

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DE LA IMPORTACIÓN DE AUTOS ENSAMBLADOS EN
ALEMANIA Y SU IMPACTO EN EL MERCADO ECUATORIANO.**

DAVID ALEJANDRO PARRA SANDOVAL

DIRECTOR: MBA JUAN CARLOS LATORRE OVIEDO

**ESTRATEGIA DEL SECTOR EMPRESARIAL PRIVADO Y PÚBLICO EN EL
MERCADO LOCAL Y GLOBAL**

QUITO, DICIEMBRE – 2023

Director

MBA JUAN CARLOS LATORRE

Lector

MBA MARIANO MERCHÁN FOSSATI

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado con profundo agradecimiento a mi madre, Marieta Sandoval, mi hermano, Fernando Sandoval, y mi abuela, Graciela Aya. Su apoyo incondicional ha sido la fuerza que me ha impulsado a alcanzar esta etapa crucial en mi vida. Es necesario destacar el papel invaluable de mi madre, quien ha sido la principal persona de mi vida al brindarme todo lo necesario para estudiar y completar esta etapa. A mi hermano, Fernando, le agradezco por su constante protección y amor, y a mi abuela, Graciela, por cuidarme a lo largo de mi vida.

No puedo pasar por alto expresar mi gratitud a todas las personas que han sido parte de mi vida y que han contribuido con sus experiencias valiosas a lo largo de mi trayectoria universitaria. A todos ellos, mi más sincero agradecimiento por ser parte esencial de mi viaje académico y personal.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos quienes han contribuido en impartirme conocimientos y experiencias para poder concluir mi etapa de estudios universitarios que estoy próximo a terminar.

También a mi madre por darme la oportunidad de estudiar esta carrera universitaria. A mi familia que siempre han estado apoyándome incondicionalmente en todos las etapas y logros de mi vida.

Además, agradezco a todos los docentes y tutores por haberme enseñado todo lo necesario durante mi etapa universitaria, por su paciencia, conocimiento y su tiempo que me han permitido elaborar mi trabajo de titulación.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	x
ANTECEDENTES	1
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	2
OBJETIVOS	2
Relevancia del estudio	3
DISEÑO METODOLÓGICO.....	4
1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	7
1.1 Terminología y procesos del sector automotriz	7
1.2 Cadena de valor.....	8
1.3 PESTEL	9
1.4 Fuerzas de Porter	11
1.5 Análisis FODA.....	12
1.6 Investigación de mercado	13
1.7 Análisis de la oferta.....	14
1.8 Análisis de la demanda	14
2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	16
2.1 Cadena de valor.....	16
2.2 PESTEL	24
2.3 Fuerzas de Porter	31
2.4 Matriz FODA.....	40
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	50

3.1	Entrevistas	50
3.2	Observación Páginas Web	71
3.3	Encuestas y Resultados	91
4.	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA.....	113
4.1	Análisis de la competencia	113
4.1.1	Oferta marcas alemanas	113
4.1.2	Oferta Mercado Automotriz del País.....	118
4.2	Análisis de los consumidores	120
4.2.1	Demanda Mercado Automotriz del País	121
4.2.2	Demanda de Marcas Alemanas	122
4.3	Factores clave.....	126
4.3.1	Recomendaciones generales.....	126
4.3.2	Factores de Importación y Comercialización de Vehículos Alemanes	128
4.3.3	Impacto de Importar un Carro Alemán a Ecuador	132
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	138
	CONCLUSIONES	138
	RECOMENDACIONES.....	139
	BIBLIOGRAFÍA	141
	ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Propuesta de Diseño Metodológico</i>	4
Tabla 2 <i>Esquema de recolección de datos</i>	5
Tabla 3 <i>Matriz E.F.E</i>	37
Tabla 4 <i>Matriz E.F.I</i>	38
Tabla 5 <i>Matriz Análisis FODA</i>	48
Tabla 6 <i>Focus Group</i>	57
Tabla 7 <i>Observación concesionarios alemanes.</i>	90
Tabla 8 <i>Precio importación vehículo alemán</i>	128

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Cadena de valor de Michael Porter (Dynamic, s.f.)</i>	9
Figura 2 <i>Matriz PESTEL (Escuela Británica de artes creativas y tecnología, 2023)</i>	10
Figura 3 <i>Fuerzas de Porter (FINACOTECA, s.f.)</i>	12
Figura 4 <i>Análisis FODA (ANTEVENIO, 2021)</i>	13
Figura 5 <i>Precio de la gasolina en Ecuador, año 2023.</i>	21
Figura 6 <i>Resumen Cadena de Valor de Porter.</i>	23
Figura 7 <i>Resumen Análisis PESTEL.</i>	31
Figura 8 <i>Resumen Matriz FODA.</i>	47
Figura 9 <i>Página Web Mercedes Benz.</i>	72
Figura 10 <i>Modelo de autos Mercedes Benz.</i>	72
Figura 11 <i>Categorías en página web Mercedes Benz.</i>	73
Figura 12 <i>Oferta de vehículos de Mercedes Benz.</i>	73
Figura 13 <i>Contacto página web Mercedes Benz.</i>	74
Figura 14 <i>Redes sociales página web Mercedes Benz.</i>	74
Figura 15 <i>Página web Opel.</i>	75
Figura 16 <i>Modelo de autos Opel.</i>	75
Figura 17 <i>Servicio Post Venta página web Opel.</i>	76
Figura 18 <i>Redes de contacto Opel.</i>	76
Figura 19 <i>Links redes sociales Opel.</i>	77
Figura 20 <i>Links información adicional Opel.</i>	77
Figura 21 <i>Página web BMW.</i>	78
Figura 22 <i>Modelo de autos BMW.</i>	78

Figura 23 <i>Modelo de autos BMW</i>	79
Figura 24 <i>Configuración vehículo BMW</i>	79
Figura 25 <i>Servicios post-venta BMW</i>	80
Figura 26 <i>Accesorios BMW</i>	80
Figura 27 <i>Link redes sociales BMW</i>	81
Figura 28 <i>Links experiencias BMW</i>	81
Figura 29 <i>Página Web Volkswagen</i>	82
Figura 30 <i>Modelo de autos Volkswagen</i>	82
Figura 31 <i>Cotizaciones página web Volkswagen</i>	83
Figura 32 <i>Links Test Drive</i>	83
Figura 33 <i>Servicios y mantenimientos página web</i>	84
Figura 34 <i>Localizaciones concesionarios Volkswagen</i>	84
Figura 35 <i>Contactos de la página web</i>	85
Figura 36 <i>Link redes sociales página web</i>	85
Figura 37 <i>Página Web Audi</i>	86
Figura 38 <i>Modelos autos Audi</i>	86
Figura 39 <i>Electromovilidad página web Audi</i>	87
Figura 40 <i>Configuración vehículos Audi</i>	87
Figura 41 <i>Información concesionarios página web Audi</i>	88
Figura 42 <i>Más sobre Audi</i>	88
Figura 43 <i>Contactos y localizaciones de concesionarios Audi</i>	89
Figura 44 <i>Link eventos sociales Audi</i>	89
Figura 45 <i>Link redes sociales página web Audi</i>	90
Figura 46 <i>Rango de edades encuesta</i>	92
Figura 47 <i>Géneros de encuesta</i>	92
Figura 48 <i>Ciudades de encuesta</i>	93
Figura 49 <i>Dificultades de compras</i>	93
Figura 50 <i>Nivel de satisfacción de autos alemanes</i>	94
Figura 51 <i>Satisfacción con la red de distribución de carros alemanes</i>	95
Figura 52 <i>Marca de autos encuestas</i>	95
Figura 53 <i>Modelos de carros alemanes de encuesta</i>	96
Figura 54 <i>Año de los carros alemanes</i>	96
Figura 55 <i>Donde compraron su vehículo alemán</i>	97
Figura 56 <i>Satisfacción con el vehículo actual</i>	97

Figura 57 <i>Satisfacción con servicios post-venta y de mantenimiento.</i>	98
Figura 58 <i>Mejoras de los servicios post-venta.</i>	98
Figura 59 <i>¿Volvería a comparar el vehículo alemán?</i>	99
Figura 60 <i>Uso principal del vehículo alemán.</i>	99
Figura 61 <i>Percepción sobre los autos alemanes.</i>	100
Figura 62 <i>Calidad – Precio de los autos alemanes.</i>	100
Figura 63 <i>Impacto de la importación de autos alemanes en la economía.</i>	101
Figura 64 <i>Precios accesibles para el pueblo ecuatoriano.</i>	101
Figura 65 <i>Importación de autos alemanes y su impacto.</i>	102
Figura 66 <i>Políticas de importación de vehículos.</i>	102
Figura 67 <i>Regulaciones actuales para la importación de autos alemanes.</i>	103
Figura 68 <i>Más restricciones para la importación de autos alemanes.</i>	104
Figura 69 <i>Los autos alemanes en comparación a otras marcas de vehículos.</i>	104
Figura 70 <i>Variedad de marcas y modelos de carros alemanes en el mercado ecuatoriano.</i>	105
Figura 71 <i>Factores importantes para comprar un vehículo.</i>	106
Figura 72 <i>Intención de comprar un auto en un futuro cercano.</i>	106
Figura 73 <i>Presupuesto estimado para adquirir un vehículo.</i>	107
Figura 74 <i>Como se financiaría la compra de su vehículo.</i>	107
Figura 75 <i>Marcas confiables de vehículos.</i>	108
Figura 76 <i>Preferencias para comprar un vehículo.</i>	108
Figura 77 <i>Tiempo empleado para tomar una decisión de compra.</i>	109
Figura 78 <i>Preferencias de recibir información sobre vehículos.</i>	109
Figura 79 <i>¿Considerarías comprar un vehículo eléctrico o híbrido?</i>	110
Figura 80 <i>Importación de combustibles e impacto ambiental.</i>	110
Figura 81 <i>¿Considerarías comprar un vehículo usado?</i>	111
Figura 82 <i>Preocupaciones para adquirir un vehículo.</i>	112
Figura 83 <i>Cuadro top 10 marcas con más presencia y más ventas en Ecuador.</i>	117
Figura 84 <i>Cuadro porcentaje de participación y unidades vendidas marcas alemanas.</i>	121
Figura 85 <i>Buyer Persona.</i>	124
Figura 86 <i>Customer Journey.</i>	124
Figura 87 <i>Emisiones de CO2 en Alemania</i>	133
Figura 88 <i>Emisiones de CO2 en Ecuador</i>	134

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio aborda de manera integral el mercado automotriz ecuatoriano, destacando la presencia y estrategias de marcas alemanas en comparación con otras marcas internacionales y locales.

Se evidencia un mercado competitivo y dinámico con un crecimiento notable en la demanda de vehículos sostenibles como híbridos y eléctricos.

El presente estudio de titulación comprende cuatro capítulos en los que se analizan las importaciones de autos ensamblados en Alemania y su impacto en el mercado ecuatoriano.

En el primer capítulo se recopila todos los modelos teóricos y conceptos que se aplicarán y se desarrollarán a lo largo del estudio, tiene el objetivo de fundamentar con bases sólidas las investigaciones y proporcionar confianza y facilitar la comprensión del lector.

En el segundo capítulo se proporciona un panorama más claro sobre la situación actual de la industria automotriz local, en donde se analiza de forma micro y macro todas aquellas fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en relación con el presente estudio.

En el tercer capítulo se aplican todos los métodos de recopilación de información desde investigación cualitativa y cuantitativa, además se incluyen entrevistas a expertos del sector, observación y encuestas. La información recolectada es relevante para la determinación de la oferta y demanda de los vehículos presentes en el país.

En el cuarto capítulo se analiza toda aquella información recolectada a lo largo del capítulo tres, con el objetivo de establecer la oferta y demanda del mercado automotriz ecuatoriano y establecer factores clave para el desarrollo y mejora del sector.

Para finalizar el estudio se presentan las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

En el año 2016 Ecuador firmó el acuerdo comercial con la Unión Europea con el objetivo de mejorar el comercio y la relación entre ambas partes, como consecuencia de este acuerdo se obtendrían beneficios, como la reducción de aranceles en el comercio entre ambas partes, lo que haría mucho más accesible.

En Ecuador, dentro de los últimos años, el sector automotriz ha enfrentado graves problemas en cuanto a la producción. Esto se debió a que las ensambladoras nacionales experimentaron considerables reducciones en la productividad, esto se dio gracias a la eliminación de aranceles a vehículos importados y, en consecuencia, ocasionó que los vehículos importados sean comercializados a más bajos costos, provocando así, que el comportamiento de los consumidores cambie, eligiendo así otras alternativas de vehículos importados.

Actualmente, el sector automotriz y su industria es una de las más importantes a nivel mundial, por lo que significa que, tener un automóvil no es un lujo, es una necesidad. Al final del año 2022, las concesionarias de Ecuador vendieron aproximadamente 134.309 vehículos, según la Cámara de la Industria Automotriz. Esto significa que el sector automotriz creció 16% más con respecto al año 2021. (AEADE, 2022)

En Latinoamérica la industria automovilística y el ensamblaje de los automóviles es muy importante para la economía de los países. Sin embargo, la falta de tecnología, y conocimientos adecuados ha llevado a que la fabricación de vehículos se perciba como de mala calidad, lo que hace que los ecuatorianos prefieran confiar e invertir en automóviles ensamblados en Europa, Japón o Estados Unidos.

El sector automotriz aporta con grandes ventajas para el país en donde se produce, permite generar procesos estratégicos que faciliten en la cadena industrial, facilita la obtención de ventajas empresariales y la reducción de costos operativos.

Para Ecuador el sector automotriz representa un gran aporte para la economía del territorio ya que genera la mayor cantidad de ingresos por medio de distintas actividades económicas que existe dentro de la nación.

Según la AEADE, la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, la disminución de precios en los automóviles se debe a los cambios que se están dando en los aranceles; ya que existe un decrecimiento del pago, el acuerdo redujo la carga impositiva del 35% al 30.6% y disminuyó los aranceles en un 15%. (AEADE, 2019).

Los autos ensamblados en el país siguen representando ventas importantes, no obstante, siguen perdiendo participación dentro del mercado ecuatoriano desde mediados del 2017. Los automóviles importados tienen una aceptación mayor al 80% y se especula que este porcentaje siga creciendo, una razón por la cual se especula que este porcentaje crezca es que los ecuatorianos demandan más variedad automovilística y así tener una mayor variedad de modelos y marcas que no sean producidos localmente. Además, la importación de automóviles significa que contribuye a generar empleos dentro del sector, otra de las razones es que, importar carros muchas veces puede ser bastante más barato que opciones locales, debido a que algunos países tienen la capacidad para producir vehículos mejores y con un costo más económico, ya sea por distintos factores como la mano de obra más accesible o por distintas economías de escala.

Con estos antecedentes, es necesario realizar un análisis de la importación de autos ensamblados en Alemania y el impacto dentro del mercado ecuatoriano.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el análisis de la importación de autos ensamblados en Alemania y su impacto en el mercado ecuatoriano?

OBJETIVOS

General:

Elaborar un análisis de la importación de carros ensamblados en Alemania y su impacto en el mercado ecuatoriano.

Específicos:

- Recopilar modelos teóricos aplicables al análisis.
- Elaborar un diagnóstico situacional del sector.

- Realizar una investigación del mercado de vehículos importados desde Alemania en el Ecuador.
- Analizar los factores clave de la oferta y la demanda de vehículos importados desde Alemania en el mercado ecuatoriano.

Relevancia del estudio

El análisis tiene un principal enfoque en examinar el entorno ecuatoriano en relación a las importaciones de vehículos provenientes de Alemania, además el automóvil se ha convertido dentro de los últimos años el bien de consumo más relevante dentro de las economías sociales, la importancia que tiene la industria automotriz dentro del país es que genera empleo y contribuye a la estabilidad económica del país de igual forma que al bienestar de quienes trabajan, aporta con una gran contribución al PIB, genera ingresos fiscales en donde los impuestos y aranceles de las importaciones y ventas de automóviles contribuyen para las finanzas públicas y al desarrollo de estructuras y servicios sociales, también aporta al desarrollo tecnológico en donde se introducen nuevas tecnologías en los vehículos que se ven reflejados en la seguridad y eficiencia de la innovación tecnológica.

Además, tiene un papel muy importante en la movilidad y transporte dentro de Ecuador ya que esto hace que las personas se desplacen de manera eficaz a diferentes lugares; como consecuencia, produce que los ciudadanos puedan ejercer actividades de desarrollo económico y social para el país.

La importancia de los automóviles importados desde Alemania hacia Ecuador tiene varios aspectos que son necesarios destacar, el primero de ellos es que, los carros importados desde Alemania son altamente reconocidos por su gran calidad y tecnología avanzada ya que estos automóviles cuentan con características mucho más atractivas que el resto de los automóviles, características como la seguridad, eficiencia y confort que brinda a todo aquel que confíe en su producto. Como segundo punto, está la gran variedad de modelos, se sabe que el país alemán es conocido por ser uno de los líderes mundiales en producción automovilística; el ejercer la actividad de importar carros alemanes al Ecuador permite que las personas tengan una gran variedad de modelos y marcas de alto prestigio que están disponibles dentro del mercado. Como tercer punto, los carros importados desde Alemania otorgan o están relacionados con estatus o prestigio, esto significa que contar

con uno de estos automóviles sea considerado como un símbolo de éxito y de gusto. Como cuarto punto, las marcas alemanas tienen una gran reputación en cuanto a ventas y servicios, lo que brinda seguridad y tranquilidad, ya que los propietarios de dichos automóviles tienen la certeza que recibirán el mejor soporte disponible. Como quinto y último punto, está la reventa de carros alemanes, se sabe que dentro de Ecuador los carros tienden a devaluarse progresivamente, sin embargo, los carros alemanes retienen su valor comercial a comparación de otros carros no provenientes de este país, esto puede generar beneficios para los propietarios de automóviles alemanes, ya que pueden tener un mayor retorno en la venta de su vehículo.

DISEÑO METODOLÓGICO

El presente trabajo de titulación es de carácter exploratorio, descriptivo, muestral, cualitativo, cuantitativo, transversal y no experimental, en donde es necesario establecer con claridad el propósito de análisis de importación de los carros alemanes al Ecuador, donde se puede incluir evaluaciones del mercado ecuatoriano e identificar las tendencias de consumos.

Exploratorio: Proporcionará al investigador información necesaria y relevante para tener visión clara sobre el mercado y la situación actual del país.

Descriptivo: Para definir objetivamente el mercado ecuatoriano.

Muestral: Se escogerá una muestra de la población.

Cualitativo: Se accederá a información cualitativa mediante entrevistas a expertos del sector y también en base a observación.

Cuantitativo: Se tendrán resultados numéricos, porcentajes y valores en términos generales.

Transversal: Se analizará y se estudiará una sola vez a la muestra.

Tabla 1 *Propuesta de Diseño Metodológico*

Factor	Tipos
Tipo de estudio	Exploratorio, Descriptivo, Cualitativo y Cuantitativo

Tipo de diseño	Muestral, Transversal y No Experimental
----------------	---

Fuente: (FCAC PUCE , 2022)

Además, es necesario aclarar que se deberá recopilar todos los datos más relevantes para el análisis, como, por ejemplo: información esencial sobre las marcas y modelos de automóviles alemanes que estén disponibles al momento dentro del mercado ecuatoriano, recopilación de datos como precio, características específicas de los automóviles y la competencia del mercado.

Se deberá identificar y evaluar todo lo relacionado acerca de la importación de los carros alemanes al Ecuador, como gastos de transporte, aranceles e impuestos y evaluar posibles riesgos en relación a la importación, fluctuaciones de los costos e importación, cambios en las regulaciones nacionales y variaciones dentro de la oferta y demanda del mercado.

Tabla 2 *Esquema de recolección de datos*

Tipo de Fuente	Fuente	Técnica de recolección	Instrumento	Procesamiento de Datos
Primaria	Expertos del sector Automotriz	Entrevistas	Guía de entrevista	Resumen Narrativo
Primaria	Expertos de Consorcios Automotrices	Entrevistas	Guía de Entrevistas	Resumen Narrativo
Primaria	Consorcios Automotrices	Observación	Guía de observación	Resumen
Primaria	Clientes Actuales y Clientes Potenciales	Encuestas	Cuestionario	Tablas, figuras
Primaria	Registros y Documentos sobre Industria	Investigación Documental	Listas de verificación	Tablas, figuras, resumen descriptivo

Automotriz en Ecuador			
Secundaria	Libros, Revistas, Publicaciones	Investigación Documental	Lista de Verificación Tablas, figuras

Fuente: (FCAC PUCE , 2022)

Se realizarán interacciones directas con los actores más relevantes sobre la industria automotriz en Ecuador, también se llevarán a cabo entrevistas como fuentes de investigación primaria; adicionalmente, se realizarán encuestas a clientes potenciales y personas que ya cuentan con un automóvil alemán.

Asimismo, se recolectará investigación documentada la cual proporcionará información suficiente acerca de la industria automotriz alemana en Ecuador y cómo funcionan las importaciones por medio de herramientas como el internet, libros y revistas.

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Terminología y procesos del sector automotriz

O.E.M

Se refiere a empresas que fabrican piezas de equipos originales, además elabora componentes de productos para otras empresas. También se entiende como piezas de un conjunto de sistemas o software, como por ejemplo sistemas operativos o microprocesadores. (Hewlett Packard Enterprise, s.f.)

Ensamblaje de vehículos

Es el proceso en el cual las distintas partes las cuales conforman al vehículo son unidas y alineadas entre sí para formar a lo que se conoce como automóvil según su color, marca y modelo.

Línea de producción

Es la cadena de estaciones de puestos de trabajo y todas las maquinas utilizadas para ensamblar partes del vehículo, en donde se mueven de una estación a otra y cada uno cumple con un ensamblaje en específico.

Para fabricar un producto que este considerado como a gran escala es indispensable contar con una infraestructura y desarrollo tecnológico, sin embargo, otorga múltiples beneficios para la producción

Beneficios:

- Aumentar el ritmo y la cantidad de producción, es decir, aumenta considerablemente las unidades disponibles para la venta.
- Se elimina o se reduce los errores en la fabricación de los vehículos.
- Se reducen los costos de producción.
- No existen interrupciones dentro de la producción.
- Dentro de poco tiempo la empresa podrá ver mejora en los resultados.

“El proceso y la inversión necesaria para automatizar una línea de producción varía mucho en función de diversos factores: tipo de empresa, sector al que se dedica, productos

fabricados, nivel de producción o, incluso, filosofía corporativa y cultura organizacional.”
(Aerts, 2022)

Distribución y red de concesionarios:

Es la infraestructura de ventas y servicios que ofrece las casas automotrices y que permite a los fabricantes de los vehículos vender y brindar servicio de mantenimiento para los clientes. (Aerts, 2022)

1.2 Cadena de valor

La cadena de valor es una herramienta para el análisis estratégico en el cual se puede analizar y determinar cuáles serán las ventajas competitivas de la empresa, tiene el objetivo de mejorar la rentabilidad de la empresa, además la cadena de valor está relacionada estrechamente con las actividades empresariales y el valor que aportan.

Además, se debe tomar en cuenta que la cadena de valor tiene distintos puntos clave que son determinados como primarios y secundarios que tienden a variar dentro de cada empresa.

Las actividades primarias de acuerdo con REPSOL son todas aquellas actividades que añaden un valor al producto o servicio final en donde se toma en cuenta las operaciones logísticas, marketing y ventas. (REPSOL, s.f.)

Las actividades secundarias tienen aspectos más relacionados a gestión general y financiera de la empresa, como por ejemplo las inversiones, estructura y tecnología empleada.

La cada de valor otorga beneficios dentro de la optimización de procesos, esta acción permite identificar las diferentes oportunidades dentro de los procesos de la empresa, la reducción de costes, donde se puede valorar los gastos generados tras los procesos repetitivos tratando de reducir así desembolsos incensarios, incrementa la producción, fomenta al trabajo en equipo o colaboración y la fidelización de los clientes.

Actividades primarias:

- La logística interna engloba y almacena la materia prima que se utiliza para la creación o elaboración de nuevos productos.

- En operaciones se desglosa todos los datos sobre los bienes para que posteriormente se transforme en un producto elaborado.
- Dentro de la logística externa se considera desde que se almacena los bienes ya terminados, hasta la distribución del producto.
- En el marketing y ventas se toma en cuenta actividades o herramientas para dar a conocer el producto.
- Y, por último, en servicio se incluye la post venta del producto o los servicios de mantenimiento en caso de que se necesite. (Riquelme, 2019)

Actividades secundarias:

- Dentro de la infraestructura de la organización se considera todas aquellas actividades que den soporte al funcionamiento correcto de la organización.
- En recursos humanos se toma como referencia todos los trabajadores de la organización.
- En investigación y desarrollo tecnológico, se hace referencia a todo material o mejora de equipos con tecnología dentro de la organización.
- En aprovisionamiento se toman en cuenta las actividades para abastecer la materia prima. (Riquelme, 2019)



Figura 1 Cadena de valor de Michael Porter (Dynamic, s.f.)

1.3 PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta que permite identificar las fuerzas externas a nivel macro y cómo influye sobre el giro del negocio, el acrónimo PESTEL significa que se analizan factores como: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, por lo tanto, este instrumento es utilizado para un estudio de mercado de factores externos y como pueden afectar a una empresa. (Digital Business & Law School, s.f.)

- Dentro de los factores políticos se analiza todas aquellas políticas del país en donde la empresa funciona se analiza factores como la estabilidad gubernamental y cambios dentro de los acuerdos internacionales.
- Los factores económicos se analizan factores como cambios dentro de normativas, crisis económicas, inflación, tipo de cambio de moneda y su interés, tasa de empleo y desempleo del territorio nacional.
- Los factores sociales toman en cuenta todos aquellos patrones culturales, valores y movimientos de los consumidores locales, analiza también cambio en los hábitos de consumo.
- Los factores tecnológicos se analiza el costo al acceso a herramientas de vanguardia, inversiones tecnológicas y actualizaciones.
- Los factores ecológicos se analiza los aspectos relacionados al cuidado del medio ambiente, tomando en cuenta factores como la contaminación que produce la empresa, el uso de recursos naturales y el manejo de los residuos de la materia prima utilizada.
- Los factores legales incluyen leyes que pueda afectar o beneficiar a la empresa.

