobre la empresa GALARMOBIL y la comercialización de vehículos marca Chery en Guayaquil? ¿Considera rentable que la empresa incursione en la importación de vehículos?**

El volumen de ventas de GALARMOBIL hoy por hoy ya es muy alto, es decir que su capacidad de ventas ya abastece en gran proporción el mercado local de Guayaquil, por ende, ya se justifica que participe con una marca propia y que mejore su margen de contribución importando y ejecutando ventas retail.

Adicional a eso empezar con un plan de sub distribuidores o “delaers” que se encarguen de la cobertura a “nivel nacional” es lo más conveniente para la introducción de una nueva marca.

## Entrevista

### Entrevistado: Ivan Cedeño

#### 1. ¿Cuáles son los requisitos para que una empresa se dedique a la importación de vehículos?

Para comenzar es necesario definir que importar es el acto de ingresar legalmente productos o servicios de origen extranjero al país, para que la acción se realice de una forma legal será necesario cumplir con los requisitos y las obligaciones tributarias definidas según el régimen de importación asignado. Una importación la puede realizar tanto una persona natural como una persona jurídica.

Los requisitos elementales para que una empresa pueda comenzar con los procesos de importación son:

- RUC registrado como importador
- Copia de cédula a color del representante legal (documento digitalizado)
- Nombramiento vigente del representante legal (documento digitalizado)
- Obtención del certificado digital para firma electrónica (TOKEN)
- Registro de la empresa importadora en el sistema ECUAPASS
- Será necesario contar con los servicios de un agente de aduana para los tramites de desaduanización
- El vehículo debe ser nuevo, es decir debe corresponder al año en que se realiza la importación.
- Póliza de seguro de aduana
- Póliza de seguro de transporte
- Factura
- Documento Embarque
- Lista de carga
- Número de identificación del motor
- VIN (Número de identificación vehicular)
- Color del vehículo
- El modelo de vehículo debe tener norma INEN

-Se debe registrar todos los modelos a importar en el SRI para que le designen un código o Sub categoría

-Registrar las partidas de los modelos de vehículos a importar en el MIPRO

## **2 ¿Cómo es el proceso para la importación de vehículos?**

El proceso de importación de un vehículo para una persona jurídica inicia con:

-Revisión de las restricciones que tiene el producto que desea importar, en este caso deberá revisar si existe alguna restricción en el tipo de vehículo a importar, para aquello se necesita la subpartida específica.

-Efectuar el trámite de homologación de los vehículos, en este paso los vehículos importados deberán cumplir con normas de calidad establecidas por la INEN. El reglamento sirve para establecer requisitos, disposiciones administrativas y procedimientos aplicables para la obtención del certificado único de homologación vehicular, aplica para automotores importados, ensamblados o fabricados en el país.

-Realizar el contrato respectivo con el vendedor, este paso es de gran importancia porque aquí se determinarán términos, condiciones y la partida arancelaria a utilizar. Normalmente la partida arancelaria mayormente utilizada es FOB, ya que favorece a ambas partes pues el comprador puede controlar los costos de transporte, seguro y trámites aduaneros, y el vendedor únicamente asume la responsabilidad de embarcar la mercadería en el buque.

-Cuando la mercadería llega al puerto de destino el agente afianzado se debe encargar del trámite de desaduanización, esto quiere decir que es responsable de transmitir la declaración aduanera de importación.

-Para que los vehículos puedan salir de la aduana será necesario pagar los tributos generados, estos son: AD-VALOREM, FODINFA, ICE, IVA.

## **3 ¿Cuáles son las ventajas de la importación de vehículos para una empresa?**

Mediante cualquier tipo de importación se está generando un impulso productivo para el país. Un país importa cuando el costo de la producción de un bien es más elevado que su misma importación. Otra ventaja es que se

genera una mayor competitividad en el mercado, lo cual incentiva al consumidor a adquirir bienes de larga duración. Además, genera variedad de opciones en el mercado, esto favorece al consumidor final.

Por otro lado, la empresa también resulta beneficiada si se dedica a la importación y comercialización directa de vehículos, debido a que su margen de utilidad tiende al alza. Incluso puede organizar su stock de mercadería sin depender de terceros.

**4 ¿Cuáles son las dificultades de la importación de vehículos para una empresa?**

Todo proceso tiene su grado de complejidad, en el caso de la importación de vehículos resultan un poco largo los procesos de tramitación. En estos se incluye: el RUC, el registro en ECUAPASS y la homologación de los vehículos. Este último es el que más peso tiene pues si los vehículos no cumplen con los estándares de calidad, no se podrá iniciar la importación.

También se debe tener en cuenta los tiempos que demora cada proceso; en general, las importaciones saben tener retrasos debido a que depende de factores externos como: restricciones temporales en el país de origen, problemas con el transporte, fenómenos naturales, intereses políticos, entre otros.

Otro punto importante es la carga arancelaria que tienen los vehículos en Ecuador, las cargas arancelarias pueden llegar a ocupar el 60% del costo del vehículo. Actualmente el AD-VALOREM y el ICE son porcentajes que varían según el tipo de bien o servicio que se importe, el rango es desde el 5 al 35%. A pesar de esto se ha presentado un buen precedente, que son los Tratados de Libre Comercio realizados con la Unión Europea.