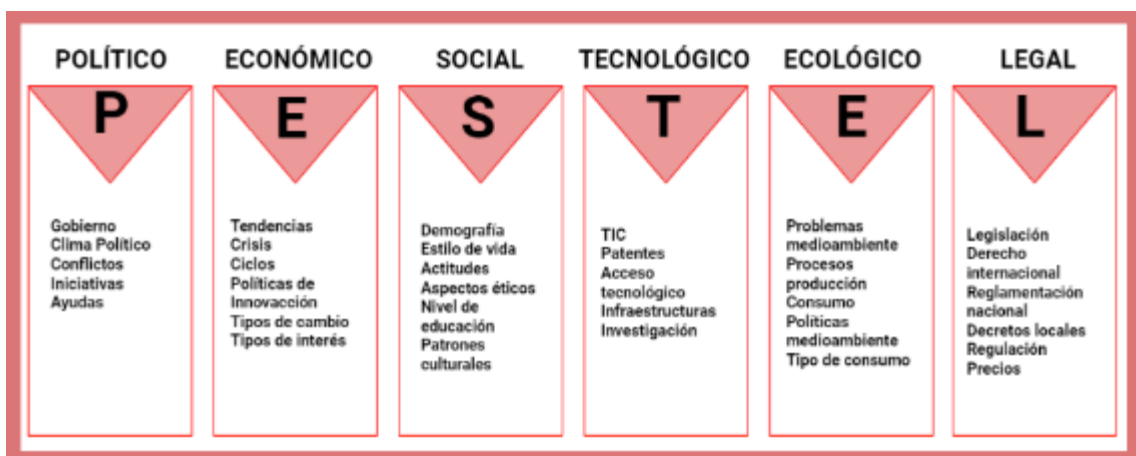


Figura 2 Matriz PESTEL (Escuela Británica de artes creativas y tecnología, 2023)

1.4 Fuerzas de Porter

Es una herramienta que permite analizar y medir los recursos de la empresa, a partir de esto se establecen condiciones y se planifican estrategias para potenciar las oportunidades y fortalezas para poder reducir así las amenazas y debilidades. Existen 5 puntos que permiten evaluar a la empresa las cuales son:

- El poder de negociación de los clientes, donde se considera como más importante a los consumidores y sus exigencias, tendrá más relevancia los precios, calidad y los servicios.
- El poder de negociación con los proveedores, se toma como referencia y punto más importante los recursos y condiciones de los proveedores, además se pone a consideración los precios y volúmenes de ventas.
- Amenaza de nuevos competidores, con la llegada de nuevos adversarios que traen productos nuevos y más destacables ocasiona un gran peligro para la empresa, tomando así gran parte del mercado
- La amenaza de nuevos productos sustitutos, el mercado o el segmento no será atractivo si existe la entrada de productos sustitutos ya que suponen un peligro a la empresa ya que puede establecer una nueva tendencia o precio.
- Rivalidad entre competidores, este último punto es el resultado del análisis de los 4 puntos anteriores ya que proporciona información necesaria para poder establecer estrategias dentro del mercado.

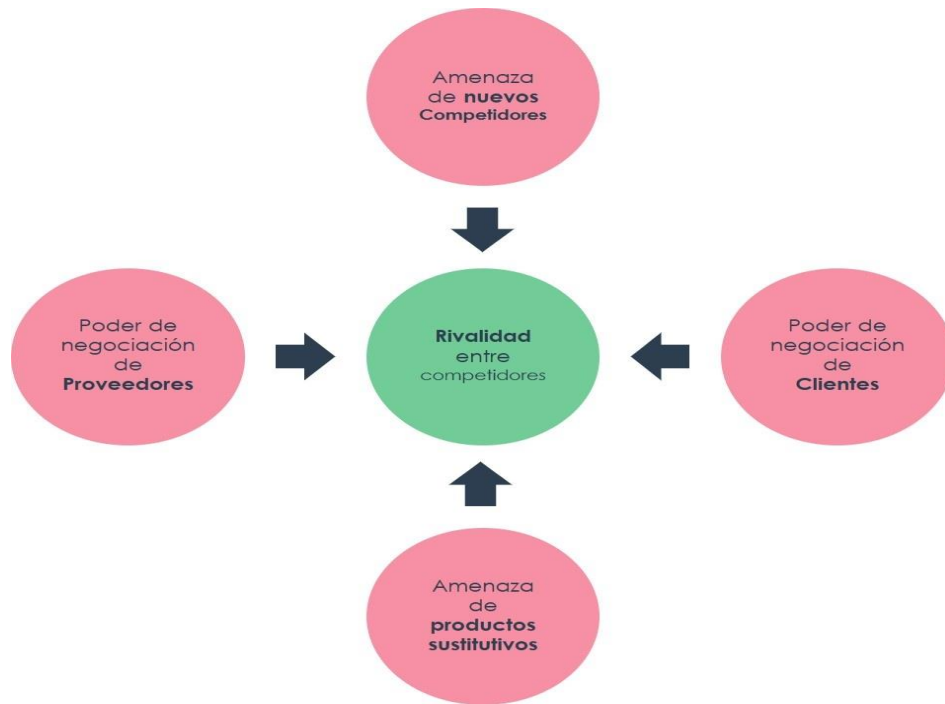


Figura 3 *Fuerzas de Porter (FINACOTECA, s.f.)*

1.5 Análisis FODA

El análisis FODA sirve para identificar como su nombre lo indica, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dentro de la organización o empresa y se utiliza para establecer o explorar nuevas propuestas o ideas para solucionar problemas que ya existen, también permite tomar mejores decisiones. En resumen, el análisis es un reconocimiento que nos permite saber cuáles son las debilidades y amenazas para poder corregir con un conjunto de oportunidades y fortalezas volviéndose así mucho más eficiente. (The University of Kansas, s.f.)

- En las fortalezas se considera más factores internos y se toma en cuenta los aspectos positivos de la empresa.
- Las debilidades también son consideradas como factores internos ya que se analiza los recursos, habilidades y actitudes de la organización.
- Las oportunidades son consideradas como factores externos ya que se analiza posibles sucesos favorables para la organización.

- Las amenazas son consideradas como factores externos, son situaciones negativas que muchas veces están relacionadas con el funcionamiento de la empresa y puede perjudicar el correcto funcionamiento de la organización.

Ejemplo de análisis FODA

	Aspectos negativos	Aspectos positivos
Origen interno	 <p>DEBILIDADES Factores internos negativos de la empresa. Ejemplo: -Proveedores débiles -Materias primas caras</p>	 <p>FORTALEZAS Factores internos positivos de la empresa. Ejemplo: -Ubicación privilegiada -Atención al cliente</p>
Origen externo	 <p>AMENAZAS Factores externos que influyen negativamente en la empresa. Ejemplo: -Fuga de mano de obra -Competencia muy asentada</p>	 <p>OPORTUNIDADES Factores externos que influyen positivamente en la empresa. Ejemplo: -Nuevas líneas crediticias -Sector en crecimiento</p>

Figura 4 Análisis FODA (ANTEVENIO, 2021)

1.6 Investigación de mercado

Es una herramienta administrativa que permite desarrollar mejoras dentro del proceso de la toma de decisiones, utiliza métodos científicos y prácticos con el objetivo de proporcionar información, en otras palabras, este análisis sirve para conocer con claridad situaciones específicas y consta de 4 fases. (BBVA, s.f.)

- Diseño de la investigación, este paso es usado para detectar el problema que se necesita resolver y posteriormente se establecen objetivos para resolver estas dificultades, como resultado, dará información situacional aproximada sobre el mercado.
- Obtención de información, dentro de esta fase se revisa toda aquella investigación preliminar de fuentes secundarias y se extrae la información más esencial.

- Tratamiento y análisis de los datos, en la tercera fase se procesa los datos recolectados del anterior paso, toda la información es analizada y es recomendable crear una base de datos para que sea más fácil usar toda aquella investigación.
- Interpretación y presentación de los resultados, en la última fase se explica todo lo analizado y se elabora recomendaciones sobre las medidas que se debe tomar para poder lograr los objetivos planteados.

1.7 Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de todos los bienes o servicios producidos y que están disponibles dentro del mercado actual a un determinado precio.

El análisis de la oferta se enfoca más en medir o determinar las cantidades y condiciones de bienes y servicios dentro de una economía y que estén disponibles al momento. (IBM, 2021)

Para este análisis se usan los datos más importantes como:

- Calidad y precio de los productores.
- Número de productores.
- Localización.
- Capacidad de producción.
- Inversiones fijas.
- Número de trabajadores.

1.8 Análisis de la demanda

Tiene como objetivo determinar las causales que afectan a los requerimientos dentro del mercado, con respecto a un bien o servicio. (IBM, 2021)

Para este análisis se utiliza distintas herramientas de investigación como:

- Consumo nacional aparente
- Por tipos de demanda, como demanda insatisfecha, demanda satisfecha.

Para realizar el análisis de la demanda es necesario contar con información indispensable como el precio, precio de la competencia, costo de producción y la disponibilidad de recursos.

- Precio, es el valor sobre el producto o bien elaborado que incide en la compra o adquisición, además si el valor del producto elaborado aumenta, la producción del bien también incrementará ya que existe mayor demanda.
- Precio de la competencia, si existieran productos sustitutos la competencia podría optar por esa opción, por otro lado, puede suceder que la competencia genere mayor rentabilidad y mayor éxito o pueda que pierda rentabilidad porque no tendrá oferta.
- Costo de producción, si se reduce los costos de operación en la creación del producto, la producción del bien aumentará ya que existe una oportunidad competitiva, sin embargo, si los costos de producción aumentarán, disminuirá la oferta con el objetivo de evitar pérdidas dentro de la organización.
- Disponibilidad de recursos, puesto a que sin la materia prima no se puede producir, afectará directamente a la producción y oferta del producto. (Zendesk, 2023)

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.1 Cadena de valor

- **Infraestructura**

Puertos: El incremento en la importación de vehículos alemanes impone una demanda sobre los puertos ecuatorianos en términos de capacidad, servicios, y eficiencia logística.

Logística: Sistemas eficaces para gestionar las importaciones, incluyendo almacenamiento y transporte adicional de vehículos, son críticos.

Trámites Aduaneros: Es imperativo un sistema aduanero ágil y transparente para facilitar las importaciones y evitar retrasos.

- **Recursos Humanos**

Personal Capacitado: Todas las personas del equipo operativo de la empresa deben estar capacitado y en óptimas condiciones para realizar la venta, mantenimiento de los vehículos alemanes, además deben brindar un óptimo servicio al cliente.

- **Desarrollo Tecnológico**

Adaptación: Es importante asegurarse de que los vehículos están adaptados o pueden ser adaptados a las condiciones locales de conducción.

Tecnología: Implementar tecnología en el proceso logístico y de venta para optimizar operaciones.

Los vehículos alemanes destacan por su tecnología avanzada, incluyendo sistemas de seguridad, eficiencia energética y comodidades. Los fabricantes alemanes invierten considerablemente en investigación y desarrollo, lo que resulta en vehículos con altas calificaciones de seguridad y durabilidad.

- **Aprovisionamiento**

Los procedimientos de importación, incluyendo aranceles, impuestos y otros requisitos, juegan un papel importante en el aprovisionamiento de vehículos alemanes en Ecuador. Los costos y tiempos de envío también son factores críticos.

- **Logística Interna**

Carreteras y Ferrocarriles: La red de transporte necesita estar en condiciones óptimas para manejar el tránsito adicional de vehículos y garantizar el transporte seguro desde los puertos hasta los concesionarios y clientes.

Transporte Interno: Inversiones en camiones y otros vehículos de transporte para trasladar los autos importados a diferentes regiones del país.

- **Logística Externa**

Ubicación: Estratégica para facilitar el acceso a los consumidores y garantizar una distribución efectiva.

Capacidad: Deben poder acomodar el volumen de vehículos importados y ofrecer servicios adecuados.

- **Marketing y Ventas**

Acuerdos: Evaluar y aprovechar acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales que puedan facilitar la importación.

Alianzas Locales: Formar alianzas con empresas locales para facilitar la distribución y el servicio.

Publicidad: Estrategias de marketing robustas para posicionar vehículos alemanes en el mercado ecuatoriano.

Financiamiento: Ofrecer opciones de financiamiento atractivas para facilitar la adquisición de vehículos.

- **Servicio Postventa y Repuestos**

Talleres: Asegurar la disponibilidad de talleres equipados y personal capacitado para mantenimiento y reparación.

Repuestos: Mantener un inventario de repuestos genuinos para evitar tiempos de inactividad prolongados de los vehículos.

- **Regulación y Homologación**

Normativas: Cumplir con regulaciones locales e internacionales relativas a la importación y venta de vehículos.

Homologación: Procesos para asegurar que los vehículos cumplan con las especificaciones y estándares ecuatorianos.

- **Impacto Ambiental**

Emisiones: Asegurarse de que los vehículos cumplen con las normativas ecuatorianas respecto a emisiones y estándares ambientales.

Descarte: Políticas para el descarte responsable de vehículos y repuestos.

La calidad y prestigio que poseen las marcas alemanas es una de sus más grandes cualidades, existe una reputación mundial por la calidad, tecnología y prestigio que tienen, dicho esto, por el simple hecho de tener gran prestigio y estatus, podría generar una demanda constante de autos en el mercado ecuatoriano, en especial para aquellos compradores que valoren la calidad y la seguridad que brindan estos automóviles. (LÍDERES, 2018)

La tecnología avanzada que poseen los vehículos alemanes otorga un plus, los automóviles incorporan técnicas muy avanzadas de desarrollo, como, por ejemplo, sistemas de seguridad, eficiencia en la energía y rendimiento del auto y la comodidad que brindan las marcas alemanas.

La cantidad de modelos reconocidos que existen a nivel mundial por parte de marcas como, BMW, Audi, Volkswagen y Mercedes Benz, es una ventaja, ya que, el consumidor tiene un amplio catálogo de marcas para escoger en base a sus preferencias y necesidades.

La industria automovilística alemana cada vez trabaja más en la producción de vehículos para que sean más amigables con el medio ambiente, en relación con la emisión de gases y uso de combustibles fósiles. Se podría tomar como ventaja ya que, cada vez la tendencia de consumo de los compradores prefiere confiar más en la sostenibilidad y eficiencia en el uso de los recursos no renovables. (Velázquez, 2022)

Según Figueras (2021) de cada 29 automóviles alemanes solo 7 tienen 4 estrellas en seguridad, esto quiere que decir que, más del 75% de carros alemanes obtienen 5 estrellas en seguridad, la calidad y la ingeniería que se usa en cada uno de estos vehículos es inigualable, esto es debido a que, los fabricantes alemanes invierten mucho dinero en investigación y desarrollo del sector automotriz, los estrictos estándares alemanes garantizan que los automóviles sean seguros, confiables y duraderos. (Figueras, 2021)

Las preferencias y necesidades de los ecuatorianos pueden variar en cuanto a vehículos y también en función de distintas variables como, por ejemplo: el nivel de vida de los ciudadanos, presupuesto y distintas necesidades de cada persona, sin embargo, existen otras tendencias que permiten identificar cuáles son las preferencias y las necesidades de los consumidores del Ecuador.

- **Diseño y desarrollo del producto:** La tecnología y sus características de seguridad es a menudo uno de los filtros más buscados por los consumidores locales, los vehículos alemanes están equipados con tecnología avanzada, como por ejemplo, asistente de conducción, cámaras en todos los ángulos del vehículo, frenado automático de emergencia y demás tecnologías que vuelven a un automóvil mucho más equipado, además, en cuanto a seguridad, ofrecen vehículos con muy buenas calificaciones en pruebas seguridad.

El desarrollo y aplicación de las tecnologías alemanas han beneficiado en varios aspectos; ahorran gasolina, esto se puede lograr midiendo la cantidad que se usa cuando el automóvil está en circulación o medir el poder que se puede obtener por cada litro de combustible. A su vez, el desarrollo ha contribuido a que los automóviles tengan mucha más durabilidad que el resto de los vehículos, se sabe que, sin importar la marca del carro alemán es casi nulas las probabilidades que se tenga que llevar el automóvil por un problema mecánico, sin embargo, estos problemas pueden suceder. Tienen un diseño original y elegante, se sabe que las marcas de automóviles alemanes aportan con el 80% de mercado de lujo mundial. (Continental Motores, 2021)

- **Logística y transporte:** Esta sección engloba todos los socios comerciales de transporte para poder gestionar todos los procesos de costos y sus respectivos tiempos de envío, dentro de esta sección se debe tomar en cuenta los aranceles, impuestos y regulaciones dentro de las importaciones del Ecuador para reducir retrasos y costos innecesarios.

El tiempo estimado para que importar un automóvil al país es de los 15 a 28 días, Esto depende de la distancia entre el lugar de origen y destino.

Los aranceles de importación de un vehículo al Ecuador son del 40% sobre el valor aduanero del automóvil, sin embargo, existe el tratado con la Unión Europea que se paga

solo el 10% del valor del arancel aduanal, a esto también se suma el impuesto del valor agregado que va de acuerdo con el cilindraje del vehículo, se debe pagar también, las tasas por los servicios prestados como, por ejemplo: traslado y almacenaje de los automóviles. (BR LOGISTICS EUROPA, 2023)

- **Distribución y comercialización:** Contar con una red de distribución es de gran importancia, ya que este es el punto de venta y servicio mecánico para los clientes, por ende, se debe de asegurar que los clientes se sientan seguros en comprar o llevar su automóvil a un servicio de confianza.

Para la comercialización es vital conocer las preferencias y necesidades del pueblo ecuatoriano, la marca y el modelo deben estar en sintonía con los consumidores ya que ellos son los que valoran dentro del mercado al automóvil.

- **Regulaciones políticas:** En el año 2021 en el mes de noviembre, la SENA E actualizó los nuevos requisitos para poder importar un carro al Ecuador y son los siguientes:

- El vehículo para exportar debe ser nuevo, siempre y cuando el año del modelo corresponda con el año en el que la importación se va a realizar.
- Se debe de adquirir una póliza para asegurar el transporte del vehículo.
- Se debe realizar el trámite de nacionalización con un agente aduanero.
- Se debe presentar facturas.
- Se debe presentar el packing list (este documento ayuda a identificar las mercancías al momento de importar).
- Documentos de embarques.
- Presentar la póliza aduanera de seguro.
- Número VIN (número de chasis) del vehículo importado.
- Número de motor del automóvil importado.
- Color del vehículo importado.

(Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021)

- **Investigación de mercado continua:** Es necesario estar informados con la última información posible sobre el mercado automotriz en Ecuador, esta investigación permitirá tener una adaptación adecuada al mercado y podrá cumplir con la oferta y demanda del país.

- **Precio del combustible:** Los altos precios por los combustibles ecuatorianos son de gran importancia al momento de buscar un vehículo, muchas veces exploran alternativas que sean más ahorradoras o que consuman el menor combustible posible, bajo este argumento, los automóviles híbridos y eléctricos ganan mayor parte del mercado debido a su eficiencia en el uso de energía.

Tipo de combustible	Precio por galón en dólares \$
Súper Premium	\$ 4,33
Eco Plus	\$ 3,48
Extra	\$ 2,40
Eco País	\$ 2,40
Diésel	\$ 1,75

Figura 5 Precio de la gasolina en Ecuador, año 2023.

Actualmente según Trámites Básicos Ecuatorianos el precio de la gasolina se establece en base a precios sugeridos por Petroecuador; el valor del combustible Súper Premium es de \$4,33 USD, Eco Plus \$3,48USD, Extra y Eco País es de \$2,40 USD y Diésel es \$1,75 USD. (Básicos, 2023)

Por otro lado, en el año 2018 los combustibles en Ecuador eran subsidiados por el estado, es decir que, el gobierno del país asumía el gasto de los combustibles para que los ciudadanos ecuatorianos paguen menos por el precio real, sin embargo, en el mismo año se eliminaron todos los subsidios para los combustibles Súper y Eco Plus por lo que adoptaron precios internacionales, la gasolina Extra y Diésel se mantiene actualmente subsidiada. (Básicos, 2023)

La Agencia de Regulación y Control de Energía y Recursos Naturales no Renovables mensualmente publica la lista de precios de los combustibles regulados por el estado, de acuerdo al decreto ejecutivo 1183 “con el fin de perfeccionar la metodología del sistema de banda de precios y el cálculo de los precios de los combustibles: Diésel 2, Diésel Premium, Gasolina Extra y Extra con Etanol Anhidro (Ecopaís) para el segmento automotriz, (...) , es necesario que los precios referenciales que recogen las fluctuaciones de los mercados y las bandas sean fijados por el Ente de Control y no por un actor de la

cadena de comercialización". (CORTE CONSTITUCIONAL DEL ECUADOR, 2020, Artículo 1183)

Existen razones internas por las cuales el precio de la gasolina sube en Ecuador, se sabe que, el combustible Súper no tiene subsidios y adopta precios internacionales de West Texas Intermediate. Ecuador al ser un país petrolero no es eficiente en la producción de productos refinados del petróleo por lo que importa combustible para suplir con la demanda del país, al momento de importar se sujeta a establecer precios internacionales.

Razones externas por las cuales se incrementa el precio de combustible, es el valor del gas natural, existe una gran demanda por parte de países de Oriente, se sabe que, para producir combustibles es de gran importancia crear hidrógeno, la poca cantidad de esta materia prima encarece mucho los costos de producción, se sabe también que Ucrania es uno de los países más grandes exportadores de Gas, como efecto de los conflictos bélicos entre Rusia y Ucrania ha producido que la oferta de gas por parte de Ucrania disminuya considerablemente y como consecuencia, causa que los precios para adquirir gas aumenten.

Los vehículos alemanes usan los siguientes tipos de gasolina: Súper (95 octanos) y Diésel, se sabe que, los automóviles provenientes de Alemania vienen ensamblados con características y condiciones propias del país lo que significa que, están adaptados a condiciones europeas, por ende, usan gasolina Súper, el octanaje del combustible permite un mayor rendimiento del vehículo y una mejor adaptación a las circunstancias, se sabe que usar combustibles de menos octanaje como por ejemplo, la gasolina Extra, puede dañar al motor y reducir considerablemente la eficiencia de la máquina. (La actualidad de Alemania, s.f.)

Otra de las más grandes debilidades de los auto alemanes dentro de Ecuador es su publicidad y marketing, si bien cuenta con esto, no es suficiente para llamar la atención de posibles clientes, la filosofía de las marcas alemanas no es hacer una gran campaña publicitaria para llamar la atención, es todo lo contrario, estas marcas tienen la convicción de que la gente comprará sus vehículos por la calidad y el prestigio que otorgan.

Por otro lado, el costo promedio para crear un vehículo alemán según SuperMotores (s.f.) está entre los 33,000 euros y los 133,000 euros, lo que significa que, tienen un precio de venta mucho más elevado frente a las otras opciones existentes dentro del mercado

ecuatoriano, por lo que, adquirir uno de estos vehículos hace que los ecuatorianos piensen dos veces antes de comprar. (SuperMotores, s.f.)

Por otro lado, los costos de mantenimiento de los autos alemanes son elevados. encabezando la lista de mantenimientos está BMW, en segundo lugar se encuentra Audi y en tercer lugar está Mercedes Benz, los precios por mantener estos vehículos según Stanley (2022) están alrededor de \$700 a \$1200 dólares al año, estos precios son debido a grandes razones, los automóviles alemanes son considerados como un lujo por lo que el precio de sus mantenimientos tendría más lógica, las piezas como repuestos y servicios al cliente, son de los más prestigiosos a nivel mundial ya que transmiten seguridad y confianza con compradores.

En resumen, las marcas alemanas de automóviles tienen una presencia significativa en Ecuador gracias a su calidad, tecnología y prestigio, aunque enfrentan desafíos en términos de costos de importación, mantenimiento y, posiblemente, estrategias de marketing. También se observa una adaptación hacia una mayor sostenibilidad y eficiencia energética en respuesta a las tendencias del mercado y los precios del combustible en Ecuador.

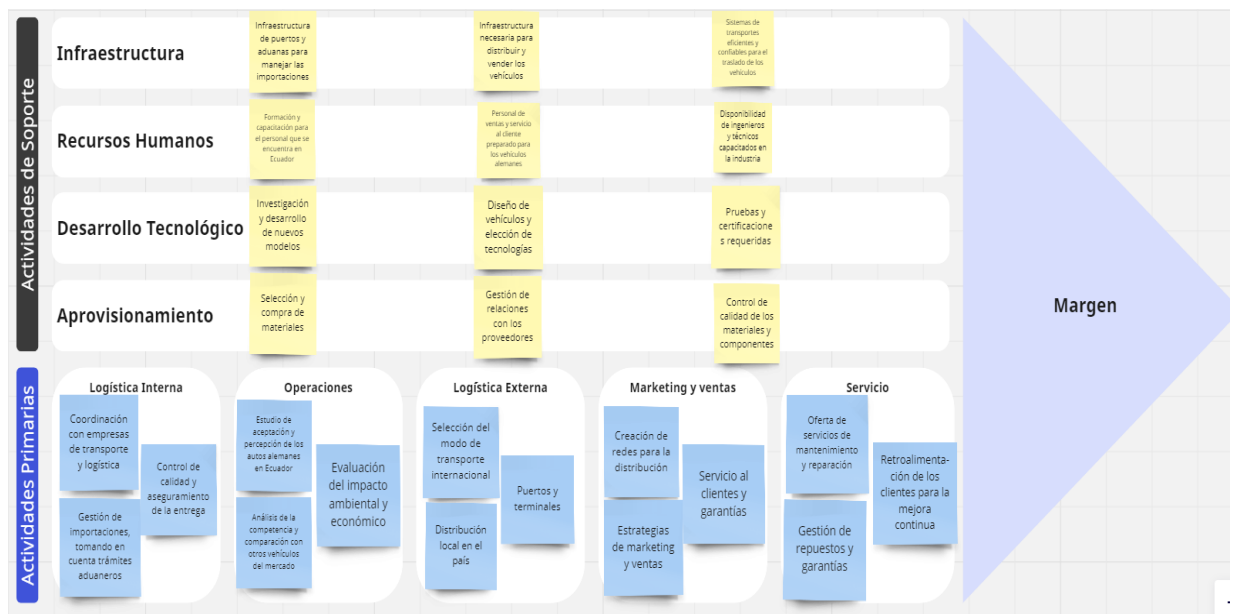


Figura 6 Resumen Cadena de Valor de Porter.

2.2 PESTEL

Para obtener información más exacta sobre los factores de importación de autos ensamblados en Alemania y el impacto en el mercado ecuatoriano, es importante tener una base de un análisis PESTEL. Partiendo del análisis se podrá determinar cuáles son los aspectos que influyen dentro del mercado.

- **Entorno Político:**

La crisis política y la disolución de la asamblea nacional han generado varios conflictos internos dentro del país como, por ejemplo, la división entre la población. Para el año 2023 estaba previsto que sería un año complejo para Ecuador, ya que se hablaba sobre posibles elecciones presidenciales y un año de lenta recuperación interna.

Los recientes acontecimientos del año 2023 para Ecuador están marcados por la muerte cruzada ejecutada en mayo del presente año, en consecuencia, estas acciones han desencadenado varios factores que el país ha ido experimentando. Esta crisis no solo ha generado impactos negativos dentro del sector empresarial, también ha generado que el país no se vea atractivo para inversiones locales y extranjeras, existen muchas barreras operativas que dificultan a los sectores económicos.

Las preocupaciones más importantes para los ecuatorianos son la delincuencia, la crisis económica y empleo y la corrupción, el gobierno se encuentra debilitado y está condicionado, tienen que entregar decretos ejecutivos pendientes, tienen poco margen para trabajar en temas importantes para el país y existen posibles cambios dentro del gabinete al final del periodo presidencial, por otro lado, encontramos que la asamblea nacional disuelta tiene más de 500 proyectos de leyes pendientes por analizar y existe poca legitimidad. Sin duda los desafíos que tendrá el nuevo gobierno a partir del 30 de noviembre del 2023 será extensos y problemáticos, tendrán poco tiempo para encontrar soluciones a problemas complejos, altos niveles de inseguridad, poca confianza internacional por la inestabilidad política dentro del país. (Panorama Ecuador Junio , 2023)

Sin embargo, los recientes acontecimientos no han afectado al acuerdo que tiene Ecuador con la Unión Europea puesto que, en lo que va del año, se han incrementado las exportaciones anuales de Alemania hacia el Ecuador, esto incluye, productos

farmacéuticos, placas y láminas de hierro, automóviles y productos químicos. (OEC, 2023)

El país alemán es uno de los principales y mayores fabricantes de automóviles al nivel mundial, en el año 2022 produjeron 3.677.820 vehículos con respecto al año 2021 tuvo un crecimiento del 11,16%, en el año 2021 se fabricó 3.308.692 unidades automotoras. (Datosmacro, 2022)

Este argumento tiene mucha fuerza, ya que, Burneo afirma que, existen grandes avances en la apertura de los mercados internacionales, todos los acuerdos comerciales existentes deben ser corroborados por el gobierno en donde se busque el continuo desarrollo del país. (Madera, 2022)

- **Entorno Económico:**

Dentro de los datos generales económicos de Ecuador, se ha generado un total de 68,431 millones de ventas, el PIB al 2023 es de \$113,783 millones, las actividades principales para medir este indicador fue en primer puesto la manufactura ocupando un 11,6%, en segundo lugar el comercio con un 11,6%, en tercer lugar, están los servicios de salud con un 8,7% y petróleo y minas 8,6%; existe una inflación anual hasta mayo del 1,97%, alimentos 4,5%, educación 4,2%, transporte -0,5% y salud 1,3%; el riesgo país está sobre los 1,800 puntos básicos. (Keyword, 2023)

El sector económico ecuatoriano se está recuperando paulatinamente de la reciente pandemia conocida como Coronavirus (COVID-19), el primer trimestre del año 2023, la economía del país creció un 0,7% en términos interanuales, esto es debido al impulso en el gasto del consumo final dentro de los hogares que fue de 1,6%, gastos del gobierno 0,5% y exportaciones 0,4% que se ve reflejado en las fuentes de empleo y exportaciones del sector, sin embargo, la formación bruta de capital se contrajo en un 5,2% y las importaciones decrecieron un 1,3% (Banco Central del Ecuador, 2023)

Esto ha generado que en el presente año 2023, el FMI considere a Ecuador como un país con un alto crecimiento y menos inflación, además disminuye el riesgo país, existe mayor flujo de dinero dentro de los mercados ecuatorianos, como por ejemplo el automotriz, sin embargo, no todo son aspectos positivos para el país, dentro de aspectos negativos encontramos que, el país es dependiente del sector petrolero para generar ingresos, existe

crisis social y económica dentro de las últimas décadas y nuevas reformas tributarias. (Banco Central del Ecuador, 2023)

Según el FMI prevé que el PIB crecerá un 2,9%, además también afirma que la tasa de desempleo bajará a 3,6% (PRIMICIAS, 2023). El consumo de los hogares ecuatorianos se ha visto impulsado por un incremento dentro de operaciones de crédito, aumento de remesas y ofertas de empleos.

Hay que tomar en cuenta que, la economía ecuatoriana es dolarizada, lo que significa que existen riesgos externos, estamos sujetos a un tipo de cambio, no tenemos la capacidad de manejar nuestra política cambiaria. Sin embargo, dentro del sector automotriz del país, se registra pequeños crecimientos en las ventas a pesar de las dificultades en las que se encuentra el estado, se ha podido evidenciar que el parque automotor ha crecido un 11% con respecto al anterior año, esto podría ser por distintos análisis, como los precios bajos de automóviles y los financiamientos (Zúñiga, 2023)

La inflación y el poder adquisitivo de las familias ecuatorianas según estudios de Keyword, las capacidades de consumo básicas se ubicaron en \$766,73 USD lo que significa que el crecimiento es de 4,3% en relación con el anterior año (Panorama Ecuador Junio , 2023)

En el presente año las ventas dentro del sector ecuatoriano están desaceleradas, dentro del periodo de enero hasta abril las ventas totales del estado obtuvieron un total de \$68,431 millones, superando al 2022 en 2,9%, no obstante, el sector de transporte y almacenamiento ha presentado un crecimiento con la llegada de nuevas marcas de automóviles dentro del país. (Panorama Ecuador Junio , 2023)

- **Entorno Social:**

La crisis social ecuatoriana se ha visto afectada por distintos factores como, por ejemplo: la desnutrición infantil, Ecuador tiene índices altos de desnutrición lo cual es un problema que siempre ha existido dentro de la sociedad, las brechas sociales, existen desigualdades con relación a acceso a servicios básicos de calidad, como la educación, y seguridad.

La inestabilidad política ha generado división dentro del país, la violencia y delincuencia dentro del país tenido un aumento nunca antes visto, ha aumentado en un 58% con respecto al año 2022 (El País, 2023). Esto ha generado una preocupación para la sociedad

ecuatoriana ya que los delitos, así como extorciones y secuestros ha incrementado un 300% con respecto al anterior año.

Con respecto a este factor de la delincuencia ha provocado que la población evite comprar objetos con un alto valor monetario por temor a ser hurtados, los vehículos automotores han sido un objeto de robo del día a día, las personas que denuncian estos delitos afirman que no pueden dejar sus automóviles estacionados en la calle porque en cualquier momento del día son o serán víctimas de robo, en lo que va del semestre, se han registrado 770 robos de vehículos en distintos barrios de la ciudad, por lo que significa que, adquirir un vehículo alemán, pueda llamar la atención para ser afectado por un robo. (El Universo, 2023)

Además, esto ha traído como consecuencia, el aumento en el nivel de migrantes por parte de países vecinos, la clase media y baja son afectados por las decisiones del gobierno, el narcotráfico cada vez tiene más presencia dentro del territorio ecuatoriano y existen altas tasas de desempleo, desigualdad, inseguridad y cada vez más las empresas privadas salen país. (Panorama Ecuador Junio , 2023)

La demanda por vehículos alemanes de alta calidad en el mercado ecuatoriano cada vez ha ido incrementando, esto es una oportunidad para abarcar más parte del mercado ecuatoriano, cada vez aumenta la cantidad de compradores que valoran la calidad y están dispuestos a pagar más por un vehículo alemán. Dentro del primer quinquemestre del año, (enero a mayo) en el puesto 12 de marcas de automóviles más vendidos en el estado ecuatoriano está Volkswagen, con una venta de 1440 unidades; dentro del segmento de buses, la compañía alemana Mercedes Benz ocupa el segundo puesto de unidades más vendidas, con 70 unidades, de igual forma en el segmento de autos, cuenta con 41 vehículos vendidos, Audi con 34 unidades vendidas, Opel con 20 unidades vendidas y en último lugar la marca BMW con 18 unidades vendidas. (El universo, 2023)

Otra oportunidad para las marcas alemanas dentro de Ecuador es, segmentar el mercado del país, identificar a la población que tiene más capacidad para adquirir un vehículo alemán o empresas que tengan de igual forma el poder adquisitivo para abastecerse con estos autos.

- **Entorno Tecnológico:**

Según Project Management Institute, el 71% de las organizaciones en todo el mundo emplea herramientas tecnológicas. Este avance está claramente relacionado con la reciente pandemia vivida, ya que aceleró la digitalización de muchas empresas.

Del año 2019 al 2022 se evidenció un incremento del 32,7% de hogares con acceso a internet, un 25% en las zonas urbanas del país y un 76% en las zonas rurales.

El e-commerce dentro del país es el sector que más crecimiento ha tenido y ha manejado aproximadamente más de \$800 USD para finales del 2023, Leonardo Otati afirma que el crecimiento del sector es por la preparación de las empresas al querer brindar una mejor experiencia. (Revista Líderes, 2023)

Sin duda la globalización del país es un avance muy importante para el desarrollo del estado, para las importaciones de carros alemanes al territorio, significa una ventaja, según el acuerdo con la Unión Europea, se promueve el intercambio de bienes, servicios y desarrollos tecnológicos, esto significa una ventaja muy importante, la industria automotriz se fortalece con estas tecnologías y conocimientos dentro de lo que implica el ensamble de los vehículos y seguridad más eficiente, además, la importación de carros alemanes al Ecuador significa que ya se está impartiendo conocimientos tecnológicos y esto contribuye al desarrollo del país ya que se pueden adaptar y transformar para las necesidades propias del estado, también permite tener una mayor conectividad con mercados internacionales mediante la virtualidad, sin embargo, el costo de estas nuevas tecnologías es muy alto y puede ocasionar que exista perdidas en las inversiones extranjeras. (Panorama Ecuador Junio , 2023)

La tecnología también representa una gran oportunidad, el poder económico de las grandes industrias alemanas, invierten grandes sumas de dinero para el desarrollo, es por eso que, marcas como BMW utiliza rayos X para ensamblar sus vehículos, de igual forma BMW afirma que el motor del futuro funcionara con electricidad.

En el año 2010 se presentaron bajo un nuevo lema que es “*Born electric*”, con esta frase introdujeron nuevas tecnologías implementadas en uno de sus primeros autos eléctricos, el BMW i3, que incorpora un motor híbrido; en el año 2019 presentaron su nueva iniciativa “*Hydrogen next*”, demostrando un avance tecnológico empleado en las pilas de hidrógeno. (BMW, 2023)

De igual forma la marca Audi ha presentado uno de los más grandes avances dentro de la industria, “*Vehicle to infrastructure*”, este avance consiste en conectar los autos con los semáforos de la ciudad, tiene el objetivo de alertar a los conductores en qué momento el semáforo permitirá avanzar o detenerse, en temas de seguridad, este desarrollo tecnológico reducirá la cantidad de accidentes en la vía. (Audi, s.f.)

El desarrollo de los autos Mercedes Benz también ha beneficiado mucho a la industria, ha aportado con conocimiento como el “*E-active*”, es una de las mejores suspensiones conocidas en el mundo, funciona de forma eléctrica y controla los elementos elásticos de cada neumático de forma independiente, tiene el objetivo de sacar adelante el vehículo de cualquier obstáculo presente; el sistema de asistencia activa, para retenciones que funciona regulando la velocidad del auto cuando existen problemas de tráfico dentro de la ciudad, tiene el objetivo de mantener al automóvil dentro de un rango seguro para la integridad integral del conductor y de sus pasajeros, después de la máquina. (Mercedes Benz Louzao, 2019)

- **Entorno Ecológico:**

Los factores ecológicos dentro de Ecuador pueden variar y pueden darse por distintas situaciones, sin embargo, dentro de las que más resaltan son la deforestación, la tala indiscriminada de árboles para los distintos sectores económicos como la agricultura, ganadería y la industria maderera han ocasionado que se pierdan los hábitats naturales y pérdida significativa en la vida animal.

El cambio climático es de igual forma una de las más grandes preocupaciones para los ecuatorianos ya que aumentan las temperaturas, lluvias más frecuentes y esto puede generar un impacto de gran importancia en la biodiversidad y ecosistemas del país.

El sector petrolero y automotriz es uno de los sectores más causantes de la disminución de la calidad del aire en Ecuador. (Márquez, 2021)

- **Entorno Legal:**

Actualmente Ecuador cuenta con un reglamento de la Ley de Transformación Digital y Audiovisual, consiste en crear oportunidades mediante la atracción y el fomento de inversionistas, en el mes de Julio, el primer mandatario aclaró que, mediante el uso del reglamento se fortalecerá la innovación, desarrollo y se tendrán beneficios como

exoneración de tributos para empresas que obtengan el certificado audiovisual. (Ministerio de Telecomunicaciones, 2023)

Para el mercado automotriz ecuatoriano, existe normativas y regulaciones que tienen distintas funciones, como, por ejemplo, el decreto 068 que habla sobre la promoción y atracción de inversionistas, el decreto 184 que habla sobre el impuesto anual a los vehículos motorizados. Existen varios decretos ejecutivos que facilitan y a su vez complican el mercado automotriz ecuatoriano, cada vez se tiene que cumplir con más normas, sin embargo, todas estas normas legales están hechas para beneficiar y desarrollar la industria automotriz ecuatoriana. (AEADE, s.f.)

Tras la muerte cruzada se han aprobado decretos, como, por ejemplo, el decreto economía familiar que tiene como objetivo cambiar los gastos deducibles del impuesto a la renta, esto beneficiará a la clase media, reducirá el pago del impuesto a la renta, cambios en la tabla de impuesto a la renta para las personas naturales y se va a inyectar dinero a la economía de alrededor de \$195 millones de USD

También se considera aprobar posibles decretos de ley como en el mercado de valores, finanzas públicas, seguridad social, alianzas en el sector público y privado, ley de quiebras y en la contratación pública.

P	E	S	T	E	L
Político	Económica	Social	Tecnológico	Ecológico	Legal
<p>-Crisis política y disolución de la asamblea nacional, creando una división entre la población y una inestabilidad política que desalienta la inversión local y extranjera.</p> <p>-Cambios anticipados en el gabinete y una acumulación de proyectos de ley pendientes.</p> <p>-Inseguridad política y preocupación ciudadana sobre la delincuencia, la crisis económica, el empleo y la corrupción.</p> <p>-Mantenimiento del acuerdo con la Unión Europea que favorece las exportaciones, especialmente de productos alemanes hacia Ecuador.</p>	<p>-Crecimiento económico lento post-pandemia, con un incremento en el gasto de consumo y una contracción en la formación bruta de capital.</p> <p>-Dependencia del sector petrolero y necesidad de nuevas reformas tributarias, acumulación de proyectos de ley pendientes.</p> <p>-Economía dolarizada que presenta riesgos externos y limita la política cambiaria.</p> <p>-Inflación controlada y crecimiento del sector automotriz, pese a desafíos económicos.</p>	<p>-Desigualdades sociales, desnutrición infantil y acceso limitado a servicios básicos de calidad.</p> <p>-Aumento de la violencia y delincuencia, afectando el comportamiento de compra, especialmente en vehículos de alto valor.</p> <p>-Inseguridad, desempleo y migración como problemas sociales emergentes.</p> <p>-Impacto del narcotráfico y la salida de empresas privadas del país.</p>	<p>-Incremento en la adopción de herramientas tecnológicas y acceso a internet.</p> <p>-Importación de tecnología automotriz avanzada desde Alemania, facilitada por acuerdos con la Unión Europea.</p> <p>-Costos elevados de nuevas tecnologías que pueden desincentivar la inversión extranjera.</p>	<p>-Deforestación y pérdida de biodiversidad debido a actividades económicas.</p> <p>-Cambio climático y sus impactos en la biodiversidad y ecosistemas.</p> <p>-Contaminación del aire debido al sector petrolero y automotriz.</p>	<p>-Nueva Ley de Transformación Digital y Audiovisual para promover la innovación y atraer inversiones.</p> <p>-Decretos y regulaciones específicas para el mercado automotriz, como impuestos y promoción de inversiones.</p> <p>-Aprobación de nuevos decretos post-muerte cruzada para apoyar la economía familiar y posibles reformas en varios sectores económicos y públicos.</p>

Figura 7 Resumen Análisis PESTEL.

2.3 Fuerzas de Porter

- Poder de negociación de los clientes:** Se debe tomar en cuenta que, la cantidad de personas ecuatorianas que quieren comprar un automóvil alemán es considerablemente baja a comparación de otras marcas de vehículos, es por eso que, se puede decir que los clientes no tienen mucho poder de negociación por cada compra, sin embargo, los ecuatorianos tienen acceso a información sobre los carros alemanes, pueden comparar modelos, características y precios, esto puede aumentar el poder negociación que tienen frente a las decisiones de que vehículo comprarán.

Para negociar un auto alemán dentro del país se debe considerar varios aspectos importantes, los cuales se detallarán a continuación:

- Investigación previa:** dentro de esa fase los compradores investigan sobre todos los modelos, precios y características antes de visitar un concesionario.

- **Visita al concesionario:** el cliente visita los concesionarios en persona para solicitar pruebas de manejo, y obtener más información sobre como es el vehículo que está interesado.
- **Financiamiento:** Los compradores exploran distintas alternativas para financiar su vehículo, es por eso que, se puede incluir distintos métodos de pago como a contado, crédito vehicular o financiamiento otorgado por el concesionario.
- **Negociación del precio:** dentro de esta etapa los vendedores pueden incluir descuentos, promociones o paquetes especiales para enganchar al comprado, además los concesionarios pueden ofrecer planes de pago con el objetivo de facilitar la venta de sus automóviles.
- **Trámites legales y de pago:** aquí se incluye el pago de impuestos, todos los trámites que corresponden después de la venta del vehículo.
- **Postventa:** aquí los vendedores ofrecen servicios de mantenimiento y garantías que hacen que, la compra de uno de estos vehículos alemanes sea toda una experiencia.

Existe gran variedad de marcas automovilísticas que son ensambladas dentro y fuera del país, por lo general, existen varias unidades disponibles para la venta, por lo que la competencia ofrece más opciones al mercado: y, por lo tanto, se puede elegir distintas marcas y modelos.

Además, la población ecuatoriana es más cuidadosa al gastar su dinero en bienes y servicios, debido a la situación económica actual, por lo que, en cualquier momento el precio de los automóviles puede subir significativamente y puede disminuir la demanda de los vehículos alemanes; otro aspecto dentro de la población ecuatoriana es que muchas veces al adquirir un automóvil se busca fuentes de financiamiento, por lo que puede influir en el poder de negociación dentro de este aspecto, esto dependerá mucho si las fuentes de financiamiento ofrecen tasas de interés altas o bajas.

La lealtad a la marca dentro de los ecuatorianos es muy común, se sabe que, si es un auto alemán es bueno, este reconocimiento o prestigio otorgado también es considerado como influyente dentro del poder la negociación, ya que si la marca tiene clientes fieles tiene un grado de ventaja frente a la competencia; existe otro tema importante el cual es las regulaciones y aranceles del país, puede afectar a los automóviles importados desde

Alemania ya que, si aumentan estas restricciones, afectará todos los costos para importar y por ende, se incrementará el precio final para los consumidores ecuatorianos.

Por último, uno de los temas más importantes es la situación económica y las condiciones del mercado ecuatoriano, en otras palabras, el poder de negociación de los clientes dependerá mucho de la cantidad de clientes existentes, información disponible al momento, competencia del mercado, precio y condiciones económicas del país.

- **Poder de negociación de los proveedores:**

Los principales proveedores de carros alemanes en Ecuador son, Volkswagen que cuenta con distribuidores autorizados y tienen varios modelos disponibles listos para la venta, BMW es una de las grandes marcas que tiene presencia en el país y tiene una amplia gama de modelos, Mercedes Benz es conocido por sus autos de lujo y tiene concesionarios dentro del país, ofrecen vehículos personales y vehículos comerciales, también se encuentra la marca Audi que cuenta con concesionarios dentro de Ecuador y tienen un amplio catálogo de autos y por último, la nueva marca dentro del mercado ecuatoriano que es Opel, que ya cuenta con concesionarias dentro del país y con unidades disponibles para la venta.

Además de esto, existen concesionarias autorizadas de marcas alemanes en donde tenemos a Autolider Ecuador S.A, que es conocida por ser la distribuidora oficial de la marca Mercedes Benz, Audi Zentrum Quito y Audi Zentrum Guayaquil, que como su nombre lo indica, es un concesionario reconocido por ofrecer vehículos de la marca Audi, Álvarez Barba S.A, es la empresa reconocida por ser representante de la marca BMW y Azuero Vehículos que es la empresa involucrada en la distribución de vehículos marca Volkswagen.

Dentro del poder de negociación con los proveedores se abordarán varios factores importantes como, la cantidad de proveedores y su enfoque, dentro de este factor, los proveedores pueden tener una posición dominante frente a ciertos mercados del mundo, sin embargo, la gran cantidad de suministradores puede afectar el poder de negociación.

Los vehículos alemanes son productos de gran calidad, de buen diseño y tienen un desarrollo tecnológico muy alto, por lo que, si el automóvil que deseamos importar es único dentro del mercado o es un producto muy diferenciado del resto, los proveedores

se verán en ventaja ya que tendrán más poder de negociación y la empresa que desee importar querrá tener este vehículo dentro de su inventario disponible para la venta.

La disponibilidad de proveedores es otro factor importante, ya que, si hay suministradores de automóviles de alta calidad en otros países, los importadores ecuatorianos pueden tener más poder de negociación al elegir distintas fuentes para suministrar. Otro factor importante es, la negociación a corto y largo plazo con los proveedores, esto puede influir dentro del poder de negociación, si se logra un acuerdo para establecer relaciones muy sólidas y sobre todo confiables es muy común que, se tenga un poder para negociar mucho más dominante.

Las regulaciones y las barreras comerciales pueden afectar la importación de los vehículos alemanes, ya que, si existen cambios dentro de las políticas comerciales del país o también si los aranceles cambian, influiría directamente en los precios y en la cantidad de automóviles.

Las estrategias de negociación para los importadores es de suma importancia ya que se pueden acordar términos muy favorables para ambas partes, como precios, tiempos de entrega y métodos de pago.

- **Amenaza de nuevos competidores:**

Las barreras arancelarias es una amenaza directa, ya que, pueden aumentar el precio considerablemente de los automóviles alemanes en el país, esto resultaría que, se convierta menos competitivo dentro del mercado en relación con el precio, debido a que existirían otras marcas mucho más económicas disponibles para la venta, el impacto de estas barreras es que, reduciría la demanda de vehículos alemanes dentro del mercado ecuatoriano y, por ende, perdería participación en el país.

La competencia local es una de las amenazas directas, ya que pueden ofrecer precios muchos más competitivos y a más bajos costos, además de que, se pueden adaptar de mejor forma a las exigencias del mercado ecuatoriano. También, si existieran cambios dentro de las regulaciones ambientales o de seguridad se podría ver afectado los autos alemanes, ya que no podrían cumplir con los estándares que exige el país, por lo que, podría encarecer los costos para adaptar los automóviles o limitar su capacidad para poder entrar al país.

Las fluctuaciones al tipo de cambio es una amenaza muy presente dentro del país, constantemente en Ecuador se afectan mucho a los precios de las importaciones por lo que, si el dólar aumenta frente al euro podría producirse que sus precios sean más caros.

- **Amenaza de productos sustitutos:**

La amenaza de productos sustitutos es de suma importancia, estos bienes reemplazan o satisfacen las necesidades del consumidor por lo que afectaría la demanda de vehículos importados desde Alemania.

El transporte público es una amenaza, es una opción mucho más económica y de uso recurrente dentro del país, también existen plataformas de movilidad como Uber y taxis, los efectos de esto son, que no exista la necesidad de adquirir o comprar un automóvil de uso personal causando una disminución de autos alemanes en el país.

Si existieran innovaciones dentro de los servicios públicos como, por ejemplo, ampliación de carriles exclusivos, vehículos más limpios y eficientes podría ser una opción mucho más llamativa para la movilización ciudadana.

Las bicicletas y scooters eléctricos son otra alternativa de movilización para los ciudadanos, es una opción más económica y saludable para desplazarse de un lugar a otro, el efecto de esto es que, no exista la necesidad de tener un vehículo personal para movilizarse a cortas distancias.

- **Rivalidad entre competidores:**

En el mercado ecuatoriano existe una gran cantidad de competidores dentro del mercado automotriz, como consecuencia de esto, la diferenciación de autos alemanes no es apreciada por los ciudadanos del país, no obstante, la entrada de vehículos chinos al país igualmente han cambiado mucho al mercado, han ocasionado que cada vez crezca más el porcentaje de población con un vehículo chino, sin embargo, la calidad de estos vehículos ha sido muy cuestionada a lo largo de los años, las marcas alemanes se destacan por su gran calidad y servicio, por lo que, los automóviles de Alemania destacan fácilmente frente a estos nuevos competidores, sus características que más sobresalen del resto son su calidad y tecnología innovadora.

En Ecuador no existe competidores locales que fabriquen autos, por lo que el mercado del país está completamente marcado por automóviles de origen, europeo, chino, japones

y estadounidense, sin embargo, cada una de las marcas automovilísticas tiene un asentamiento sólido dentro del mercado, como consecuencia, dificulta la venta y distribución de vehículos alemanes.

Los automóviles de procedencia China ofrecen vehículos mucho más económicos al público ecuatoriano por lo que su estrategia de precios atrae gran parte del mercado, por otro lado, los autos alemanes deberán cambiar sus estrategias de precios para atraer más clientes y poder ser más competitivos dentro del mercado sin comprometer la calidad sus productos.

La cantidad de unidades vendidas en el año 2022 en el mercado ecuatoriano está liderada por las marcas Chevrolet que ocupa el primero puesto con un volumen en ventas de 17,227 unidades, en segundo puesto se encuentra la marca Kia, con un total de unidades vendidas de 14,000, en décimo puesto aparece una de las marcas alemanas reconocidas, Volkswagen con una cantidad vendida de 2,687 unidades. (Automagazine, 2022)

Frente a la llegada de los vehículos chinos al país, ha ido aumentando cada vez más dentro del mercado, hoy en día según datos de la AEADE (2023), existen 107 marcas de vehículos en Ecuador, 52 de ellas son chinas, esto quiere decir que, el porcentaje que ocupan las marcas chinas en el país es del 48,6%, casi la mitad del mercado ecuatoriano, por otro lado, en términos de ventas tiene una participación del 30%.

La primera marca china que aparece dentro de la lista del ranking de ventas y que ocupa el top 5 en Ecuador es, Chery con 2,804 unidades vendidas en lo que va del año, en el séptimo puesto esta la marca Shineray con ventas de 2,189 unidades, en octavo lugar JAC con ventas de 2,096 unidades y Great Wall en décimo puesto con 1,724 unidades vendidas, para las marcas alemanas esto es una gran amenaza, ya que solo una de sus principales marcas aparece en el puesto 12 de la tabla general, la marca Volkswagen.

Sin lugar a duda, la mayor amenaza es la entrada de vehículos chinos al Ecuador, en el año 2022 los automóviles asiáticos crecieron en un 5,5% en participación, por lo que se dice que, esta tasa puede ser constante y puede seguir creciendo dentro de lo que va del año. (AEADE, 2023)

El crecimiento de este mercado según asegura Cazar (2023), es la propuesta de valor que tienen los vehículos, su equipamiento, seguridad, tecnología empleada y diseños, todo esto por un precio muy competitivo dentro del país; Flores (2023) también añade que el

crecimiento de esta industria China es por las preferencias de consumo del pueblo ecuatoriano, “Hoy en día uno de cada tres vehículos que se comercializan en el país son de origen chino.” (EL UNIVERSO, 2023)

Matriz E.F.E

La siguiente matriz sintetizará la información recopilada anteriormente para observar el impacto de los automóviles alemanes en el mercado ecuatoriano.

Tabla 3 *Matriz E.F.E*

OPORTUNIDADES	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Avances tecnológicos en la industria alemana	0,05	2	0,1
Poder de negociación con los proveedores	0,06	2	0,12
Gustos y preferencias de vehículos alemanes por parte de los consumidores	0,05	2	0,1
Expansión del mercado dentro del país	0,05	4	0,2
Posicionamiento en el mercado	0,03	3	0,09
Acuerdo con la Unión Europea para importaciones	0,06	2	0,12
Automóviles innovadores en el mercado ecuatoriano	0,2	3	0,6

AMENAZAS

Inestabilidad política	0,04	4	0,16
Aumento de impuestos	0,04	2	0,08
Aumentos de aranceles	0,03	3	0,09
Productos sustitutos	0,05	3	0,15
Rivalidad entre competidores	0,3	3	0,9
Aumento del desempleo en el país	0,04	3	0,12
TOTAL	1		2,83

En el valor del análisis E.F.E es de 2,83 en donde se nota claramente que las amenazas tienen mayor relevancia dentro del estudio, se puede concluir que, el mercado automotriz ecuatoriano tiene mucha competencia y un mercado muy marcado por marcas dominantes dentro del país.

Tabla 4 *Matriz E.F.I*

FORTALEZAS	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Automóviles de lujo	0,08	2	0,16
Acuerdo comercial multipartes entre Ecuador y la Unión Europea	0,1	3	0,3
Capacidad Financiera	0,1	3	0,3
Imagen de la marca	0,08	4	0,32
Prestigio de los vehículos alemanes	0,07	3	0,21

Los autos alemanes no pierden valor en el mercado	0,07	2	0,14
--	------	---	------

DEBILIDADES

Precio de los automóviles en el mercado	0,1	4	0,4
Costos de mantenimiento	0,04	3	0,12
Consumo de combustible	0,1	3	0,3
Necesidad de combustible de alto octanaje	0,1	3	0,3
Seguros costosos	0,09	2	0,18
TOTAL	1		2,87

En el valor del análisis E.F.I es de 2,87 en donde claramente las debilidades tienen mayor peso dentro del análisis, se puede decir que, existe más barreras que limitan a comprar o adquirir un automóvil alemán, esto ocasiona que, los futuros o posibles compradores de estas marcas alemanas piensen dos veces antes adquirir un vehículo con estas características.