**5 ¿Usted conoce cuantas importadoras de vehículos existen en el sector?**

El mercado es amplio, existe una buena competencia por el motivo de la mejor calidad y mayor accesibilidad a los vehículos de origen chino.

**6 ¿Cuál es su opinión sobre la empresa GALARMOBIL y la comercialización de vehículos marca Chery en Guayaquil? ¿Considera rentable que la empresa incursione en la importación de vehículos?**

Con el transcurso de los años Galarmobil ha sido una empresa que ha sobrevivido a ciertas situaciones fuertes en el ámbito del comercio de vehículos, una de ellas fue cuando se establecieron cupos a la importación y otra fue la pandemia global, este excelente manejo de escenarios responde a las estrategias gerencial adecuadas y la buena acogida que han tenido los automóviles Chery. Teniendo esto en cuenta considero que Galarmobil está más que preparado para incursionar en el mundo de la importación. Aunque también es necesario, un análisis financiero.

## Entrevista

### **1. ¿Cuáles son los requisitos para que una empresa se dedique a la importación de vehículos?**

Un requisito importante para que una empresa decida comenzar sus actividades como importadora es realizar un estudio de mercado para garantizar la viabilidad del proyecto.

Los requisitos principales para importar son:

Ser una empresa consolidada como importadora de vehículos, esto significa que en las actividades descritas en Certificado del RUC conste la importación como una de las actividades económicas principales.

Ser representante de la marca de vehículos que se va importar, es necesario un contrato donde se detallen los acuerdos entre el proveedor y el comprador.

Otros de los requisitos para importar es la homologación de los vehículos con los parámetros del INEN (Servicio Ecuatoriano de Normalización).

Además, por lo general este tipo de importaciones a gran escala son manejadas con créditos bancarios, por ello es necesario que el banco prestamista emita una carta donde indica que se hará responsable de las obligaciones financieras entre el comprador y el fabricante.

### **2. ¿Cómo es el proceso para la importación de vehículos?**

El proceso comienza con la orden de pedido al fabricante de vehículos, donde se indica modelo, motor, capacidad y la cantidad requerida, por lo general los fabricantes exigen un monto mínimo de vehículos para comenzar las negociaciones.

El segundo paso es realizar la homologación respectiva de los automóviles, este paso es necesario si la marca de vehículos que se va a importar es nueva en el país. En este proceso será necesario cumplir con las normas del INEN para que la Agencia Nacional de Tránsito realice la verificación respectiva.

El tercer paso es la nacionalización de los vehículos, esto ocurre inmediatamente los carros desembarcan del buque, para esto se deben de cancelar los aranceles. Para trasladar los vehículos a la concesionaria o patio vehicular donde vayan a estar se debe contratar un seguro y un camión de transporte (también conocido como

niñera o nodriza). En el caso que los vehículos aun no vayan a salir de la aduana se deberá pagar un valor bodegaje.

**3. ¿Cuáles son las ventajas de la importación de vehículos para una empresa?**

La ventaja de ser importador directo se percibe en el margen de contribución, ya que este se vuelve más elevado cuando se vende directamente al consumidor final.

**4. ¿Cuáles son las dificultades de la importación de vehículos para una empresa?**

Los procesos de homologación pueden tener algunos obstáculos, esto se debe a que hay que cumplir con normas de calidad establecidas por el organismo técnico nacional INEN. Para aquello se necesita una muestra del tipo de vehículo que se va importar. En el caso que se deban hacer mejoras se tiene que comunicar a la fábrica para que se puedan hacer las adaptaciones correspondientes. Este proceso puede llegar a tomar varias semanas.

Por el momento las cargas arancelarias también generan cierto tipo de inconveniente al ser muy elevadas, pero este es un problema que se espera minimizar por los convenios internacionales que se están dando.

**5. ¿Usted conoce cuantas importadoras de vehículos existen en el sector?**

En el sector automotriz existen fuerte competencia, especialmente en vehículos chinos.

**6. ¿Cuál es su opinión sobre la empresa GALARMOBIL y la comercialización de vehículos marca Chery en Guayaquil? ¿Considera rentable que la empresa incursione en la importación de vehículos?**

Es importante reconocer que la marca Chery en el transcurso de los años ha ido mejorando la calidad de sus productos, esto ha permitido que el mercado se haya afianzando a la marca y su demanda haya aumentado. Incluso las entidades financieras brindan mayores oportunidades de crédito para la adquisición de un vehículo de origen chino. Su posición en el mercado ha ido aumentando tanto que hoy en día logra competir con marcas reconocidas como CHEVROLET, KIA, HYUNDAI, entre otras.

Respecto a Galarmobil, es una empresa que tiene aproximadamente 10 años en el sector automotriz pero su crecimiento ha sido continuo, esto es debido a la buena aceptación de la marca en el mercado local y el buen manejo de ventas por parte de la gerencia ejecutiva. La estabilidad que presenta la empresa da una buena pauta para que Galarmobil incursione en procesos de importación directa, donde los beneficios percibidos por la empresa serían mayores.