2.4 Matriz FODA

- **Fortalezas:**

Reputación y Prestigio de las Marcas Alemanas:

La calidad, tecnología y prestigio de las marcas alemanas están reconocidas mundialmente.

La seguridad, durabilidad y confiabilidad de los automóviles alemanes son destacadas.

Tecnología y Desarrollo:

Innovación constante en sistemas de seguridad, eficiencia energética y comodidad en los vehículos.

Desarrollo de vehículos amigables con el medio ambiente y con enfoque en la sostenibilidad.

Variedad de Modelos:

Disponibilidad de un amplio catálogo de modelos reconocidos a nivel mundial.

Diseños originales y elegantes que dominan el mercado de lujo.

Compromiso Ambiental:

Trabajo proactivo en la producción de vehículos que sean respetuosos con el medio ambiente.

Seguridad:

Alta calificación en pruebas de seguridad, con más del 75% obteniendo 5 estrellas en seguridad.

Inversión en investigación y desarrollo para garantizar la seguridad de los vehículos.

- **Debilidades:**

Costos Asociados:

Costo elevado para crear y por lo tanto, adquirir un vehículo alemán en Ecuador, lo que podría limitar su compra a un segmento de mercado específico.

Los costos de mantenimiento de los automóviles alemanes son elevados.

Logística y Transporte:

Costos y tiempos de envío de vehículos a Ecuador.

Aranceles, impuestos y regulaciones adicionales para las importaciones.

Distribución y Comercialización:

Necesidad de una red de distribución efectiva y servicios mecánicos de confianza.

La marca y el modelo necesitan estar en sintonía con las preferencias y necesidades del mercado ecuatoriano.

Regulaciones Políticas:

Cumplimiento de múltiples requisitos para la importación de vehículos al Ecuador, que pueden complicar y encarecer el proceso.

Estrategia de Publicidad y Marketing:

La estrategia de depender del prestigio y la calidad de los vehículos sin una campaña publicitaria robusta puede limitar su penetración en algunos segmentos del mercado.

Precio del Combustible:

Los vehículos alemanes están adaptados a condiciones y combustibles europeos que pueden no ser tan accesibles o económicos en Ecuador.

Adaptación al Mercado Local:

La necesidad de estar informados y adaptarse continuamente a las cambiantes condiciones y preferencias del mercado ecuatoriano.

Competencia con Vehículos de Energías Alternativas:

Con referencia en el mercado hacia vehículos híbridos y eléctricos debido a los costos y preocupaciones ambientales relacionadas con los combustibles.

- **Oportunidades**

Acuerdo con la Unión Europea:

Aunque hay conflictos internos, las relaciones comerciales internacionales, especialmente con la Unión Europea y Alemania, están sólidas y se han incrementado las exportaciones. Esta situación podría proporcionar un escenario para explorar más

acuerdos o ampliar los existentes, potencialmente beneficiando a diversos sectores de la economía ecuatoriana.

Transición Política:

Con el cambio de gobierno y el periodo problemático previsto, podría haber espacio para nuevas propuestas y proyectos que aborden los problemas urgentes del país. Se podría plantear soluciones o colaboraciones estratégicas con inversores o entidades internacionales para encontrar alternativas y soluciones a los desafíos que enfrenta el país.

Crecimiento en Sector Automotriz:

A pesar de las dificultades políticas y sociales, el sector automotriz ha mostrado crecimiento, especialmente en el área de vehículos alemanes. Las empresas automotrices, especialmente alemanas, podrían ver esta preferencia del mercado ecuatoriano como una oportunidad para invertir más en el país o adaptar sus estrategias de marketing para capitalizar este interés.

FMI y Crecimiento Económico:

Las previsiones del FMI y ciertos índices económicos que muestran un crecimiento, aunque moderado, en la economía ecuatoriana, podrían utilizarse para atraer inversiones y promover un clima de negocio positivo a nivel internacional, asumiendo ciertas estabilidades y garantías.

Gasto en Consumo:

La subida del gasto de consumo final dentro de los hogares puede sugerir una oportunidad para empresas en sectores que se benefician directamente de este gasto, como bienes de consumo y servicios.

Demanda de Vehículos Alemanes:

La demanda de vehículos alemanes ha crecido, representando una oportunidad para las marcas alemanas en el mercado ecuatoriano. Las empresas de automóviles alemanas pueden considerar esta preferencia como una oportunidad para incrementar sus inversiones y presencia en el país.

Segmentación de Mercado:

La oportunidad de segmentar el mercado y enfocarse en la población con mayor capacidad adquisitiva puede ser clave para empresas, especialmente en el sector automotriz alemán, que pueden orientar sus estrategias de marketing y ventas hacia estos segmentos más acaudalados, pese al contexto general.

Problemas Sociales como Motor de Innovación:

Los problemas sociales mencionados, como el incremento de la delincuencia y la desigualdad, pueden convertirse en oportunidades si se abordan correctamente. Por ejemplo, empresas de seguridad, tecnología anti-robo para vehículos, o inversión en proyectos sociales podrían ver esto como una oportunidad para introducir soluciones innovadoras en el mercado ecuatoriano.

Adopción de la Tecnología en las Organizaciones:

Posibilidad de desarrollo y expansión de herramientas tecnológicas, dada la tendencia creciente de su uso en organizaciones a nivel global.

Crecimiento del E-commerce:

Explotar el sector del e-commerce, que ha mostrado un crecimiento significativo y es un canal relevante de comercio y negocio.

Avances en la Industria Automotriz:

Incorporar y adaptar las tecnologías de automóviles alemanes, las cuales están avanzando hacia la electrificación y automatización (BMW y Audi han mostrado innovaciones notables).

Importación y Adaptación de Tecnología Automotriz:

La importación de tecnología y conocimientos de ensamble de vehículos puede ser aprovechado para desarrollar y fortalecer la industria local.

Interconexión con Mercados Internacionales:

Utilizar la tecnología para fortalecer la conectividad con mercados internacionales, explorando y expandiendo oportunidades de negocio.

Innovación en Seguridad y Eficiencia de Vehículos:

Implementar y adaptar innovaciones en la seguridad y eficiencia de los vehículos, como las presentadas por Mercedes Benz.

Vehículos Eléctricos y Híbridos:

Apostar por el desarrollo y promoción de vehículos eléctricos e híbridos como una respuesta a la problemática ambiental y como tendencia global de la industria automotriz.

Innovación para la Reducción del Impacto Ambiental:

Investigar y desarrollar tecnologías que minimicen el impacto ambiental del sector automotriz, dadas las preocupaciones ecológicas actuales.

Soluciones Ambientales:

Desarrollar y/o implementar soluciones que aborden los problemas ambientales existentes, como la deforestación y la calidad del aire, vinculándolas con la movilidad sostenible y tecnologías limpias.

Aprovechamiento de Incentivos Legales:

Utilizar los incentivos y exoneraciones fiscales previstas en la Ley de Transformación Digital y Audiovisual para impulsar inversiones en innovación y desarrollo tecnológico.

Adaptación a Normativas Automotrices:

Asegurar la adaptación y cumplimiento de las regulaciones y decretos vigentes para el sector automotriz, explorando cómo estas pueden ser aprovechadas para fortalecer la industria local.

Exploración de Nuevas Legislaciones:

Mantenerse al tanto y ser parte activa en la discusión y creación de posibles nuevas leyes o reformas que puedan impactar a diferentes sectores, adaptándose y/o aprovechándolas de manera estratégica.

Desarrollo de Alianzas Estratégicas:

Generar alianzas estratégicas con empresas extranjeras para transferencia de conocimiento y tecnología.

Capacitación y Desarrollo:

Invertir en la capacitación y desarrollo del capital humano en tecnologías y metodologías modernas, con enfoque en la industria automotriz y tecnologías limpias.

Promoción de Vehículos Amigables con el Ambiente:

Establecer campañas que promuevan el uso de vehículos más amigables con el ambiente y que utilicen tecnologías avanzadas para minimizar el impacto ecológico.

Exploración de Nuevos Modelos de Negocio:

Explorar nuevos modelos de negocio que se alineen con las tendencias tecnológicas y ecológicas globales.

- **Amenazas**

Barreras arancelarias

Podrían incrementar los precios de los autos alemanes y disminuir su competitividad frente a otras marcas más económicas.

Competencia local

Otras marcas o fabricantes en Ecuador podrían ofrecer productos más asequibles y alineados con las demandas locales.

Regulaciones y cambios en políticas

Cambios en regulaciones ambientales o de seguridad podrían impactar la importación y venta de automóviles alemanes.

Fluctuaciones en el tipo de cambio

Variaciones en la relación euro-dólar podrían afectar los precios de los autos alemanes.

Amenaza de Productos Sustitutos

Transporte público y plataformas de movilidad

Uber, taxis y otros medios pueden reducir la necesidad de poseer un vehículo personal.

Desarrollo del transporte público

Mejoras en servicios y eficiencia podrían desincentivar la compra de vehículos personales.

Uso de bicicletas y scooters eléctricos

Ofrecen alternativas de movilidad más económicas y sostenibles para distancias cortas.

Rivalidad entre Competidores

Entrada de vehículos chinos

La llegada y expansión de vehículos chinos en el mercado ecuatoriano presenta una amenaza directa por su relación calidad-precio.

Presencia de diversas marcas

La existencia de diversas marcas y su respectiva lealtad de cliente puede fragmentar el mercado y dificultar el crecimiento de los vehículos alemanes.

Estrategias de precios de competidores

Las estrategias agresivas de precios de las marcas chinas pueden amenazar la participación de mercado de los vehículos alemanes.

Otras Amenazas No Categorizadas

Situación económica del país

La salud económica de Ecuador y la capacidad de gasto de los ciudadanos podría impactar las ventas de automóviles, especialmente aquellos vehículos de gama alta o importados.

Acceso a financiamiento

Tasas de interés y accesibilidad a créditos también podrían influir en la capacidad de los clientes para adquirir vehículos nuevos.

Tendencias del mercado

La tendencia de compra y las preferencias del consumidor hacia marcas y tipos específicos de vehículos pueden desviar las ventas de los autos alemanes.

Problemas de importación

Factores como la disponibilidad de proveedores y las negociaciones a corto y largo plazo con los mismos pueden influir en la capacidad de suministro y la oferta de vehículos alemanes en el país.

Regulaciones y aranceles

Cambios en la normativa y costos de importación pueden alterar los precios y disponibilidad de los vehículos alemanes.

Estas amenazas deben ser analizadas y mitigadas estratégicamente para asegurar la viabilidad y crecimiento del mercado de autos alemanes en Ecuador. Es fundamental considerar tanto factores internos de los mercados como externos y globales para desarrollar estrategias integrales que permitan la adaptación y el crecimiento en el entorno cambiante del mercado automotriz ecuatoriano.

En la presente matriz FODA (véase figura 8) se escogieron todas aquellas fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas más relevantes para el estudio.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Automóviles de lujo. -Acuerdo comercial multipartes entre Ecuador y la Unión Europea. -Capacidad Financiera. -Imagen de la marca. -Prestigio de los vehículos alemanes Los autos alemanes no pierden valor en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> -Precio de los automóviles en el mercado. -Costos de mantenimiento. -Consumo de combustible. -Necesidad de combustible de alto octanaje. -Seguros costosos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Avances tecnológicos en la industria alemana. -Poder de negociación con los proveedores. -Gustos y preferencias de vehículos alemanes por parte de los consumidores. -Expansión del mercado dentro del país. -Posicionamiento en el mercado Acuerdo con la Unión Europea para importaciones. -Automóviles innovadores en el mercado ecuatoriano. 	<ul style="list-style-type: none"> -Inestabilidad política. -Aumento de impuestos. -Aumentos de aranceles. -Productos sustitutos. -Rivalidad entre competidores. -Aumento del desempleo en el país.

Figura 8 Resumen Matriz FODA.

De igual forma en la matriz análisis FODA (véase tabla 5) se realizaron los cruces de acuerdo a los elementos más importantes y de suma relevancia para el estudio del mercado.

Tabla 5 *Matriz Análisis FODA*

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	<p>-Utilizar la Reputación y Prestigio de las marcas alemanas para capitalizar la creciente demanda de estos vehículos en Ecuador.</p> <p>-Expandir la Variedad de Modelos y disponibilidad rara atender los segmentos del mercado que están mostrando crecimiento en el sector automotriz ecuatoriano.</p> <p>-Potenciar la Tecnología y Desarrollo innovadora para posicionarse como líder en la transición hacia vehículos más sostenibles y amigables con el ambiente en Ecuador.</p> <p>-Utilizar el Compromiso Ambiental en los avances de los vehículos eléctricos e híbridos para explorar nuevas legislaciones y colaboraciones estratégicas que promuevan la movilidad sostenible.</p>	<p>-Maximizar la Seguridad y la calidad de los vehículos alemanes para diferenciarse de la competencia y ofrecer una alternativa superior a los vehículos chinos.</p> <p>-Explorar Nuevos Modelos de Negocio para permitir una entrada más asequible al mercado ecuatoriano y que contrarresten las barreras arancelarias y regulaciones políticas.</p> <p>-Potenciar la Variedad y Exclusividad de Modelos para mantenerse atractivos ante las tendencias del mercado y la creciente rivalidad entre competidores</p>
Debilidades	<p>-Optimizar los Costos Asociados a través de alianzas estratégicas con empresas locales y</p>	<p>-Mitigar la Adaptación al Mercado Local para ofrecer soluciones de financiamiento o modelos</p>

	<p>aprovechamiento de incentivos legales en Ecuador para reducir precios y aumentar competitividad.</p> <p>-Mejorar la Logística y Transporte y adaptar las estrategias de distribución y comercialización a las preferencias del mercado ecuatoriano para ampliar la penetración de mercado.</p> <p>-Fortalecer la Estrategia de Publicidad y Marketing para aumentar la visibilidad de la marca y alinear los modelos ofertados con las necesidades del consumidor ecuatoriano.</p> <p>.</p>	<p>más económicos que se ajusten a la situación económica de Ecuador y accesibilidad a créditos.</p> <p>-Desarrollar Estrategias contra la Competencia con Vehículos de Energías Alternativas de los vehículos chinos, ajustando los precios o ofreciendo modelos que puedan competir directamente en relación calidad-precio.</p> <p>-Anticiparse a Regulaciones y Cambios Políticos para establecer un plan de contingencia que permita afrontar posibles modificaciones en políticas de importación y aranceles.</p>
--	--	---

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

En el presente capítulo se recolectó toda la información de fuentes primarias relacionada al estudio que se está realizando, además esta investigación sirvió de gran ayuda para tener un panorama mucho más claro y amplio de lo que significa el mercado automotriz en el Ecuador.

3.1 Entrevistas

La entrevista realizada a Alejandro Aguirre, un experimentado trabajador de Toyota con más de 7 años en el sector automotriz ofrece una valiosa visión sobre la posición de la marca en el mercado ecuatoriano. Aguirre destaca la fortaleza de Toyota en términos de calidad, durabilidad y confiabilidad, así como su destacado desempeño en la reventa de vehículos. La cultura corporativa de mejora continua, conocida como "kaisen," también se presenta como un pilar fundamental en el éxito de la empresa a nivel mundial.

Se explora el papel de Toyota en la adopción de tecnologías e innovaciones, desde su enfoque en la seguridad y la renovación constante de modelos hasta su experiencia en vehículos híbridos y la incursión en tecnologías más ecológicas como los motores de hidrógeno. Aguirre aborda con franqueza la influencia de las políticas medioambientales y la transición hacia la movilidad eléctrica, resaltando los desafíos específicos que enfrenta Ecuador en este aspecto.

En cuanto a la competencia, Aguirre sugiere que Toyota se mantiene a la vanguardia tecnológica y no ve amenazas significativas, aunque reconoce la entrada de marcas chinas al mercado. También aborda la importancia del feedback de los clientes en el desarrollo de nuevos productos y destaca las alianzas estratégicas de Toyota con empresas como Daihatsu, Subaru y BMW, destacando cómo estas colaboraciones contribuyen al crecimiento y desarrollo de la marca.

Finalmente, la entrevista ofrece una perspectiva única sobre los desafíos futuros que enfrenta la industria automotriz en los próximos 5-10 años, incluida la necesidad de adaptarse a los cambios en las preferencias del consumidor y las regulaciones medioambientales. En resumen, la entrevista proporciona una visión integral de la

posición actual y futura de Toyota en el mercado automotriz ecuatoriano, a través de los ojos de un experto en la industria.

Entrevista a experto del mercado que trabaja en Toyota

En la presente entrevista, Alejandro Aguirre un trabajador de Toyota, muy amablemente colaboró respondiendo todas las preguntas sobre el sector automotriz (véase el anexo A), además trabaja en el mercado por más de 7 años, se le realizó varias interrogantes con el objetivo de obtener información acerca de cómo está el mercado en el país, las entradas de nuevos competidores en el territorio y cuáles han sido las estrategias de la empresa para su éxito dentro del mercado ecuatoriano.

¿Cuál considera que es la principal fortaleza de Toyota en comparación con otras marcas automotrices?

Claro, la principal fortaleza que tiene Toyota pensaría yo, es su legado de calidad, de perdurabilidad y de fiabilidad de los componentes que maneja, es una marca que tiene un récord mundial dentro de sus marcas afines como por ejemplo Lexus, tiene el récord mundial de ser el auto que menos se ha dañado, el auto que menos ha ido al concesionario por un tema de pues obviamente de reparaciones, entonces es su legado y también lo más importante que aquí en el Ecuador es referente a los demás vehículos, sería pues su capacidad de reventa, se revende y no pierde su poder adquisitivo, realmente puede ser revendido en un muy buen precio.

¿Cómo ha influido la cultura corporativa de Toyota en su éxito a nivel mundial?

Pues la cultura del mejoramiento continuo creería yo que tenemos unos pilares super fuertes como es de la mejora continua kaisen, en el cual nosotros manejamos todo el tema de círculos de calidad, siempre estamos yendo a la fuente para ver todo el proceso y para poder nuevamente ver que en qué se falló y así volver a continuar no dando soluciones parches sino dando unas soluciones adecuadas y correctas en el momento que se requiere.

¿Qué tecnologías o innovaciones considera que han posicionado a Toyota a la vanguardia del mercado automotriz?

Pues las innovaciones serían su crédito propio como Toyota, siempre innovar con algo nuevo es un crédito que ninguna otra marca lo puede realizar, es por el tema de sus reventas, la capacidad de renovar el carro cada 3 años, la innovación en sus sistemas de seguridad, normalmente toda la gama de vehículos Toyota tiene cinco estrellas de

seguridad entonces realmente se piensa bastante que Toyota es una marca que piensa bastante en la seguridad de los ocupantes y es una gran cantidad de innovaciones que tiene la marca en general en este tipo de cosas.

¿Han visto o han tratado de replicar las tecnologías alemanas?

No, en nuestro caso tenemos nuestro propio know-how, de cómo hacer las cosas, y pues realmente el know-how es japonés 100%, o sea es nuestro, de hecho, tenemos el legado de no diferenciar precios por la forma de pago, si tenemos un respeto por las personas en el cual el mismo precio es tanto si lo compra contado, financiado y obviamente que financiado tiene más intereses, pero se maneja el mismo tipo de precios.

¿Hay áreas o segmentos del mercado en los que sienta que Toyota podría mejorar o fortalecer su presencia?

En ese aspecto que Toyota pueda mejorar no, porque de hecho es uno de los que tiene una marca demasiado solicitada en el país, la debilidad podríamos decirlo así son los precios, pero yo pienso que esa debilidad se cortaría con un tema de impuestos en el país en el cual podría tener un auto seguro a un bajo costo que eso normalmente aquí en el Ecuador no existe todavía.

¿Hay alguna tecnología o tendencia en la que sienta que Toyota llegó tarde o no ha aprovechado completamente?

Pues en general como vemos el mercado no, hay otras marcas que están yéndose más por el lado tecnológico como de pantallas, de más ítems, de accesorios adicionales, temas de radios más grandes pero pensaría que sí sería una buena opción de iniciar con eso, pero también nosotros no podemos dejar de ser seguros, dejar de ser competitivos y tener la calidad a tener más tecnología, o sea pensaría que si es que a mí me dieran a escoger entre tener una radio de 32 pulgadas a tener un vehículo que me dé garantía, seguridad y tranquilidad de poder ir en la vía, pues yo pensaría que preferiblemente sería tener la seguridad y tranquilidad.

Con la creciente tendencia hacia la movilidad eléctrica y sostenible, ¿cuáles son las próximas innovaciones o lanzamientos que podemos esperar de Toyota?

Sí exactamente, de hecho nosotros si no lo saben desde hace ya más de 12 años tenemos experiencia eléctrica con los vehículos híbridos, estamos al tanto que somos bastante fuertes en tema de venta de vehículos eléctricos o sea híbridos aquí en el Ecuador, desde

el Prius pasamos después con lo que es el Highlander después pasamos con Corolla Cross, Yaris, o sea tenemos una gama super amplia y con el Corolla prácticamente de vehículos híbridos que nos ayuda a mantener esa parte ecológica en lo que es la marca Toyota, pero sobre todo tenemos nosotros ya en términos internacionales, vehículos eléctricos. Solo que no lo podemos traer acá todavía es un tema también en la parte de las electrolineras, el tema público aquí todavía no se puede mantener para tener un vehículo de esas características 100%, más bien hiciéramos un daño al tener un vehículo de esos aspectos acá.

¿Cómo ve Toyota el desarrollo de tecnologías autónomas y cómo planea incorporarlas en sus futuros modelos?

Claro te cuento, veras en Japón para los carros eléctricos que lanzaron creo que hace más de 10 años en Japón, Toyota fue la primera marca en lanzar vehículos eléctricos en todo el mundo, qué es lo que hizo Japón, invirtió una cantidad no me acuerdo si era 15 o 20 millones de dólares para equipar a la ciudad de Japón con electrolineras para que esos vehículos puedan transitar, entonces realmente hasta incorporar esto acá en el Ecuador va a ser un poco más complicado pero sí obviamente la tecnología eco es lo principal y de hecho también comentarte que ahora estamos viendo que Toyota está generando en este momento motorizaciones de hidrógeno, entonces esto también es una salida al aspecto que realmente no tenemos todavía la suficiente fuerza y capacidad para tener electrolineras porque somos un país en vías de desarrollo.

¿Qué marcas o tecnologías emergentes ve como las mayores amenazas para Toyota en el mercado actual?

Realmente pensaría que no, porque Toyota siempre está a la vanguardia en temas de nuevas tecnologías, en temas de motorizaciones y realmente no consideramos que estamos más atrás, de hecho, les llevamos varios años a las demás marcas en temas de híbridos. Te puedo hablar en el tema de la de las baterías, nuestros costos son ya mucho más bajos porque se vende más, es lo mismo importar para un solo cliente que importar para 10 clientes, obviamente los precios bajan y realmente pues en ese aspecto sí estamos a la vanguardia, en el aspecto tecnológico en el tema de motores y todo ese aspecto. También con lo de las nuevas entradas de vehículos chinos al mercado tal vez Toyota se ha visto un poco afectada dentro de este margen o sea yo como siempre digo hay dos tipos de clientes, el cliente que se fija más en los aspectos externos, como el diseño del

vehículo, partes internas y hay otro tipo de cliente que deja un legado ya en su familia, entonces no vamos a mentir que los carros nos han bajado mercado prácticamente todas las marcas, pero si hay clientes.

Con los cambios globales en las políticas medioambientales, ¿cómo está preparándose Toyota para cumplir con las nuevas regulaciones y estándares?

Como te dije tenemos planes piloto para poder tener vehículos eléctricos, planes piloto también para poder en parte internacional como marca tender motores de hidrógeno, para los mercados más complicados y emergentes de Latinoamérica, Asia y para todos los países. También con la venta o sea con mayor cultura y educación para lo que son vehículos híbridos que también es algo muy vital y se nota porque Corolla Cross es el vehículo más vendido que tenemos, no bueno el Prius es el más vendido de todo el Ecuador, pero el Corolla Cross lo está presionando bastante, o sea es una venta increíble ese auto ya correspondería un 20, 30% de nuestra producción.

¿Cómo está afectando la cadena de suministro global y los desafíos logísticos actuales a Toyota y qué medidas están tomando al respecto?

Sí tenemos un problema y depende del país del que nos provee, Japón, está bien complicado ahorita con tema del vehículo RAV, realmente más que todo por país, Ecuador realmente es un país ciertamente pequeño, a pesar de que tenemos el tercer puesto en ventas a nivel nacional en Ecuador pero para Japón si somos pequeños y realmente pues se prefiere despachar a Estados Unidos, despachar a muchos otros países pero a comparación de hace dos años, tenemos un stock bastante fuerte, bastante grande y ahorita sí no tenemos ningún tipo de problema y si en el caso de que se llega a vender bastante como en este mes, pues tuviéramos oportunidad de brindarles a los clientes dentro de prácticamente 30 45 días el auto en el color que quieren y en la versión que quieran.

Desde su perspectiva, ¿cuáles son los mayores desafíos que enfrenta la industria automotriz en los próximos 5-10 años?

El Ecuador lo que más afronta son las marcas automotrices y la llegada al tratar de poder acostumbrarnos o iniciar la culturalización que solo se fijen en los carros eléctricos, o sea no en los carburantes de fósiles sino que todos hacer una educación para poder hacer la transición, que por lo menos que sea ley, no sé si sabías que en Europa la ley es todos los vehículos tienen que ser híbridos o eléctricos, no existe la posibilidad de que solo sea a

gasolina, entonces que Ecuador se ponga en eso, es mucho más complejo y digamos sí saben qué nos vamos a alinear a estos temas, vamos a alinearnos a vehículos eléctricos, alinearnos a vehículos híbridos en lo cual sería un gran apoyo para el Ecuador, sobre todo por el tema, yo creía que lo más duro sería la culturalización y ese cambio de mentalidad, de cambiar ya de una cosa a otra cosa.

¿Cómo valora Toyota la importancia del feedback y las opiniones de los clientes en el proceso de desarrollo de nuevos productos?

Eso realmente es super importante porque de hecho nosotros manejamos varias herramientas de feedback, trabajamos con lo que es el net promoter score, que es lo primero que diga el cliente cuando compra el carro pasado unos 12 a 15 días el cliente reciba un mail informándole de cómo le fue, si nos recomendaría, ¿qué pasó?, entonces realmente todos esos feedbacks entran directamente a las páginas de Toyota del Ecuador y eso se envía a Japón para que ellos tengan la posibilidad de entender, ahí tenemos el sci, lo que nos ayuda es a que se le llama después de unos 15 días, por ejemplo al cliente, unos días después de la entrega y nuevamente se le notifica qué recomendaría de la marca a otra persona, volvería a comprar en la misma agencia, qué es lo que requeriría, y sobre todo más ahora que la tecnología nos ayuda a transmitir la información, pues ahora con tendencias de redes sociales ayuda también a que la marca pueda también innovar mediante lo que el cliente necesita.

¿Qué impacto han tenido las alianzas y colaboraciones con otras empresas en el crecimiento y desarrollo de Toyota?

Toyota compró hace algunos años a Daihatsu y pues las Daihatsu están encargadas principalmente de generar motores que tengan la capacidad de resistir en países de Tercer mundo, en el cual el combustible aparte de ser costoso es malo, entonces nos ayuda con esos motores, por ejemplo del auto Raize, motores que fueron diseñados de la Rush para que tengan esa posibilidad de poder vivir acá y recordar que es Toyota tiene a Daihatsu y toda la marca que los hace ,pero Daihatsu es propia de Toyota al 100%, todos son Toyota, entonces eso nos ayuda en ese tema, tenemos alianza también con Subaru tenemos, Alianza con BMW internacionalmente con él con el motor del Z4 que es Toyota y usualmente el motor del Supra que es BMW, entonces las alianzas siempre generan grandeza y siempre generan un feedback de lo que estamos haciendo bien versus lo que estamos haciendo mal y complementarnos unos con otros.

Hoy por hoy los autos europeos hablamos generalmente que pueden entrar muchas marcas, pueden entrar Renault puede entrar muchas marcas como BMW, Mercedes que estamos en un punto en el cual los repuestos no hay aquí entonces el costo manutención incrementa, aparte que son autos caros, al ser alto el precio de mantenimiento pues mientras más alto es el precio más se me deprecia el vehículo, entonces pierdo, realmente por esa gama no puede decir que lo recomiendo porque es una muy buena marca pero tal vez para otro tipo de país, en ese aspecto otras marcas como Nissan siempre les digo a mis clientes que verifiquen el top 10 de ventas, quién está en primer lugar, en segundo, en tercero y mediante eso analicen su capacidad, porque también tuve la oportunidad de trabajar con Nissan y los mantenimientos son altos y realmente sí es un poquito ahí el tema de gustos y se debe saber escoger la marca que uno le ve bien, pero hay otros que están dispuestos a pagar tal vez un poco más pero porque le gusta y porque sienten que el auto es fiable y depende de la intención de cada comprador.

- **Focus Group**

En el presente focus group se reunió a 3 personas, con el objetivo de analizar y entender su perspectiva, analizando así su punto de vista desde las preguntas planteadas (véase anexo B) y lo que tienen en común estas personas es poseer un vehículo alemán.

Tabla 6 *Focus Group*

	Iván	Leandro	Pamela
¿Qué les motivó a comprar un auto alemán?	La verdad a mí me motivó comprar un carro alemán ya que he escuchado que es super bueno y, es más, nos da más seguridad y los repuestos actualmente están como que super comercializados.	En mi caso es porque bueno aquí en el país al menos ya se han ido consolidando, igual la marca bueno, tengo un Volkswagen entonces decir una marca que ya está consolidada aquí en el país es muy comercial y a la vez también es muy segura, es de los autos más seguros que tenemos aquí.	Yo también en mi opinión la razón por la cual compré un carro alemán es por su seguridad y también porque principalmente estaban metiendo recién al mercado la marca que yo tengo que es Opel. Entonces nos llamó bastante la atención mi familia y a mí.
¿Cuáles fueron sus experiencias al momento de comprar un vehículo alemán?	A mí de igual manera, fue como que super rápido y todo, ya que igual salió de una el auto del concesionario y todo ese tipo de	Bueno en mi caso como te dije es un auto bastante comercial, entonces era como que solo tenía que esperar la importación del	En mi caso fue un proceso bastante largo pero muy bien asesorado con la marca Opel, se demoró alrededor de unos

	<p>cosas, entonces no tuvimos mayor problema que se nos demore o cualquier inconveniente todo fue super rápido.</p>	<p>concesionario y ya nos entregaron, obviamente igual aquí en el país nos tienen que entregar ya como matriculado y todo ese proceso entonces no tuvimos ningún problema, no esperamos mucho y sí todo con satisfacción.</p>	<p>seis meses porque el carro era completamente importado al menos eso se nos mencionó, entonces estuvo bien el proceso de compra, pero ya al momento de recibir el carro tuvimos bastantes dificultades.</p>
<p>¿Ustedes se encuentran satisfechos con su actual vehículo alemán y por qué?</p>	<p>Eh yo de igual manera estoy satisfecho porque igual los repuestos son de fácil acceso y igual el consumo de combustible no es mucho y también como dice la seguridad es super importante.</p>	<p>Yo sí estoy satisfecho y bueno a la vez que buscaba seguridad y todo, buscaba economía en cuanto a los otros precios y al combustible y todo porque vivo un poco lejos entonces me tocaba moverme todo el tiempo, aparte los autos alemanes en sí tienen buena tecnología, tienen una tecnología bastante avanzada y sí mi experiencia es</p>	<p>En mi caso por el contrario, creo que es un caso muy aislado pero a mí me entregaron un carro que estaba como de muestra, no me entregaron un carro nuevo a pesar de que se indicó que era un carro nuevo, entonces mi carro vino con muchos rayones en las puertas, en las ventanas y se notaba claramente</p>

		<p>super buena la verdad, ahorita el auto no me da ninguna inconveniencia ni nada.</p>	<p>que no era nuevo pero nos entregaron un día que estaba lloviendo, no se veía mucho dentro de la concesionaria entonces no nos dimos cuenta al momento de sacar el carro lo tuvimos que devolver a la concesionaria y hasta ahora seguimos con el trámite de que se reemplacen todos los parabrisas, los vidrios, la pulida del carro que ha sido alrededor de unos 5 meses, también entonces por ese lado no estoy muy satisfecha pero como como ya mencioné es un caso bastante aislado lo que me pasó.</p>
--	--	---	--

<p>¿Qué valoran o qué característica ustedes valoran más en su auto alemán?</p>	<p>Yo valoro como ya mencioné el ahorro de combustible y que es super como que fácil a la hora de manejar y todo ese tipo de cosas, es suave y el volante igual como que es suave.</p>	<p>Creo que de las cosas más importantes que hay que valorar de estos autos es la seguridad como te dije, anteriormente al menos de la gama, digamos de la que yo tengo, es de los autos más seguros que hay según las pruebas que se han hecho y todo entonces creo que ese es el aspecto que yo más valoro del vehículo</p>	<p>En mi opinión, lo que yo más valoro del vehículo es la tecnología que tiene, se nota que es bastante avanzada y también como ya mencionaron, la seguridad de todo.</p>
<p>¿Algún aspecto que cambiarían o mejorarían en su auto?</p>	<p>En mi caso igual obtengo un buen servicio entonces igual estoy super contento con el carro, igual no me ha pasado mayores dificultades o mayores cosas entonces sí estoy contento con él automóvil.</p>	<p>Creo sería creo más que todo del servicio y del servicio postventa acá pero bueno es un tema aparte, pero de ahí en sí de la marca y del auto no la verdad estoy bastante contento.</p>	<p>En mi caso solamente el hecho de que me lo hayan entregado como rayado y todo eso, ha sido un poco difícil, pero si no hubiera sido por ese aspecto yo creo que todo estaría bien con el carro.</p>

<p>¿Cómo ha sido su experiencia con el mantenimiento?</p>	<p>No para nada, entonces de igual manera puede ser que los repuestos sean de fácil acceso, pero quizás pueda costar un poco más, pero bueno eso son detalles que se pueden mejorar o cumplir, entonces es eso, pero de ahí no hay mayor reparo en el automóvil.</p>	<p>En mi caso no he tenido nada que reparar la verdad y como te digo el servicio postventa aquí sí es un poco bajo en sí en el servicio, porque el tiempo de espera y todo eso es un poco prolongado y aparte los costos aquí o sea me parece que en algunas cosas un poco ilógicas en sí de los repuestos, en algunos casos no, pero de ahí en sí o sea se ha cumplido, se podría decir la verdad no he tenido ninguna garantía de que pasará, pero en sí los mantenimientos y todo sí se han hecho un poco caros pero sí de igual manera yo como que solo los mantenimientos. .</p>	<p>En mi caso completamente diferente con lo que mencionaron, yo desde el momento que recibí el carro tuve que mandarlo otra de vuelta a la concesionaria por todas las fallas que tenía, más bien físicas por afuera del carro, entonces sí he estado en el proceso bastante lento de arreglar cada parte, al principio se me reemplazó el parabrisas, ahora estamos esperando a que lleguen las importaciones de los vidrios y nunca me respondieron por los servicios postventa de la pulida del carro, ósea ha sido un</p>
--	--	---	--

			servicio bastante deficiente en mi opinión al menos para la marca de Opel.
¿Consideran que los costos de mantenimientos o de servicios son costosos o son precios relativamente accesibles?	Bueno en mi caso como ya mencioné el tema de costos puede ser que en algunos lugares sea como que un poco más costoso y puedas encontrar en otros lugares un poco más barato, pero justamente quizá en carros alemanes puede ser más elevado el costo y en tema de repuestos y de reparaciones y ese tipo de cosas sí.	En el caso de los costos como te dije anteriormente, existen no sé a veces es un poco ilógico como te dije los costos porque imagínate no me acuerdo la última vez creo que me pasó que ya tenía que cambiar las pastillas del auto y ósea en cualquier parte no es muy caro no, pero me querían cobrar como 300\$ solo del cambio de pastillas de freno, entonces en ese caso si lo vi como que me costaba más que un mantenimiento completo, entonces hay cosas que sí van fuera de lugar, en mi opinión creo que	Creo que en mi caso al menos para pulir la parte de afuera del carro ha sido un poco costoso ha sido alrededor de \$50 por pulida y aun así sigue bastante rayado el carro y eso es algo que la que la empresa Opel no se ha hecho cargo, a pesar de tener la garantía, también lo de los vidrios, que eso ya no se puede arreglar con pulida deben hacerse cargo ellos, y hasta ahora no hemos tenido mantenimiento, pero estamos esperando a que lo

		como te dije es un auto bastante comercial y aquí podemos encontrar bastantes repuestos y de la misma calidad pero un costo un poco más bajo a mi parecer.	resuelvan de alguna manera.
¿Cómo percibiría la presencia y la adaptación de carros alemanes en Ecuador?	De igual manera yo pienso como dijo Pamela que las marcas de gama más altas generan un estatus, entonces siguen bajando como que como las marcas de menos costo y así en relación, pero yo pienso que si puede haber opciones mejores y un poco más económicas en relación al mercado. Pero ha tenido una buena adaptación en Ecuador ya que se ha visto bastantes carros y hablo por marca de	Como te dije los autos alemanes tienen una tecnología bastante avanzada, en sí toda la industria alemana es bastante avanzada, en este caso la tecnología yo pienso que sí tienen bastante buena acogida porque al mismo tiempo igual como tienen gamas en todo puede ser accesible para cualquier persona, en este caso dependiendo del gusto y todo, pero sí o sea yo creería que si tiene bastante acogida.	En mi opinión también pienso que los carros alemanes tienen bastante acogida en este mercado, también porque de cierta manera los carros como BMW son como de gamas más altas que generan cierto tipo de estatus a las personas, entonces también creo que por esa por ese aspecto se están valorando más aquí en este mercado.

	Volkswagen y BMW.		
¿Qué opinan o qué piensan sobre los precios de los autos alemanes En comparación con las marcas que existen en el país?	<p>Para mí se podría decir está bien el costo como como decía Pamela y también te da estatus una marca y todo eso y también ósea obviamente son gamas más altas, que te ofrecen mejor y mayor seguridad y más tecnología y en esos aspectos entonces si tú vas por precio y todo eso existen gamas también, entonces para la gama que yo tengo en comparación a otras marcas yo creo que está bien el precio en comparación de las otras.</p> <p>Y Bueno yo pienso que de igual manera los autos aquí en Ecuador están sobrevalorados, entonces</p>	<p>En sí por los impuestos y todo lo que pagamos aquí en Ecuador, todos los autos son caros o sea dependiendo de cualquier marca que tú digas o veas en comparación a otros países, aquí es mucho más caro, pero en sí a comparación de las otras marcas y según lo que ofrecen y todo, sí.</p>	<p>Yo creo que en base a como que hablando de las marcas alemanas uno puede como generalizar una marca alemana a calidad, entonces eso también justifica un poco el precio que se ponen en los carros, también depende mucho de las gamas con las que se trabaje por ejemplo, una gama mucho más alta como como es BMW es mucho más costoso pero la tecnología que te ofrece y la seguridad también como genera un valor, entonces también pueden encontrar carros mucho más baratos como igual de la marca</p>

	<p>justamente por ejemplo en la marca de Volkswagen, existen ciertos estatus por ejemplo por lo que es la gama de autos se llama Pasat que es un poco más cara de lo habitual y entonces ahorita sacaron como que una que es los Volkswagen Polo entonces están como que hechos para un consumidor joven, para un consumidor que ahorre económicamente, entonces eso también es necesario visualizar.</p>		<p>Opel que no son nada costosos en comparación a otras marcas para ser un carro alemán.</p>
<p>¿Ustedes volverían a comprar un auto alemán en un futuro y por qué?</p>	<p>De igual manera para una futura compra si me compraría otro auto alemán, ya que actualmente están con nuevos modelos de calidad</p>	<p>Sí o sea bueno mi marca favorita aquí en auto pequeños es BMW, ósea si yo tuviera la oportunidad igual sí me lo compraría sin pensarlo.</p>	<p>En mi opinión creo que en base en mi experiencia también no me volvería a comprar un carro específicamente de Opel por el</p>

	<p>tecnología y seguridad que son lo que ofrecen los autos alemanes entonces sí consideraría en comprarme en un futuro un carro alemán.</p>		<p>servicio que yo recibí aquí, yo creo que es un servicio más bien por el medio en el que estamos en Ecuador, pero también tengo experiencias con otros carros como BMW que sé que el proceso estuvo muy bueno de compra y también postventa ha sido excelente, entonces yo creo que si es otra marca que no se, claro o sea hay que un poco distinguir más o menos como que el tiempo de por así decirlo de dominio que tienen las marcas por ejemplo BMW y Audi son unas marcas que tienen por así decirlo mayor prestigio en</p>
--	---	--	--

			comparación a otras.
¿Ustedes considerarían o tendrían algunos factores que influirían en comprar autos alemanes en un futuro?	Desde mi punto de vista igualmente, si yo me compraría a futuro un carro alemán, considera también el punto de la reventa a un futuro, considerando el punto también de la seguridad que nos brinda y considerando los repuestos que sean un poco costosos y ese tipo de cosas y si lo consideraría de verdad.	Si consideraría en comprar un carro usado alemán, en el caso de servicio postventa yo creo que al menos de las marcas que más se podría decir de las gamas más altas, en sí es un poquito más demorado, por lo que en sí todo es caro, no tienen stock aquí entonces no se abastece eso, en ese caso entonces de ley siempre vamos a tener que esperar un poco más y aparte de eso no son tan comerciales y no existe o sea tú no vas a cualquier lugar y encuentras no sé un guardachoque o un espejo retrovisor o cosas así de un Mercedes, o así entonces en ese	Yo igual me encuentro muy abierta la idea de comprar un carro usado, me gusta mucho esa idea, pero también hay que estar como conscientes de que aquí en este mercado se devalúan muy rápido los carros entonces, eso también es importante ver, para ver si lo quieres vender después, o si te lo quieres quedar mucho tiempo, entonces, pero por mí sí podría comprarlo.

		<p>caso el servicio post venta sí sería de pensarlo y en el caso de comprarse un auto usado de esos, bueno en mi caso como te dije por mi gusto por esos autos si lo haría a pesar de que no es muy comercial y todo el asunto.</p>	
<p>¿Sugerencias para mejorar los procesos de postventa?</p>	<p>Por mi parte en el tema de los concesionarios es sumamente importante mencionar que el tema del precio de los repuestos, el precio de los mantenimientos es sumamente alto y pese a eso te toca esperar el turno, esperar por el mantenimiento que se demoran más de lo habitual y pese a eso como se mencionó se puede conseguir el mismo</p>	<p>Ósea en cuanto al servicio posventa como te dije bueno eso ya depende más que todo de los concesionarios de acá, ósea en el caso de los costos que hay cosas que sí son demasiado caras y cosas así que como te dije, tú vas a otro lugar y encuentras eso en menos de la mitad del precio y es la misma calidad y todo entonces existen cosas así que sí deberían ser no sé un poco más</p>	<p>Yo estoy de acuerdo con lo que dice Iván creo que las concesionarias deberían dirigirse al cliente y mencionarles que los precios podrían ser bastante elevados para el mantenimiento, para los repuestos ya que son carros que al menos los de alta gama no son muy usuales acá en Ecuador, entonces lo más</p>

	<p>repuesto, el mismo mantenimiento en un precio mucho más barato en otro lado, entonces eso y el tema de la mano de obra de los concesionarios también es sumamente alta.</p>	<p>controladas y eso porque o sea el servicio en sí creo que al menos en algunos aspectos es bueno no tan rápido pero se realizan los trabajos, aquí sí existe gente capacitada y por las marcas y todo entonces por ese lado creo que va todo bien.</p>	<p>probable es que los tengan que importar los repuestos, entonces ya son cosas que quedan fuera de las manos de las concesionarias porque los tiempos de importación ya son por aduanas y no depende mucho de ellos entonces creo que eso con el tiempo se podría mejorar pero por el momento no sé si podrían agilizar ese proceso al menos de importación.</p>
<p>¿Cómo ustedes cómo compararían su auto alemán frente a otras marcas de aquí del país?</p>	<p>De igual manera sería bueno destacar que, bueno las marcas alemanas tienen una gama alta y una gama como que promedio, por ejemplo gama alta</p>	<p>Ósea como te había dicho antes igual y en comparación a otras marcas no sé cómo Chevrolet te pongo un ejemplo, hay muchas cosas que cambian y dependiendo del</p>	<p>Por mi parte yo creo que como diferenciándolos un poco de los demás carros de otras marcas que están en el país, creo que a pesar de que las marcas</p>

	<p>de BMW y gama baja hay gamas promedio por ejemplo por decirte un nombre Volkswagen, entonces eso sí sería un diferenciador ya que por ejemplo para Volkswagen lo repuestos tú lo consigues como que super rápido, como que un poco más accesibles, pero si te pones a buscar por ejemplo como dijo Pamela, justo de la antena del BMW sería un poco más complicado ya que está el tema de importación y ese tipo de cosas.</p>	<p>país en el que va el vehículo, o sea ponte acá llegan muy poco armados los vehículos, con lo básico, entonces las marcas alemanas igual tienen como que estándares para enviar los vehículos, también entonces no es que llegan menos no sé cómo decirte o sea básicamente armados, te podría decir exactamente en comparación a otros como te digo, entonces eso te brinda mayor seguridad y la tecnología que tienen también viene como en otros países.</p>	<p>alemanas tengan gamas altas y gamas como más económicas, siguen siendo carros de alta calidad y también como presentan son bonitos a la vista, entonces eso también como da un poco de valor agregado en mi opinión.</p>
--	---	---	---

Tabla 5. Resultados Focus Group

3.2 Observación Páginas Web

Se realizó la observación a las páginas web de las distintas marcas alemanas que existen en el país, en donde se describe básicamente las funciones que tienen las páginas desde modelos, precios, contactos, servicios y demás información que proporcione la web.

- **MERCEDES BENZ**



Figura 9 Página Web Mercedes Benz.



Figura 10 Modelo de autos Mercedes Benz.

La página proporcionada es del distribuidor oficial de Mercedes-Benz en Ecuador, donde se presentan diferentes modelos de automóviles y SUVs con sus respectivos precios incluyendo IVA. Se puede acceder a más detalles, cotizar o configurar cada vehículo según las preferencias del usuario. La página también proporciona una opción para ir directamente al contenido principal.

Los vehículos están organizados en categorías como Clase A, Clase C, Clase E, y diferentes modelos de SUVs como GLA, GLC, GLE, entre otros.



Figura 11 *Categorías en página web Mercedes Benz.*

En la página, los precios de los vehículos varían desde los \$54.990 hasta los \$389.990. Cada modelo presenta una imagen, el nombre y precio. También, hay enlaces que permiten al usuario ver más detalles, cotizar o configurar el vehículo. Los modelos están organizados en dos categorías principales: "Automóviles" y "SUV", subdivididas en distintas clases y modelos. Por ejemplo, en la categoría "Automóviles" se encuentran las clases A, C y E, mientras que en "SUV" se incluyen modelos como GLA, GLC, GLE, GLS y Clase G1.



Figura 12 *Oferta de vehículos de Mercedes Benz.*

La página también ofrece información sobre vehículos deportivos, eléctricos, camiones, chasis, buses y vans. En la sección de eléctricos, los precios van desde \$79.990 hasta \$136.999. En camiones, los precios varían entre \$69.990 y \$165.990. También hay una variedad de chasis y buses con precios desde \$74.990. En la sección de vans, los modelos SPRINTER varían en precio desde \$62.990 hasta \$72.990.



Figura 13

Contacto página web Mercedes Benz.

En la página del distribuidor oficial de Mercedes-Benz en Ecuador, hay un número de teléfono proporcionado para contactarlos: (+593) 2 3930780.

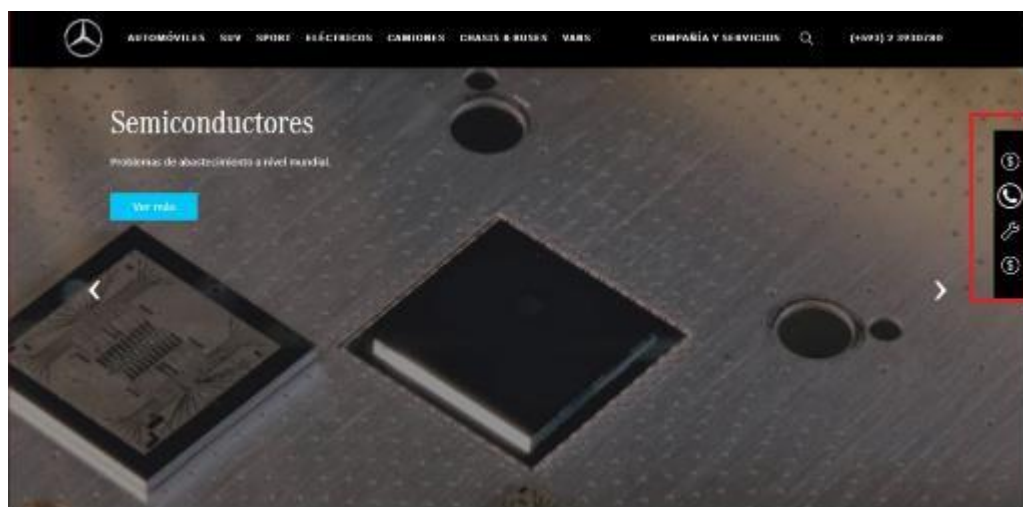


Figura 14 *Redes sociales página web Mercedes Benz.*

La página no muestra enlaces directos a redes sociales. En cuanto a servicios, se ofrecen secciones de Servicio Técnico, Repuestos y un Formulario de Solicitud de Servicios. También hay una sección de Seminuevos. Se proporciona información sobre las agencias y noticias de Autolider Ecuador, además de un enlace a su página web. El horario de atención es de lunes a viernes de 8:30AM a 5:50PM y sábados de 10:00AM a 2:00PM.

- Opel

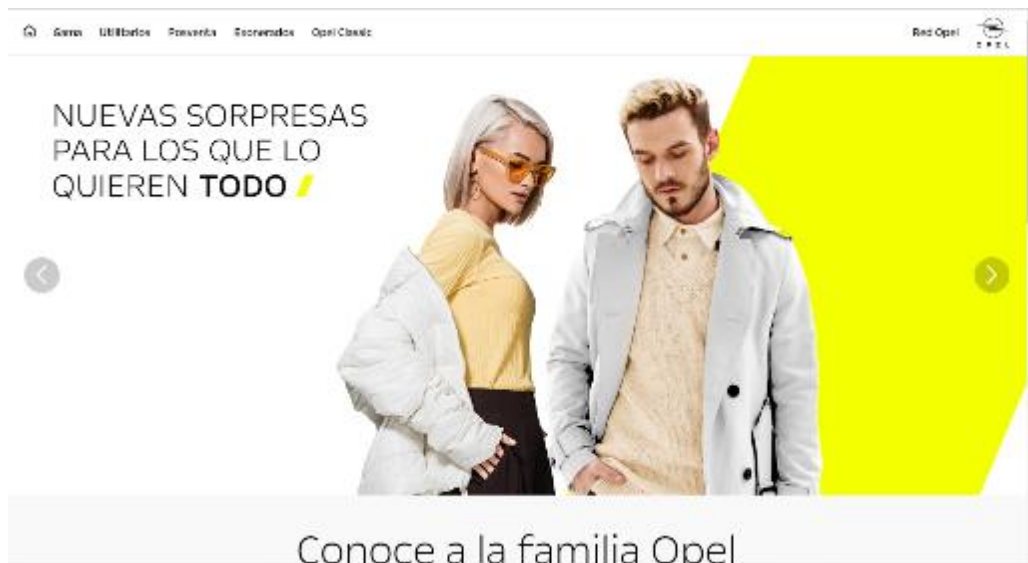


Figura 15 *Página web Opel.*

El sitio web de Opel Ecuador ofrece una amplia variedad de información sobre sus vehículos y servicios.

Gama de Vehículos:

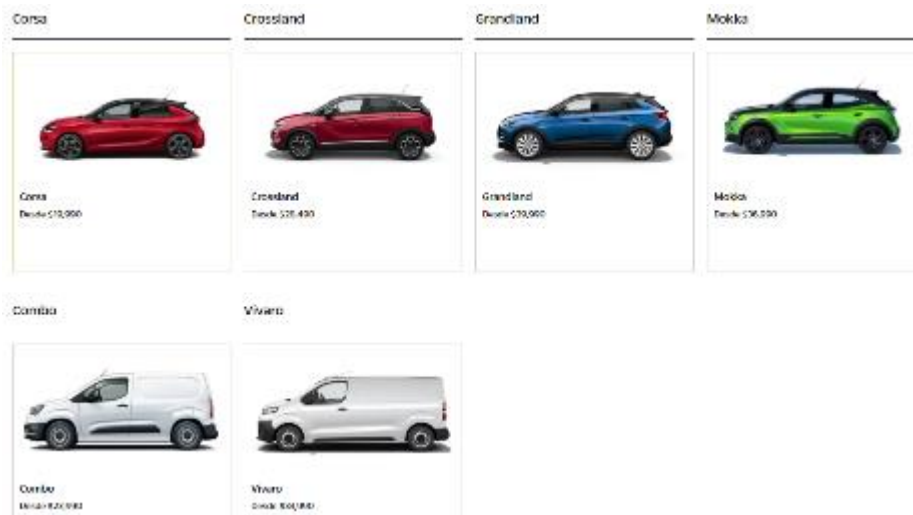


Figura 16 *Modelo de autos Opel.*

Se ofrecen diferentes modelos de vehículos divididos en categorías como pasajeros y utilitarios. Los modelos de pasajeros incluyen el Corsa, Crossland, Grandland, y Mokka, mientras que los utilitarios incluyen el Combo y Vivaro.

Los precios de los vehículos están disponibles y varían según el modelo, por ejemplo, el Corsa está disponible desde \$19,990, el Crossland desde \$28,490, y el Grandland desde \$39,990.

Servicios Posventa:



Figura 17 Servicio Post Venta página web Opel.

Se proporciona información sobre mantenimiento, asistencia técnica, garantía, cita en el taller, entre otros servicios

Ofertas en Línea:

El sitio web ofrece promociones exclusivas en línea donde los clientes pueden elegir, financiar y personalizar su nuevo vehículo completamente en línea. También ofrece una garantía de 3 años, un año de seguro gratuito y 3 años de servicio gratuito al reservar en línea.

Información de Contacto:



Figura 18 Redes de contacto Opel.

En Guayaquil, Opel está ubicado en la Av. Juan Tanca Marengo, km. 3, frente a L. Henriques, con un horario de showroom de lunes a viernes de 9:00 a 18:00, y sábados de

10:00 a 15:00. En Quito, Opel está ubicado en la Av. Granados, a 150 m del redondel del ciclista, con el mismo horario de showroom. Los números de contacto para Guayaquil son +593 4 381 3200 (opción 3), +593 990871190, +593 981539093 y para Quito son +593 2 394 9200 (opción 3), +593 9680271403.

Redes Sociales:

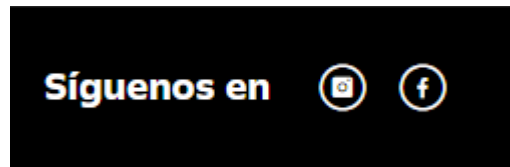


Figura 19 *Links redes sociales Opel.*

Se proporcionan enlaces para seguir a Opel Ecuador en Instagram y Facebook.

Información Adicional:

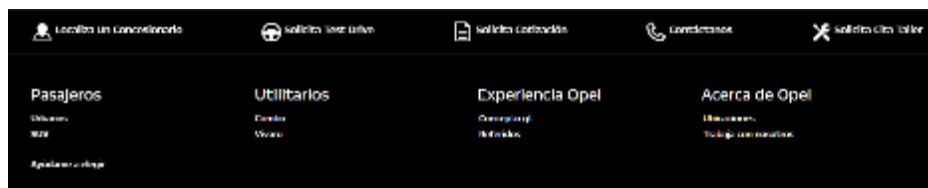


Figura 20 *Links información adicional Opel.*

Se menciona un aviso sobre la situación de COVID-19 y cómo ha afectado las operaciones, incluyendo el cierre de showrooms, pero manteniendo los servicios en línea. También hay una sección para localizar concesionarios, solicitar un test drive, solicitar una cotización y solicitar una cita en el taller.

Estos son los aspectos destacados del sitio web de Opel Ecuador basados en la información proporcionada en las páginas exploradas.

- **BMW**



Figura 21 *Página web BMW.*

El sitio web de BMW Ecuador presenta una variedad de información sobre los modelos de vehículos, servicios y accesibilidad para los clientes. A continuación, se presentan los aspectos más relevantes:

Gama de Vehículos:

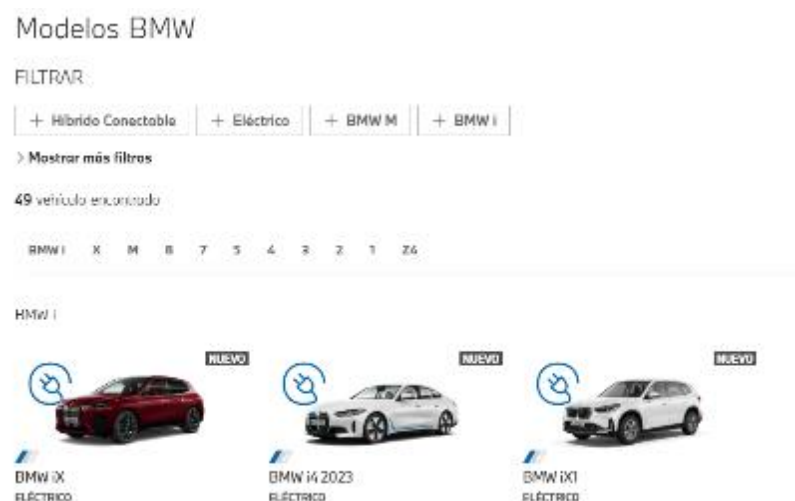


Figura 22 *Modelo de autos BMW.*

BMW ofrece una amplia gama de vehículos, incluyendo modelos eléctricos, híbridos conectables y de gasolina. Los modelos están categorizados en series como BMW i, X, M, y números del 1 al 8, además del modelo Z4. Los tipos de carrocería varían desde sedán, convertible, coupé, hasta vehículos de actividad deportiva, entre otros.

Información de Modelos:

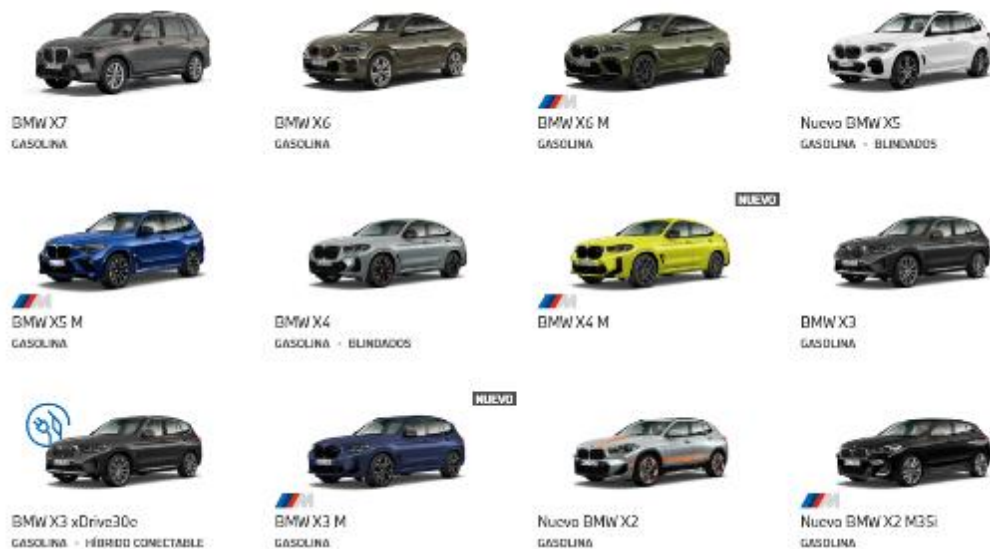


Figura 23 Modelo de autos BMW.

Para cada modelo, se proporciona una imagen, tipo de combustible y en algunos casos, un enlace para obtener más información o configurar y ver el precio del vehículo.

Configuración y Precio:

Se ofrece una sección para configurar y verificar el precio de los vehículos, aunque el enlace dirigía a una página que no proporcionaba información debido a la falta de JavaScript en la herramienta de navegación.



Figura 24 Configuración vehículo BMW.

Servicios y Mantenimiento:



Figura 25 Servicios post-venta BMW.

Se destacan los servicios de post-venta, agendamiento de citas, campañas técnicas, refacciones originales y aceite original para motor BMW. También se menciona la posibilidad de agendar una cita de servicio en línea.

Accesorios:



Figura 26 Accesorios BMW

Se ofrece una variedad de accesorios como BMW M Performance Parts, accesorios para las temporadas de otoño e invierno, y productos de BMW Lifestyle.

Servicios Digitales y Aplicaciones:

Se mencionan aplicaciones BMW y se proporcionan catálogos y guías para propietarios de vehículos BMW.

Contacto y Red Oficial BMW:

Se proporcionan opciones para contactar a BMW Ecuador, encontrar un distribuidor BMW, solicitar una cotización o agendar una prueba de manejo.

Redes Sociales:

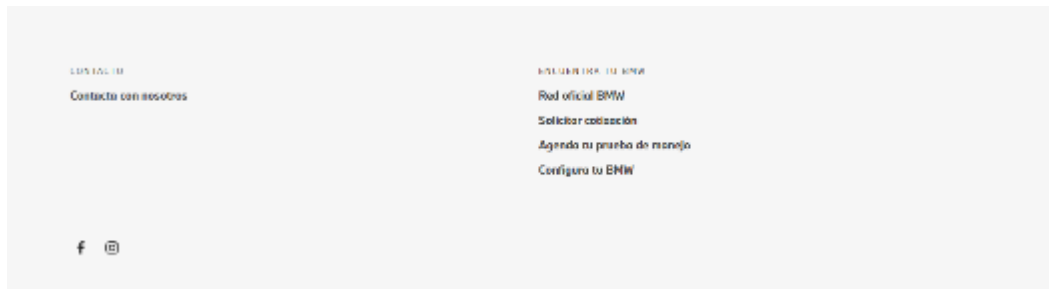


Figura 27 *Link redes sociales BMW.*

Se presentan enlaces a redes sociales, aunque no se especifica a qué plataformas dirigen.

Eventos y Experiencias BMW:



Figura 28 *Links experiencias BMW.*

Se ofrece un tour virtual y se mencionan concept cars como el BMW Vision Neue Klasse y el BMW i Vision Dee.

Promociones:

Hay una sección de ventas especiales y ofertas en flotillas de BMW.

Esta información proporciona una visión general de lo que los visitantes pueden encontrar y hacer en el sitio web de BMW Ecuador. También se observa la promoción de la experiencia de conducir como un aspecto central de la marca BMW.

- VOLKSWAGEN



Figura 29 *Página Web Volkswagen.*

El sitio web de Volkswagen Ecuador presenta una variedad de características y opciones para los usuarios interesados en adquirir un vehículo de la marca. Aquí se detallan los aspectos más relevantes:

Gama de Vehículos:

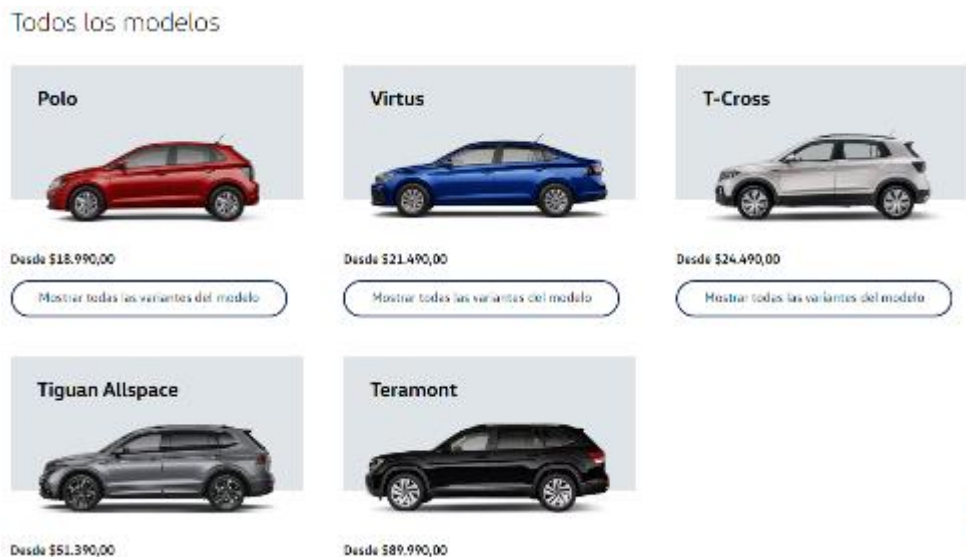


Figura 30 *Modelo de autos Volkswagen.*

Se ofrecen varios modelos de vehículos, incluyendo el Polo, Virtus, T-Cross, Tiguan Allspace, y Teramont, con precios que van desde \$18.990,00 hasta \$89.990,00.

Cotización en Línea:

Cotiza Aquí

The image shows a web form titled "Cotiza Aquí" for Volkswagen. It contains several input fields: "Modelo" (Model) with a dropdown menu, "Ciudad / Concesionaria" (City / Dealer) with a dropdown menu, "Nombre" (Name) with a text input field, "Apellidos" (Last Name) with a text input field, "Cédula / Pasaporte" (ID / Passport) with radio buttons, "Correo" (Email) with a text input field, and "Celular" (Cellular) with a text input field. There is also a "Mensaje" (Message) text area at the bottom. A small circular icon with a red notification bubble is visible on the right side of the form.

Figura 31 Cotizaciones página web Volkswagen.

Proporciona una herramienta de cotización en línea para que los usuarios puedan obtener una estimación del costo del vehículo que están interesados en adquirir.

Test Drive:

Déjanos tus datos y un asesor se contactará contigo

The image shows a web form titled "Déjanos tus datos y un asesor se contactará contigo". It contains several input fields: "Modelo" (Model) with a dropdown menu, "Ciudad / Concesionaria" (City / Dealer) with a dropdown menu, "Nombre" (Name) with a text input field, "Apellidos" (Last Name) with a text input field, "Cédula / Pasaporte" (ID / Passport) with radio buttons, "Correo" (Email) with a text input field, and "Celular" (Cellular) with a text input field. There is also a "Mensaje" (Message) text area at the bottom.

Figura 32 Links Test Drive.

Ofrece la posibilidad de programar un Test Drive para probar el vehículo antes de tomar una decisión.

Servicios y Mantenimiento:

Agenda tu Cita

Modelo * Por favor seleccione el modelo de su interés	Ciudad / Concesionario * Elija su ciudad y concesionario
Nombre * Por favor ingrese su nombre	Apellidos * Por favor ingrese sus apellidos
Celular * Por favor ingrese su número de celular	Correo * Por favor ingrese su correo electrónico
Kilometraje * Por favor seleccione el modelo de su interés	Observaciones
Placa * Por favor ingrese su número de Placa	
Fecha Inicial *	
Financi * Por favor seleccione	

Figura 33 *Servicios y mantenimientos página web.*

En el sitio web se proporciona información sobre servicios de mantenimiento, piezas originales y asistencia vial para los vehículos Volkswagen.

Red de Concesionarios:

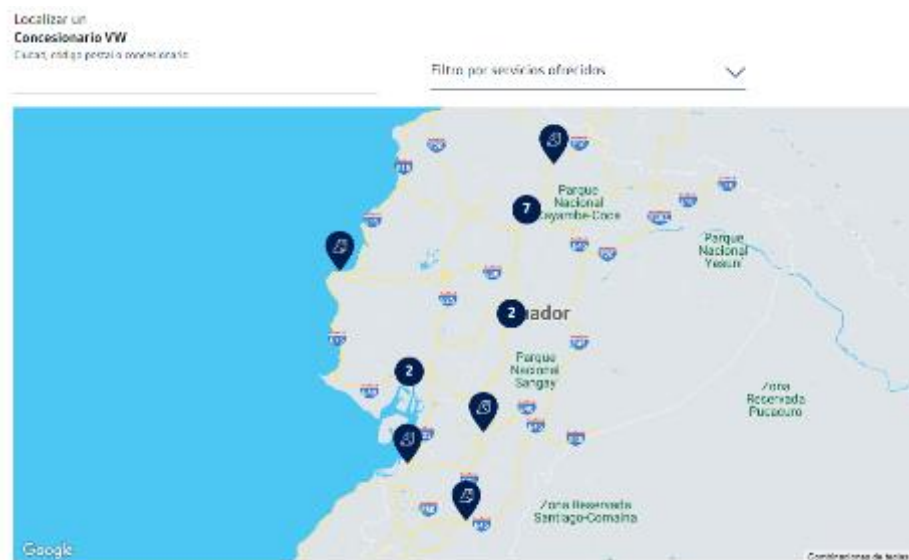


Figura 34 *Localizaciones concesionarios Volkswagen.*

Se ofrece información sobre los concesionarios disponibles a nivel nacional, con 13 talleres de servicio técnico VW a nivel nacional, proporcionando una cobertura amplia para el mantenimiento y servicio de los vehículos.

Información de Contacto:



Figura 35 *Contactos de la página web.*

El sitio web proporciona números de teléfono y una opción de contacto a través de WhatsApp para obtener más información o resolver dudas.

Redes Sociales:

[Facebook Volkswagen Ecuador](#)
[Instagram Volkswagen Ecuador](#)
[Youtube Volkswagen Ecuador](#)
[Tik Tok Volkswagen Ecuador](#)
[Términos y condiciones Sorteo Automundo 2023](#)

Figura 36 *Link redes sociales página web.*

Se proporcionan enlaces a las redes sociales de Volkswagen Ecuador incluyendo Facebook, Instagram, YouTube y TikTok, permitiendo a los usuarios seguir la marca y mantenerse actualizados sobre las últimas noticias y ofertas.

Este sitio web proporciona una plataforma integral para que los interesados en vehículos Volkswagen en Ecuador puedan obtener toda la información necesaria para tomar una decisión informada sobre la compra de un vehículo, así como el servicio y mantenimiento del mismo. Además, la opción de cotización en línea y programación de Test Drives

facilita el proceso de compra y permite a los usuarios interactuar de manera efectiva con la marca.

- **AUDI**

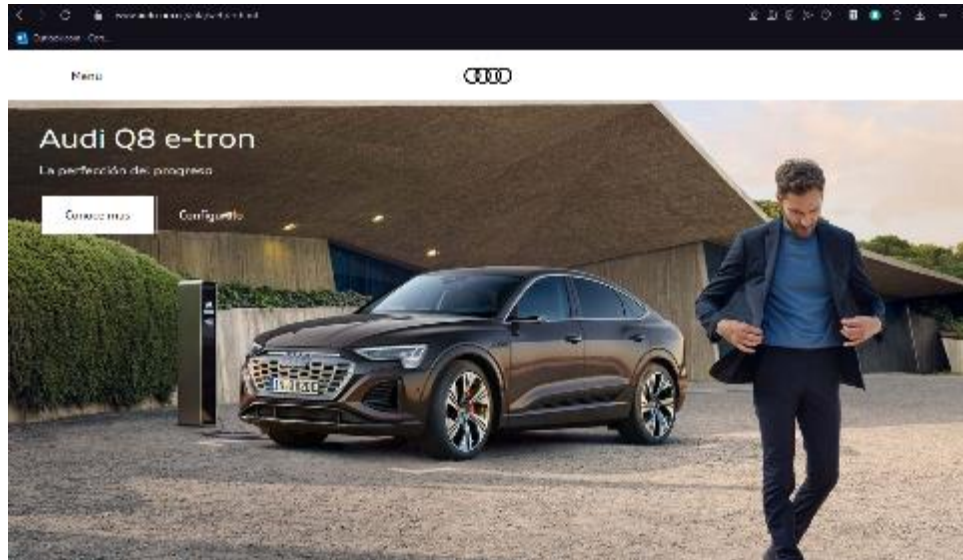


Figura 37 *Página Web Audi.*

El sitio web de Audi Ecuador proporciona una variedad de información y opciones para los interesados en los vehículos de la marca. A continuación, se presentan los aspectos importantes observados en las páginas proporcionadas:

Modelos de Vehículos:



Figura 38 *Modelos autos Audi.*

Audi Ecuador ofrece una amplia gama de modelos incluyendo el Audi A3, A4, A6, A8, Q3, Q5, Q7, Q8, Q8 e-tron, e-tron GT entre otros.

Electromovilidad:



Figura 39 *Electromovilidad página web Audi.*

Dentro del sitio, se destaca la sección de electromovilidad donde se presentan modelos eléctricos como el e-tron y e-tron Sportback.

Configurador de Vehículos:

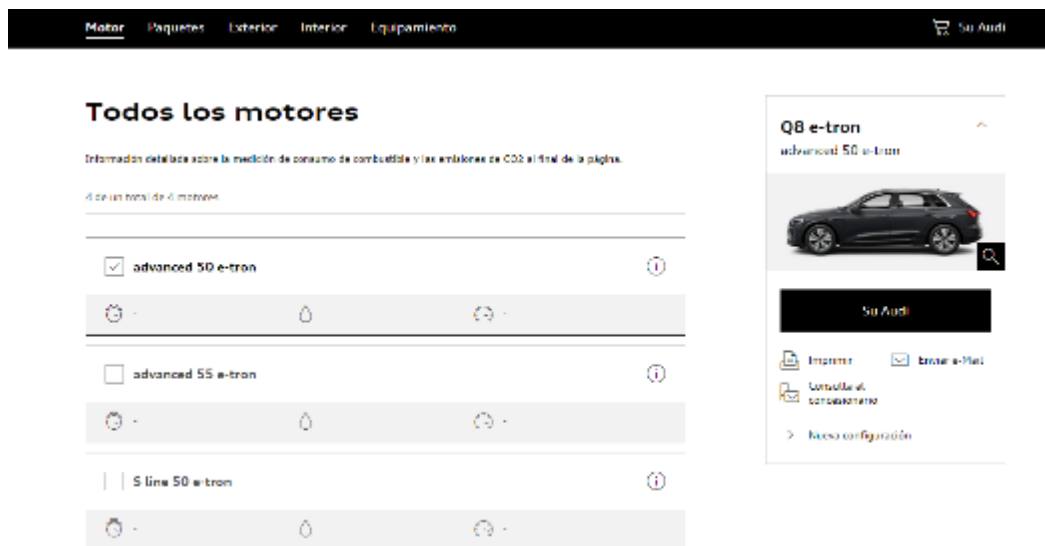


Figura 40 *Configuración vehículos Audi.*

Se ofrece un configurador en línea para personalizar el vehículo según las preferencias del usuario, aunque no se pudo acceder a esta sección debido a una página vacía.

Información de Concesionarios:

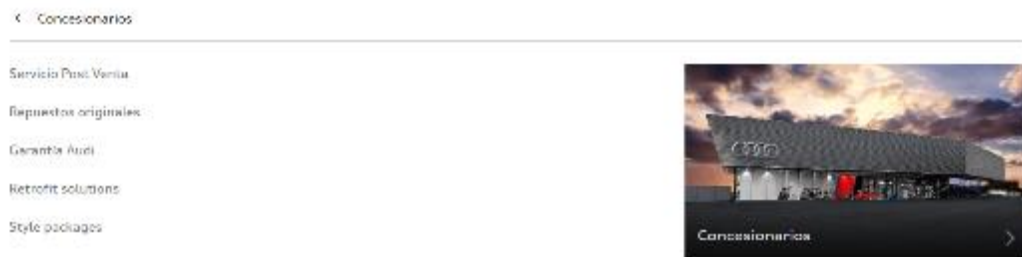


Figura 41 Información concesionarios página web Audi.

Se proporciona información sobre servicios post venta, repuestos originales, garantía Audi, soluciones Retrofit y paquetes de estilo.

Mundo Audi:

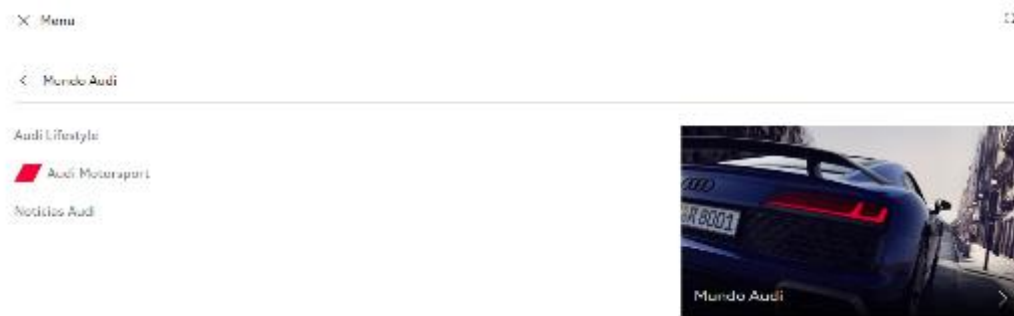


Figura 42 Más sobre Audi.

Se presentan secciones como Audi Lifestyle, Audi Motorsport y Noticias Audi, donde se puede explorar más sobre la cultura y las novedades de la marca.

Contacto y Localización de Concesionarios:

Sus Preguntas

Nuestro Servicio

Importador Oficial

German Motors S.A.

Gerente de Postventa

Oscar Torres
Av. De los Granados F14-70 e Isla Marchena,
Quito Ecuador
Teléfono: (593) 02 2264-380
oscar.torres@germanmotors.com.ec >

Gerente de Marketing

Esteban Cisneros
Av. De los Granados L14-70 e Isla Marchena,
Quito Ecuador
Teléfono: (593) 02 2264-380

Figura 43 *Contactos y localizaciones de concesionarios Audi.*

Se incentiva a los visitantes a contactar a su concesionario y descubrir la mejor forma de obtener un Audi. También se proporciona un enlace para localizar concesionarios cercanos.

Eventos Locales:



Figura 44 *Link eventos sociales Audi.*

Audi Ecuador patrocina eventos locales en los que se encuentran la innovación, cultura y tecnología, invitando a los usuarios a descubrir más sobre estos eventos.

Redes Sociales y Privacidad:



Figura 45 *Link redes sociales página web Audi.*

Se proporcionan enlaces a las redes sociales de Audi (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter) y una sección de aviso de privacidad.

- **Observación Talleres**

Tabla Comparativa

La siguiente investigación fue recopilada de los talleres automotrices que se encuentran en la ciudad de Quito, allí se recopiló todo tipo de información necesaria para la investigación, además, los parámetros observados dentro de los concesionarios de automóviles alemanes fueron: autos SUV, potencia del motor y precio de los mantenimientos.

Tabla 7 *Observación concesionarios alemanes.*

	MODELO	MOTOR	PRECIO (\$)	SEGURIDAD	PRECIO MANTENIMIENTO	MANTENIMIENTO	ATENCIÓN
BMW	X2 M35I	2.0 TURBO	62,990	5 ESTRELLAS	250\$ + IVA	15KM	3/5
MERCEDES BENZ	GLA 200 PROGRESIVE	2.0 TURBO	59,990	5 ESTRELLAS	250\$ + IVA	10 KM	4/5
OPEL	GRAND LAND	1.6 TURBO	39,999	5 ESTRELLAS	220\$ + IVA	10KM	5/5
VOLKSWAGEN	TIGUAN	2.0 TURBO	51,500	5 ESTRELLAS	250\$ + IVA	10KM	2/5
AUDI	Q3	2.0 TURBO	49,999	5 ESTRELLAS	593,30\$ + IVA	15KM	3/5

Dentro de los concesionarios se pudo observar claramente que contaban con un amplio personal listo y capacitado para atender a los clientes, en donde preguntaban al comprador por necesidades, estilos, gustos y preferencias, de acuerdo a eso ofrecían a los clientes los autos que más cumplían con sus exigencias, sin embargo, no en todos los talleres automotrices brindaban una atención óptima al comprador, por otro lado, dentro de la disponibilidad de vehículos, se hacían las entregas automotrices desde el mes de diciembre del presente año, a excepción de OPEL, contaban con disponibilidad inmediata en todos los modelos.

En cuanto a seguridad se sabe que, los autos alemanes lideran el mercado con vehículos cien por ciento seguros, todos los autos alemanes de las casas automotrices contaban con autos de seguridad 5 estrellas, es decir, son los autos más seguros dentro del país.

Los precios de mantenimiento son relativamente similares y en cuanto al mantenimiento por kilometraje igual, los autos alemanes están ensamblados para que sus mantenimientos se realicen una o dos veces cada año y sus precios no varían mucho a excepción de los mantenimientos que son de 20.000 KM o de 25.000 KM que pueden llegar a costar el doble del precio normal.

3.3 Encuestas y Resultados

Es de suma importancia conocer el mercado ecuatoriano antes de analizar el impacto de los carros alemanes en el país, es por eso que, se desarrolló una encuesta que se puede observar (véase el anexo C), con el objetivo de identificar al mercado y las preferencias del mismo. El perfil de las personas que han contribuido llenando las encuestas corresponde a individuos que tienen la experiencia de tener un carro alemán, no existe estudios o información de cuantos carros alemanes existen en la ciudad de Quito por lo que se trató de obtener el mayor número posible de encuestas, se lograron recopilar 111 respuestas en el lapso de un mes, y las cuales se ponen a consideración del estudio.

Pregunta 1: ¿Cuál es tu edad?

El tamaño del mercado ha sido determinado por un porcentaje de personas que poseen un vehículo alemán, como se puede observar en la figura 42, los resultados obtenidos de las

encuestas han determinado una muestra de 111 personas en donde existen varios rangos de edades de personas que tienen un vehículo de estas características, es por eso que, del 100% de los encuestados, las personas desde los 19 años de edad hasta los 29 años de edad representan un 27% de la muestra, desde los 30 años de edad hasta los 39 años de edad, representan un 36,5% dentro de la encuesta y desde los 40 años de edad hasta los 59 años de edad, representan un 36,5% de la encuesta.

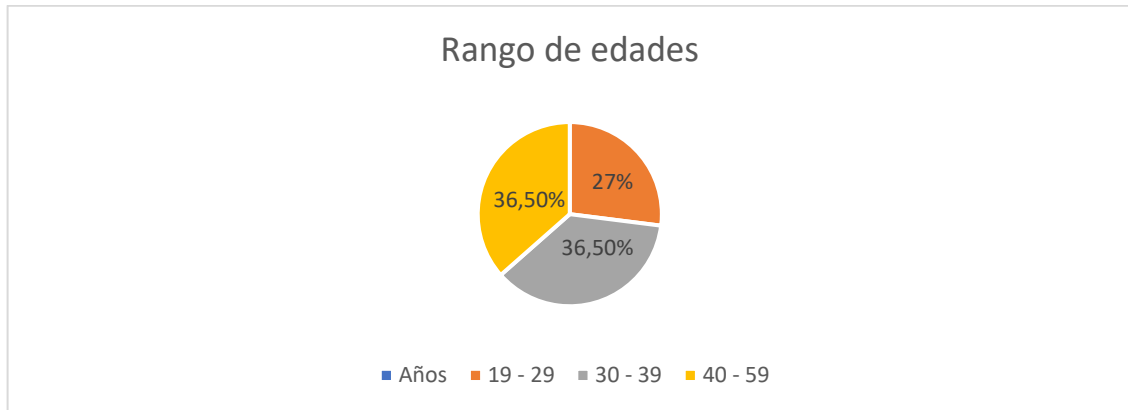


Figura 46 *Rango de edades encuesta.*

Pregunta 2: ¿Cuál es tu género?

Es importante conocer cuál es el perfil de las personas que poseen un vehículo alemán, es por eso que el 20% de las personas encuestadas corresponde al género Femenino, mientras que el 80% de las personas encuestas corresponde al género Masculino.

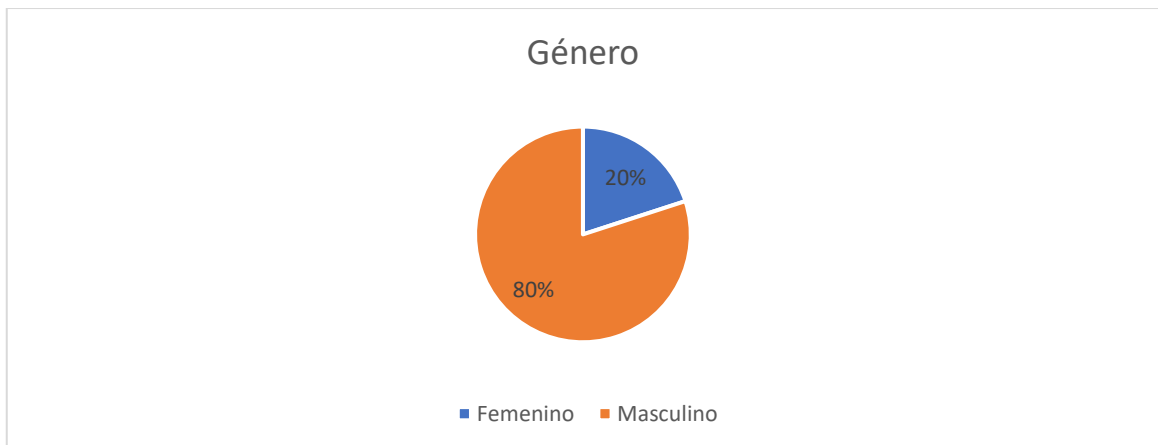


Figura 47 *Géneros de encuesta.*

Pregunta 3: ¿En qué ciudad resides?

Dentro de las personas encuestas dentro de la ciudad de Quito, encontramos que más del 96% de las personas encuestas viven en dentro de la capital, el 0,90% de los encuestados viven en Guayaquil, el 0,90% de los encuestados viven en Riobamba y el 1,80% de los encuestados viven en Salcedo.

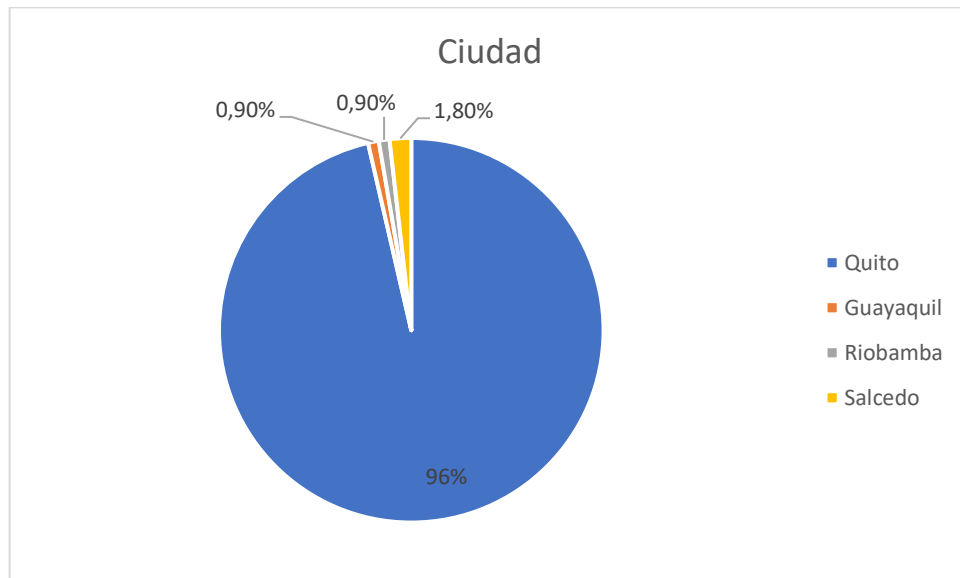


Figura 48 Ciudades de encuesta.

Pregunta 4: ¿Qué dificultades has enfrentado al comprar un vehículo?

Dentro de las 111 respuestas que se obtuvieron de los encuestados se encuentra que las personas con carros alemanes han tenido dificultades con el precio, modelo del vehículo, la disponibilidad del vehículo, servicio post venta, repuestos, tiempo y honestidad.

4. ¿Qué dificultades has enfrentado al comprar un vehículo? Ej. Precio, atención, disponibilidad, etc...

[Más detalles](#)

[Información](#)

111

Respuestas

Respuestas más recientes

"Atención"

"Atención"

"Precio"

Figura 49 Dificultades de compras.

Pregunta 5: ¿Cómo calificarías tu nivel de satisfacción con los autos alemanes disponibles en Ecuador?

El 13% de los encuestados demostraron que se sienten satisfechos con la disponibilidad de autos en Ecuador, el 59% de los encuestados respondieron que se sienten neutrales con respecto a la cantidad de autos disponibles dentro del país y el 29% de los encuestados respondieron que no se encuentran satisfechos con la cantidad disponible de autos almenes.

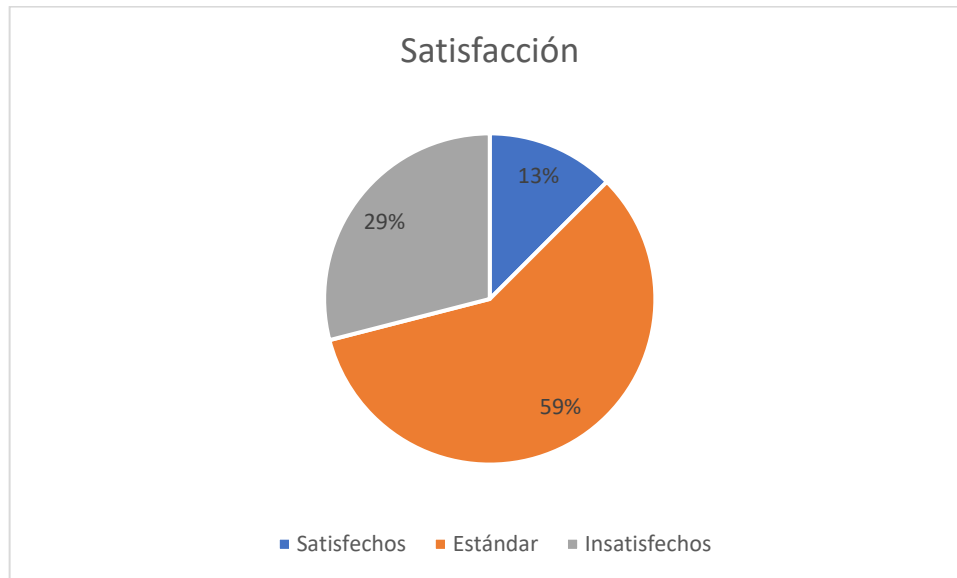


Figura 50 Nivel de satisfacción de autos alemanes

Pregunta 6: ¿Estás satisfecho con la red de distribución y puntos de venta de autos alemanes en tu localidad?

El 25% de los encuestados respondieron que, si se encuentran satisfechos con la red de distribución y puntos de ventas en el país, el 44% de los encuestados respondieron con una posición neutral y el 32% respondieron que se encuentran insatisfechos con los puntos de venta y destrucción del país.

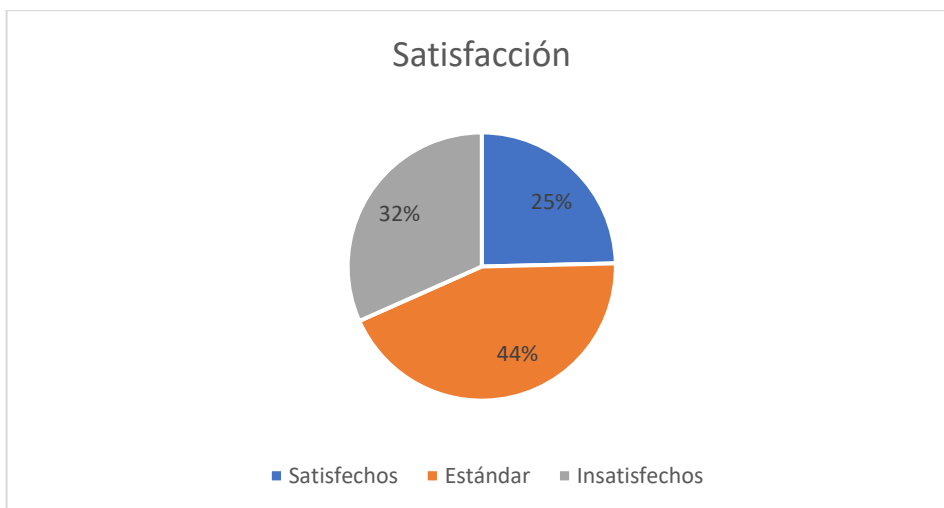


Figura 51 Satisfacción con la red de distribución de carros alemanes.

Pregunta 7: ¿Cuál es la marca?

El 66% de los encuestados respondieron que poseen un vehículo marca Volkswagen, el 7% de los encuestados respondieron que tienen un carro marca Audi, el 13,50% respondieron que tiene un auto BMW, el 8% respondió que tiene un Mercedes Benz, el 3% de los encuestados respondieron que tiene un automóvil marca Opel y el 2% respondió que tiene un carro marca Porsche.

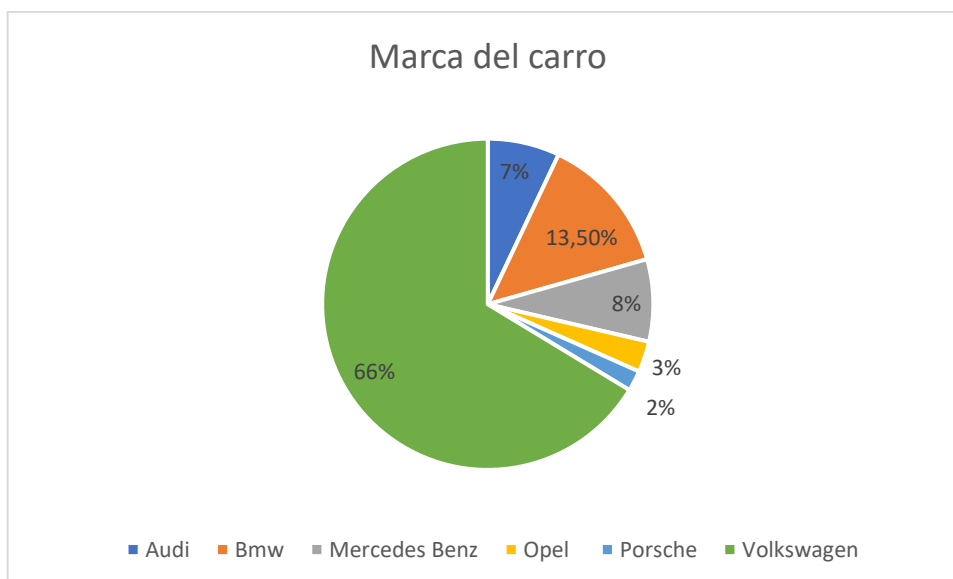


Figura 52 Marca de autos encuestas

Pregunta 8: ¿Cuál es el modelo?

Las respuestas de los encuestados tenemos que los carros más comunes son el Volkswagen Golf, Polo, T-Cross, Tiguan. Dentro de la marca Audi tenemos los modelos A3, A6, A4 sedán y Q6. En la marca de BWM se encuentran modelos como el X6, X5, X3, Serie 5, Serie 5 sedán y M2. Para la marca Mercedes Benz se encuentran los modelos Gla 200, A 200, MI 350 y C 320. Dentro de la marca Opel se encuentran los modelos Corsa y Crossland y la marca Porsche se encuentra el modelo Cayenne.

8. ¿Cuál es el modelo? (0 punto)

[Más detalles](#)

Información

111

Respuestas

Respuestas más recientes

"Polo track"

"T-Cross"

"Polo"

Figura 53 Modelos de carros alemanes de encuesta.

Pregunta 9: ¿Cuál es el año?

Las respuestas otorgadas por los encuestados, se encuentra que, para la Marca Volkswagen están desde el año 2000 al año 2022, para la marca Audi están entre los años 2014 y 2020, para la marca BMW están desde los años 2009 al año 2022, para la marca Mercedes Benz está desde los años 2001 hasta el año 2022. Para la marca Opel se obtuvieron respuestas desde el año 2019 al 2022 y la marca Porsche desde el año 2006 al año 2016.

9. ¿Cuál es el año? (0 punto)

[Más detalles](#)

110

Respuestas

Respuestas más recientes

"2021"

"2020"

"2008"

Figura 54 Año de los carros alemanes.

Pregunta 10: ¿Dónde compró el vehículo?

El 54% de los encuestados respondió que compro su vehículo desde el concesionario, el 28% de las respuestas indican que se compraron sus automóviles desde un patio de ventas y el 18% de los encuestados respondieron que adquirieron son carro por segunda mano.

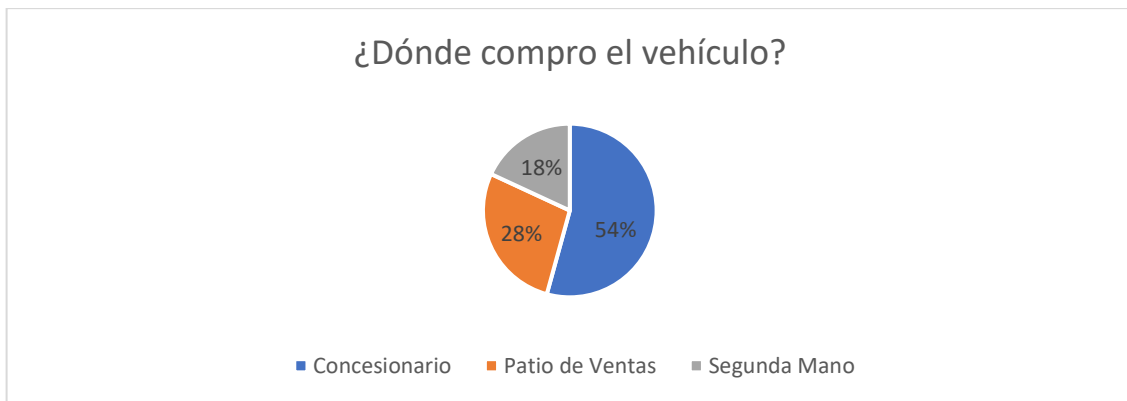


Figura 55 *Donde compraron su vehículo alemán.*

Pregunta 11: ¿Estás satisfecho con tu vehículo actual?

El 98% de los encuestados respondieron que si se encuentran satisfechos con su vehículo actual mientras que el 2% de los encuestados respondieron que no se encuentran satisfechos con su vehículo actual.

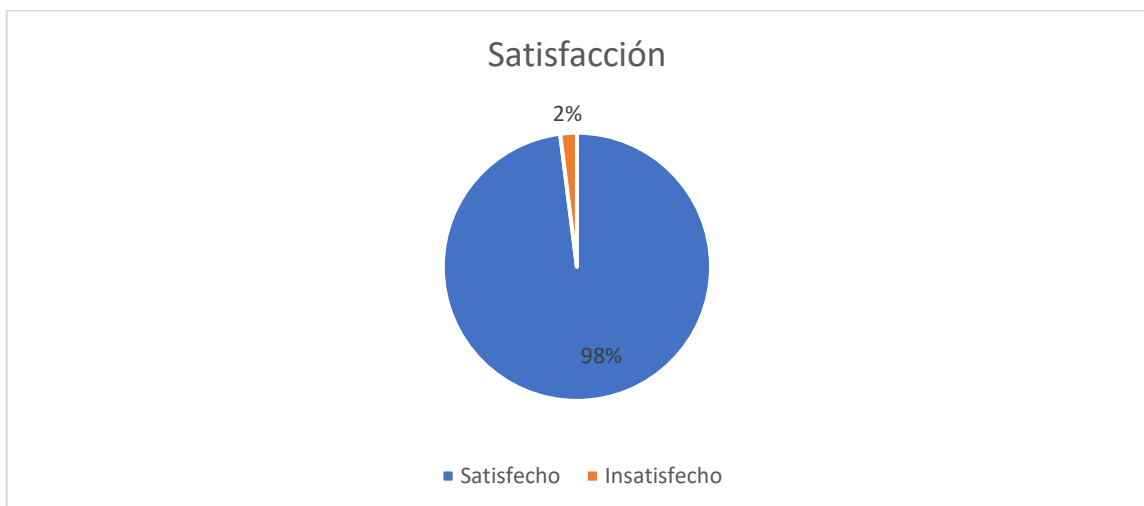


Figura 56 *Satisfacción con el vehículo actual*

Pregunta 12: ¿Estás satisfecho con los servicios postventa y de mantenimiento de tu vehículo?

El 59% de los encuestados respondieron que tienen una opinión neutral en cuanto a si se encuentran satisfechos o no con los servicios post venta y mantenimiento del vehículo, el 27% de los encuestados respondieron que no se encuentran satisfechos con los servicios y el 14% de las personas respondieron que si se encuentran satisfechos con los servicios post venta.

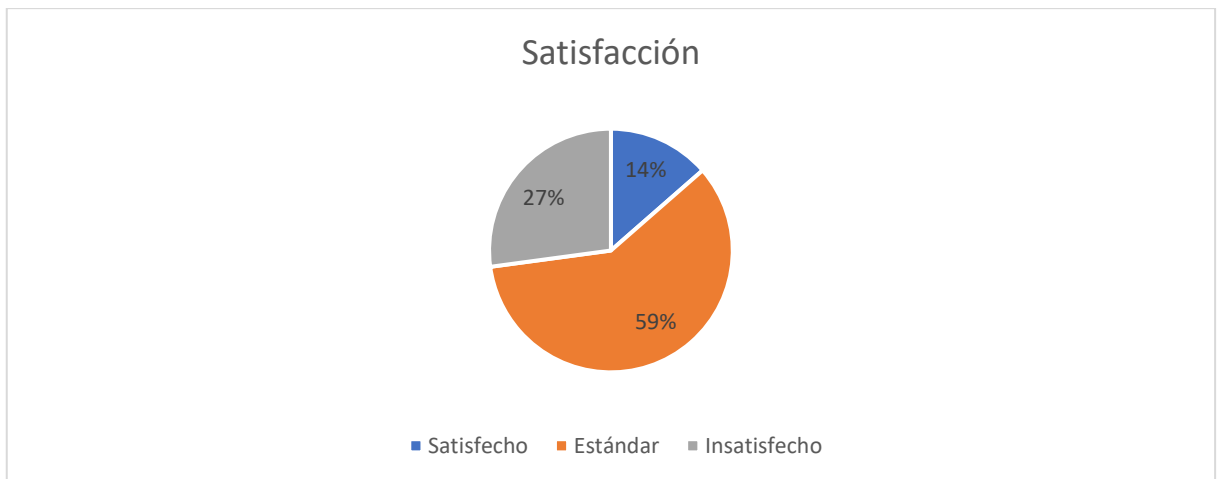


Figura 57 Satisfacción con servicios post-venta y de mantenimiento.

Pregunta 13: ¿Qué mejoras sugerirías en los servicios postventa?

Dentro de las respuestas más comunes que mejorarían los usuarios de los vehículos alemanes está que mejoren los mantenimientos de los vehículos, mejorar la atención en sus servicios, mejorar los precios de repuestos, tener más eficiencia y mejorar los tiempos de entrega de los vehículos en los mantenimientos.

13. ¿Qué mejoras sugerirías en los servicios postventa? (0 punto)

[Más detalles](#)

[Información](#)

110
Respuestas

Respuestas más recientes

"Repuestos más baratos"

"Mejorar la atención al cliente"

"Repuestos más baratos"

Figura 58 Mejoras de los servicios post-venta.

Pregunta 14: ¿Volverías a comprar un vehículo de la misma marca?

La respuesta más votada por los encuestados es que sí volverían a comprar un vehículo de la misma marca que tiene, esto corresponde al 93% de los encuestados, por otro lado, el 7% de los encuestados respondió que no está interesado en comprar un vehículo de la misma marca.

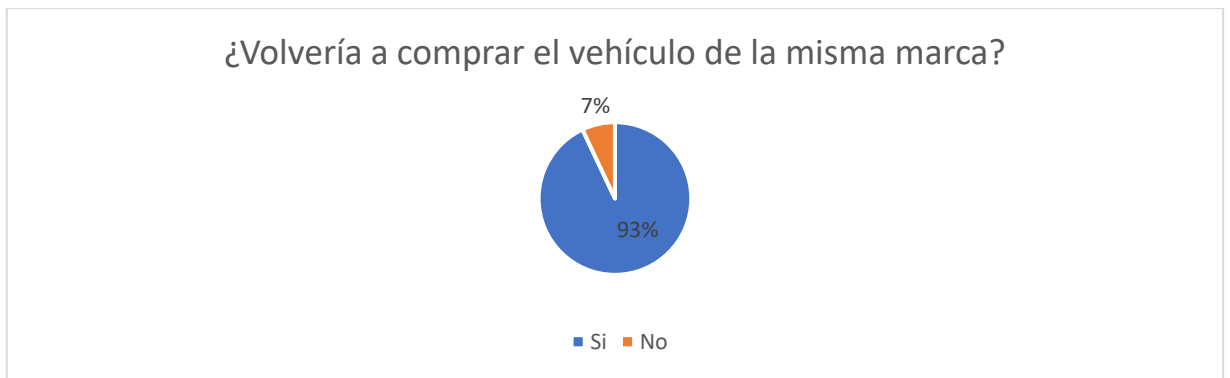


Figura 59 *¿Volvería a comprar el vehículo alemán?*

Pregunta 15: ¿Cuál es el uso principal de tu vehículo?

El 51% de los encuestados respondieron que el uso principal de su vehículo es para trabajar, el 37% de las respuestas de las personas fue que usan su vehículo para el ocio y el 12% de los encuestados indicaron que usan sus autos para otras actividades diarias.

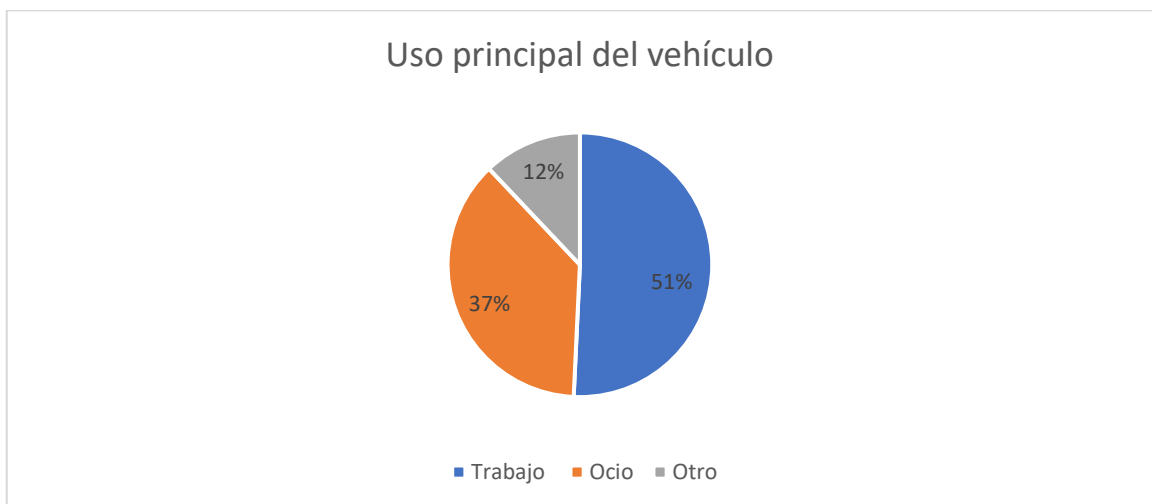


Figura 60 *Uso principal del vehículo alemán.*

Pregunta 16: ¿Cuál es tu percepción sobre la calidad de los autos alemanes?

Las respuestas de las personas encuestadas respondieron esta pregunta que los autos alemanes tienen buena seguridad, otorgan estatus, confort y elegancia, además de que tiene muy buena implementación de la tecnología, sin embargo, otra de las percepciones es que los vehículos no son muy comercializados en el país y no tienen repuestos inmediatos en el país.

16. ¿Cuál es tu percepción sobre la calidad de los autos alemanes? (0 punto)

[Más detalles](#)

Información

110

Respuestas

Respuestas más recientes

"Seguridad y confort"

"Seguros"

"Son buenos autos"

Figura 61 Percepción sobre los autos alemanes.

Pregunta 17: ¿Consideras que los autos alemanes ofrecen una buena relación calidad-precio?

El 54% de los encuestados respondió con una posición neutra en cuanto si se encuentran satisfechos en cuanto a calidad-precio de los autos alemanes, el 23.5% de los encuestados respondió que no se encuentra satisfecho con esta relación y el otro 22.5% respondió que si se encuentra satisfecho en calidad-precio.

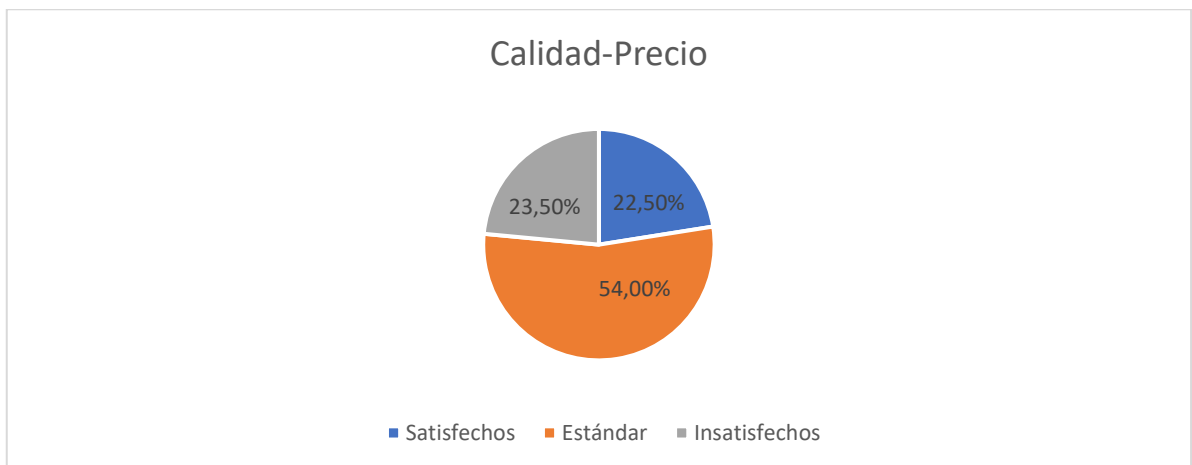


Figura 62 Calidad – Precio de los autos alemanes.

Pregunta 18: ¿Crees que la importación de autos alemanes tiene un impacto positivo en la economía ecuatoriana?

El 43.24% de los encuestados respondió no estar seguro si la importación de autos alemanes tiene un impacto positivo en la economía ecuatoriana, el 32.44% de las respuestas asegura que la importación de autos alemanes sí tiene un impacto positivo y el 24.32% asegura que la importación de autos alemanes no tiene un impacto positivo en la economía del país.

¿Crees que la importación de autos alemanes tiene un impacto positivo en la economía ecuatoriana?

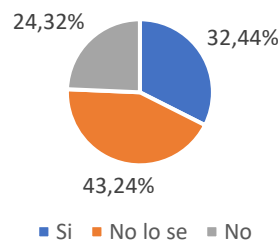


Figura 63 Impacto de la importación de autos alemanes en la economía.

Pregunta 19: ¿Consideras que los precios de los autos alemanes son accesibles para la mayoría de los ecuatorianos?

La respuesta más votada por participantes fue que no consideran accesibles los precios de los autos alemanes para los ecuatorianos, con un 47% de votos, el 29% de los encuestados respondieron que no saben si son accesibles para el pueblo y el 24% restante respondió que si son autos accesibles para la población ecuatoriana.

¿Consideras que los precios de los autos alemanes son accesibles para la mayoría de los ecuatorianos?

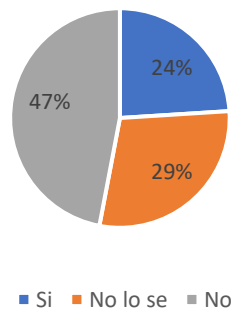


Figura 64 Precios accesibles para el pueblo ecuatoriano.

Pregunta 20: ¿Piensas que las importaciones de autos alemanes afectan la industria automotriz local?

El 72% de los encuestados respondió que no piensan que las importaciones de autos alemanes afecten a la industria local del país, por otro lado, el 28% respondió que si afecta a la industria local las importaciones de autos de origen alemán.

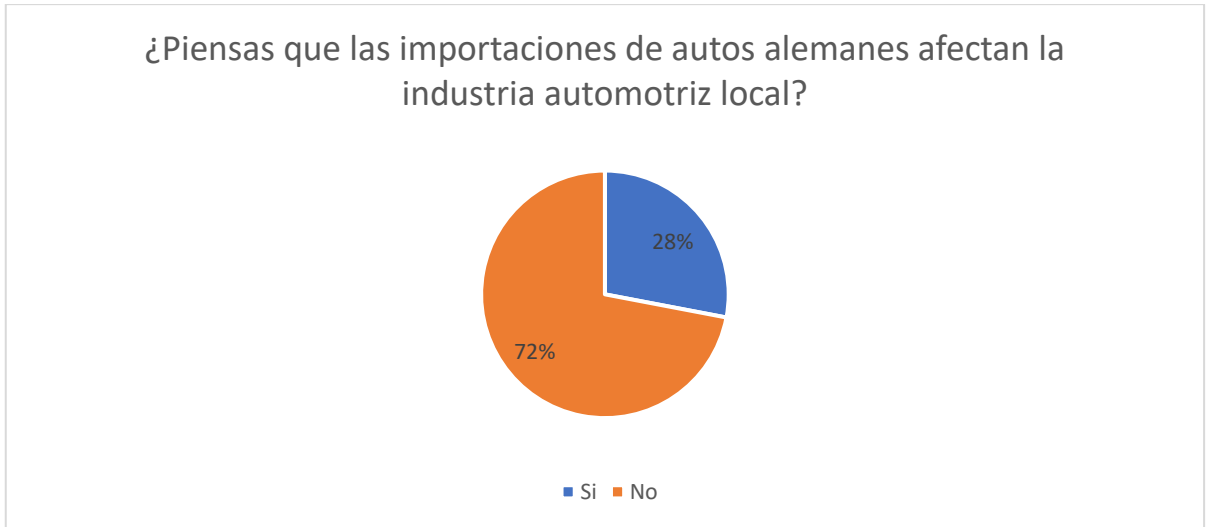


Figura 65 *Importación de autos alemanes y su impacto.*

Pregunta 21: ¿Estás al tanto de las políticas de importación de vehículos en Ecuador?

El 59% de los encuestados respondieron que no están al tanto de las políticas de importación de los vehículos alemanes en el país, mientras que el 41% respondió si saber las políticas de importación al país.

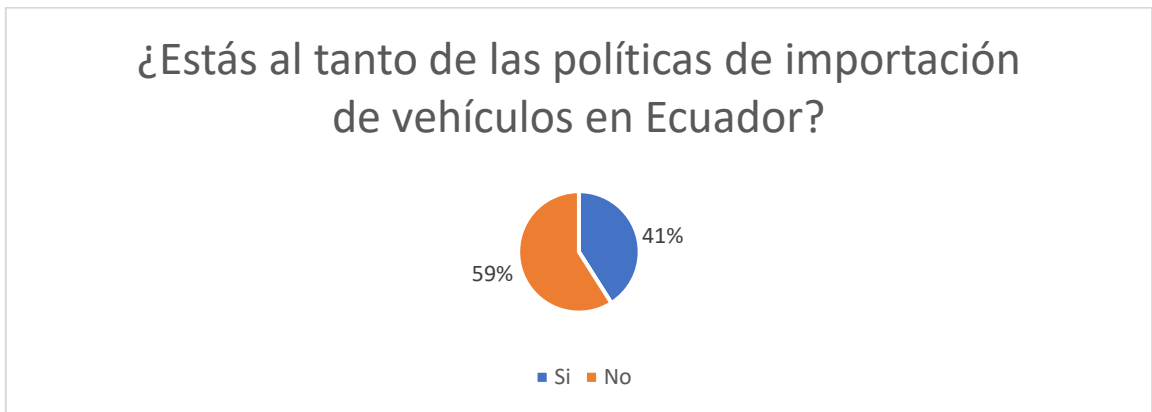


Figura 66 *Políticas de importación de vehículos.*

Pregunta 22: ¿Crees que las regulaciones actuales favorecen la importación de autos alemanes?

La respuesta más votada por los encuestados fue que no creen que las regulaciones actuales favorezcan a la importación de autos alemanes en el Ecuador, esta respuesta obtuvo el 73% de los votos, el 18% de los encuestados respondió que no sabe si las

regulaciones favorecen o no a las importaciones y el 9% respondió que si creen que se favorece a la importación de autos alemanes con las regulaciones actuales.

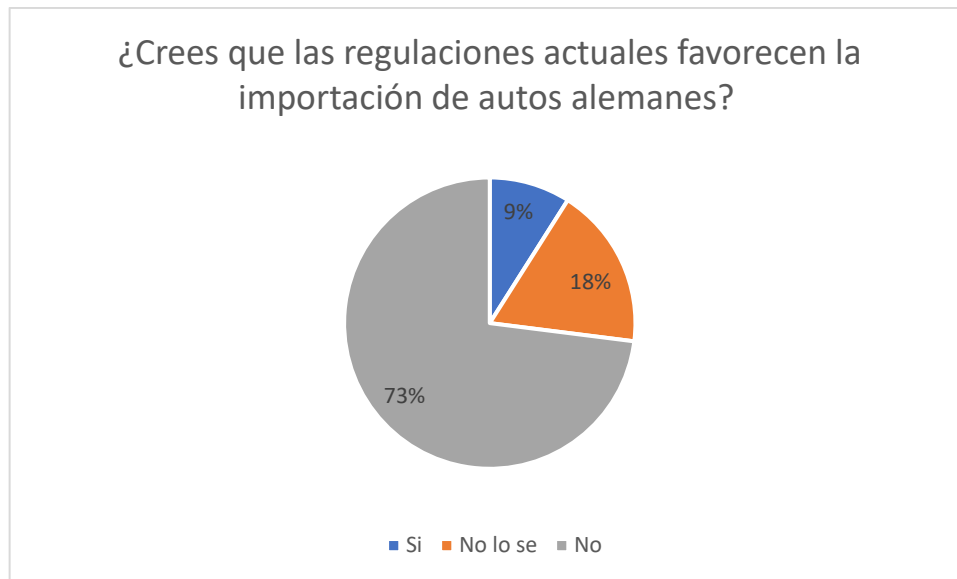


Figura 67 Regulaciones actuales para la importación de autos alemanes.

Pregunta 23: ¿Consideras que el gobierno debería implementar más restricciones/tarifas a la importación de autos?

El 95% de las respuestas de los encuestados fue que no consideran que el gobierno deba implementar más restricciones a la importación de autos, el 5% considera que no sabe si debería implementar o no más restricciones o tarifas para las importaciones de autos y el 1% de los encuestados considera que si se debería implementar más barreras para las importaciones de autos.

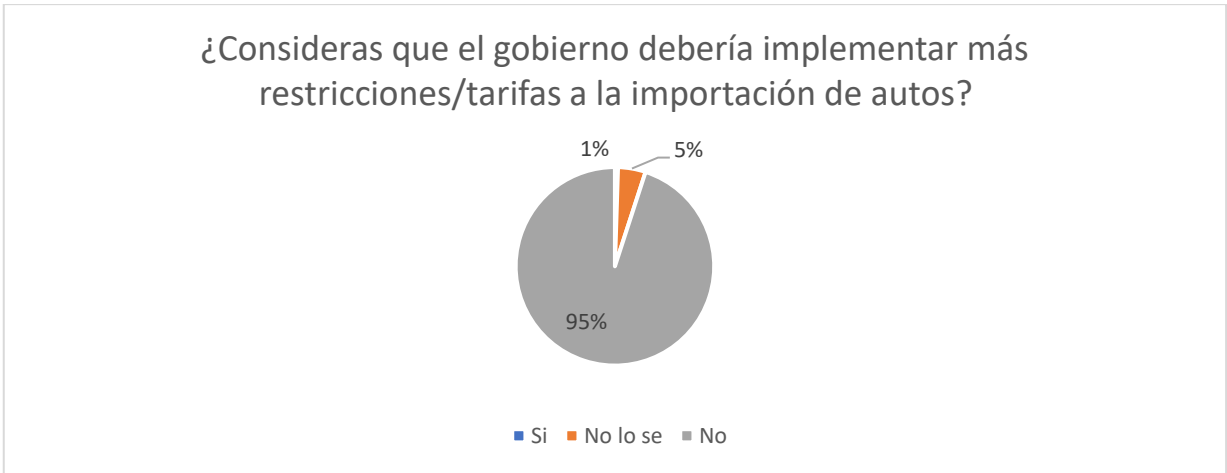


Figura 68 Más restricciones para la importación de autos alemanes.

Pregunta 24: ¿Crees que los autos alemanes son superiores en comparación con las marcas locales o de otros países?

El 40% de los encuestados respondió que no cree que los autos alemanes sean superiores de las demás marcas que existen en el país, el 39% de las personas respondió que no sabe si son o no superiores los autos alemanes y el 21% de los encuestados respondió los autos de origen alemán si son superiores a comparación de las otras marcas que se encuentran dentro del país.

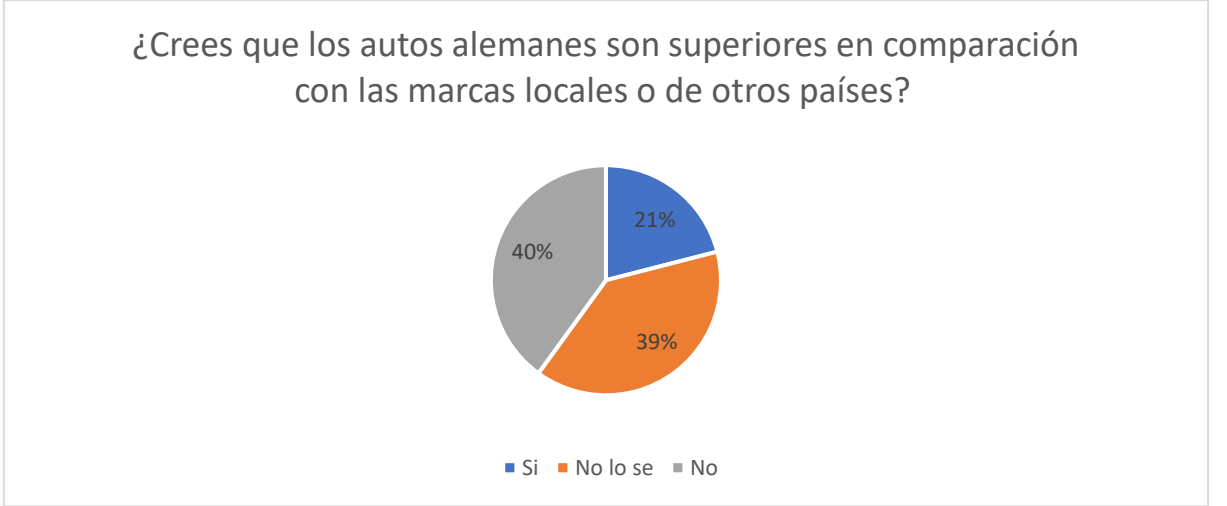


Figura 69 Los autos alemanes en comparación a otras marcas de vehículos.

Pregunta 25: ¿Consideras que hay suficiente variedad de marcas y modelos alemanes en Ecuador?

El 50% de las respuestas de los encuestados afirman que no hay suficientes marcas y modelos de carros alemanes en el país, por otro lado, el 37% de los encuestados respondió que no sabe si hay o no suficientes marcas de autos alemanes en Ecuador y el 13% afirma que si existe suficiente variedad de marcas y modelos dentro del territorio ecuatoriano.

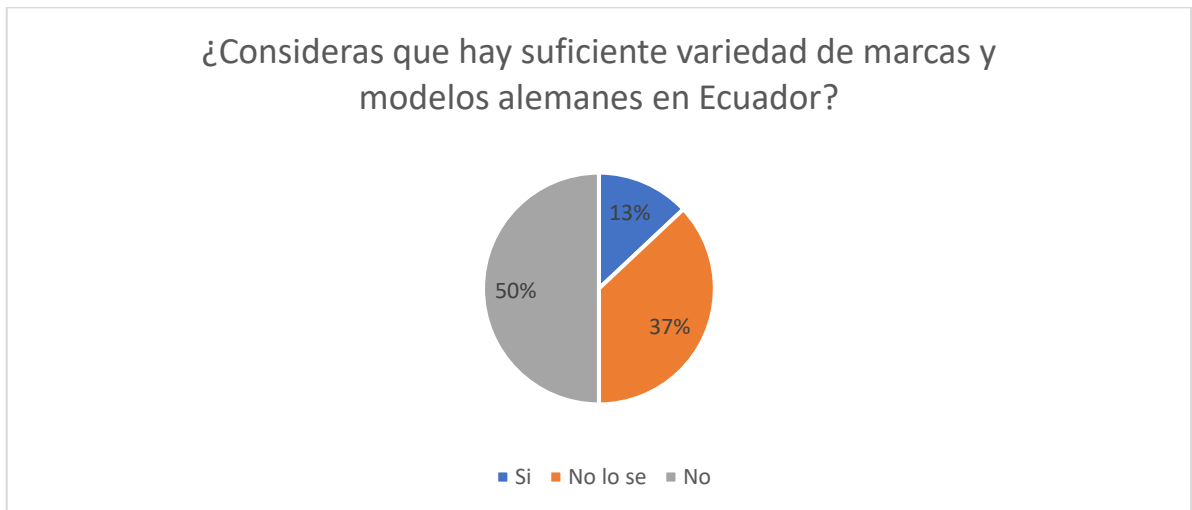


Figura 70 Variedad de marcas y modelos de carros alemanes en el mercado ecuatoriano.

Pregunta 26: ¿Qué factores consideras más importantes al elegir un nuevo automóvil?

Dentro de las respuestas de los encuestados tenemos que, el 27% de las personas respondió que consideran el precio como uno de los factores más importantes al elegir un nuevo vehículo, el 21% de los encuestados respondió que es importante la seguridad de los vehículos, el 18% respondió que es importante la marca y la calidad del vehículo y el 16% respondió que es importante la eficiencia de los carros.

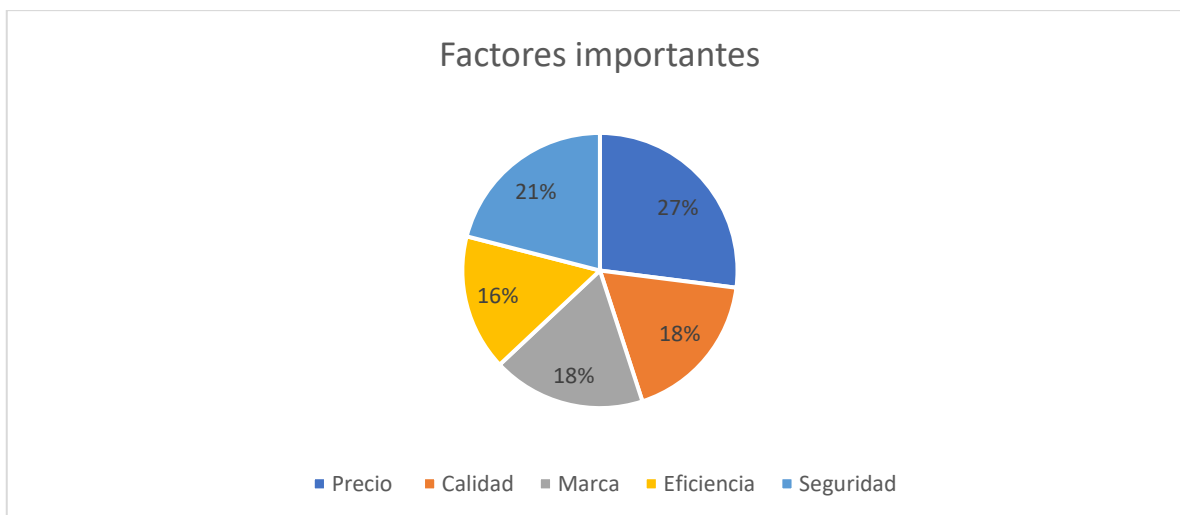


Figura 71 Factores importantes para comprar un vehículo.

Pregunta 27: ¿Tienes intención de comprar un auto en el futuro cercano?

El 63% de las personas encuestadas respondió que, si tiene la intención de comprar un vehículo en un futuro cercano, no obstante, el 37% restante respondió que no tienen la intención de adquirir un auto dentro de un futuro cercano.

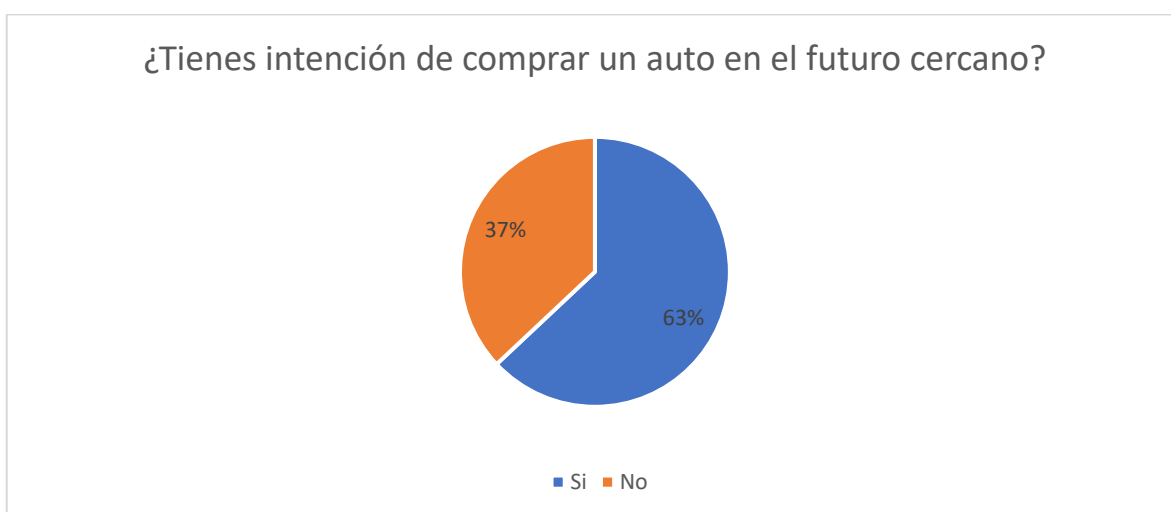


Figura 72 Intención de comprar un auto en un futuro cercano.

Pregunta 28: ¿Cuál es tu presupuesto aproximado al pensar en comprar un vehículo?

Dentro de esta pregunta los encuestados respondieron en dólares un valor estimado destinado para comprar un vehículo, estos valores van desde los \$12.000 USD hasta los \$55.000 USD, cabe a recalcar que los valores más mencionados por los encuestados son los valores de alrededor desde los \$20.000 USD hasta los \$30.000 USD.

28. ¿Cuál es tu presupuesto aproximado al pensar en comprar un vehículo? (en dólares) (0 punto)

[Más detalles](#)

108
Respuestas

Respuestas más recientes

"25000"

"30000"

"25000"

Figura 73 *Presupuesto estimado para adquirir un vehículo.*

Pregunta 29: ¿Cómo financiarías la compra de un vehículo?

El 60% de las personas que participaron en la encuesta respondió que para financiar la compra de su vehículo usaría sus ahorros, el 36% de los encuestados respondió que usaría el crédito como medio de financiamiento para comprar su próximo vehículo y el 4% de los encuestados respondió que usaría el leasing para financiar su futura compra.

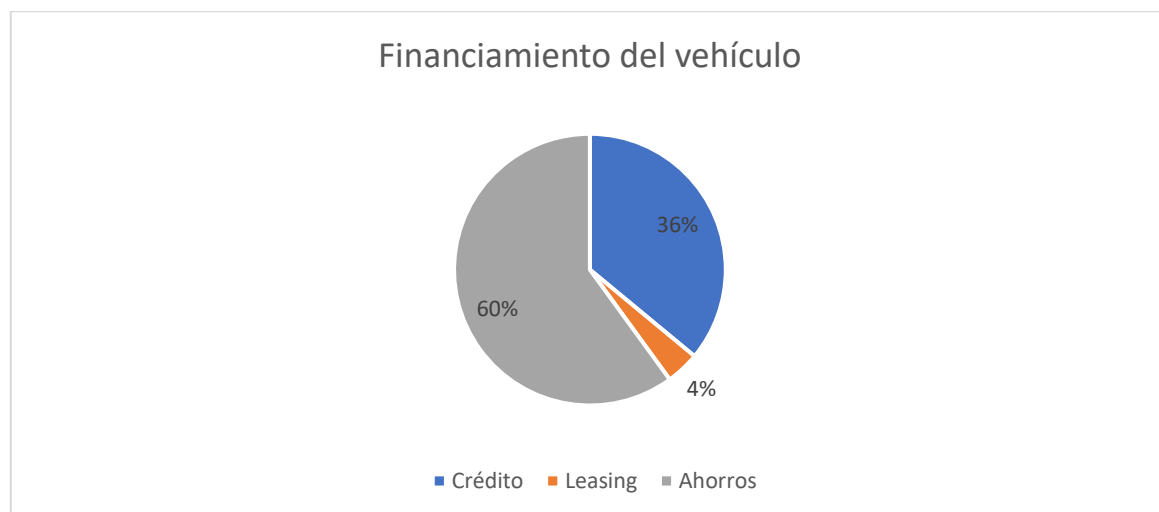


Figura 74 *Como se financiaría la compra de su vehículo.*

Pregunta 30: ¿Qué marcas de automóviles consideras más confiables?

Dentro de las marcas más confiables que respondieron los encuestados, están las marcas conocidas por los ecuatorianos como son Toyota, Nissan, Kia, Hyundai, Volkswagen, Ford, Audi, Volvo, BMW, Mazda, Chevrolet, Mercedes Benz, Suzuki y Honda.

30. ¿Qué marcas de automóviles consideras más confiables? (0 punto)

[Más detalles](#)

Información

109

Respuestas

Respuestas más recientes

"Volkswagen, Bmw, toyota"

"Volkswagen, Hyundai, Nissan"

"Bmw, Toyota"

Figura 75 *Marcas confiables de vehículos.*

Pregunta 31: ¿Dónde prefieres comprar un vehículo?

La mayoría de las personas encuestas respondió que prefiere comprar su vehículo en un concesionario, con el 54%, por otro lado, el 29% de los participantes respondió que prefiere comprar su vehículo en patios de venta, el 16% corresponde a personas que prefiere comprar el vehículo de segunda mano y el 0.5% respondió que prefiere comprar su vehículo por otras alternativas.

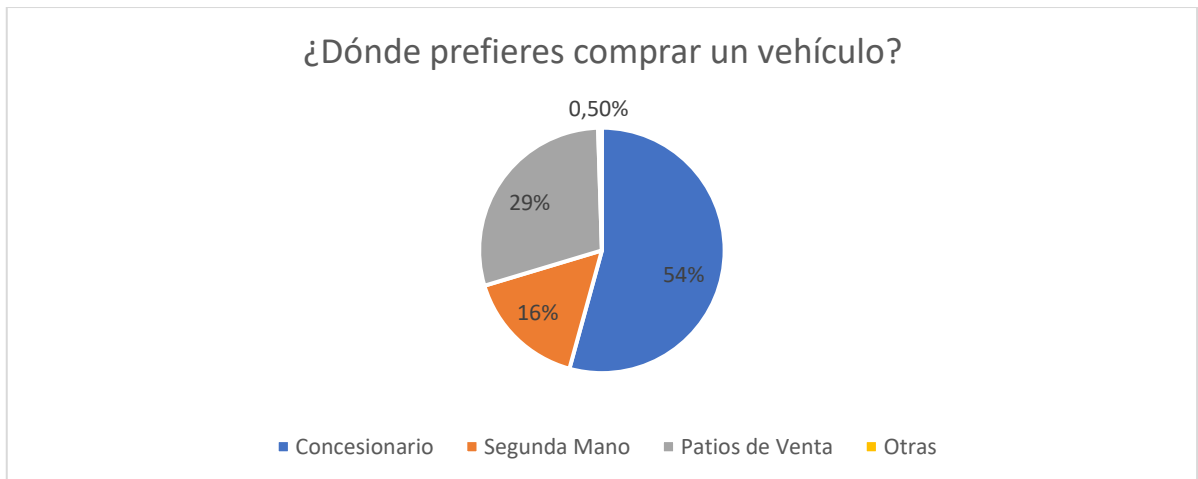


Figura 76 *Preferencias para comprar un vehículo.*

Pregunta 32: ¿Cuánto tiempo pasas investigando antes de tomar una decisión de compra?

Dentro de esta pregunta la mayoría de personas encuestadas respondió que le tomaría de 1 a 3 meses de investigación antes de comprar el vehículo, también existen otras respuestas de 4 a 5 meses y a otros encuestados que les tomaría 12 o más tomar la decisión para comprar un automóvil.

32. ¿Cuánto tiempo pasas investigando antes de tomar una decisión de compra? (en meses) (0 punto)

[Más detalles](#)

Información

110
Respuestas

Respuestas más recientes

"2 meses"

"1 mes"

"1 mes"

Figura 77 *Tiempo empleado para tomar una decisión de compra.*

Pregunta 33: ¿Cómo prefieres recibir información sobre vehículos?

Dentro de las respuestas de los encuestados se observa que prefieren recibir información sobre los vehículos a través de redes sociales con un 36%, el 35% de los encuestados prefiere recibir información mediante el internet, el 16% de las personas prefiere enterarse por televisión y el 13% por radio.

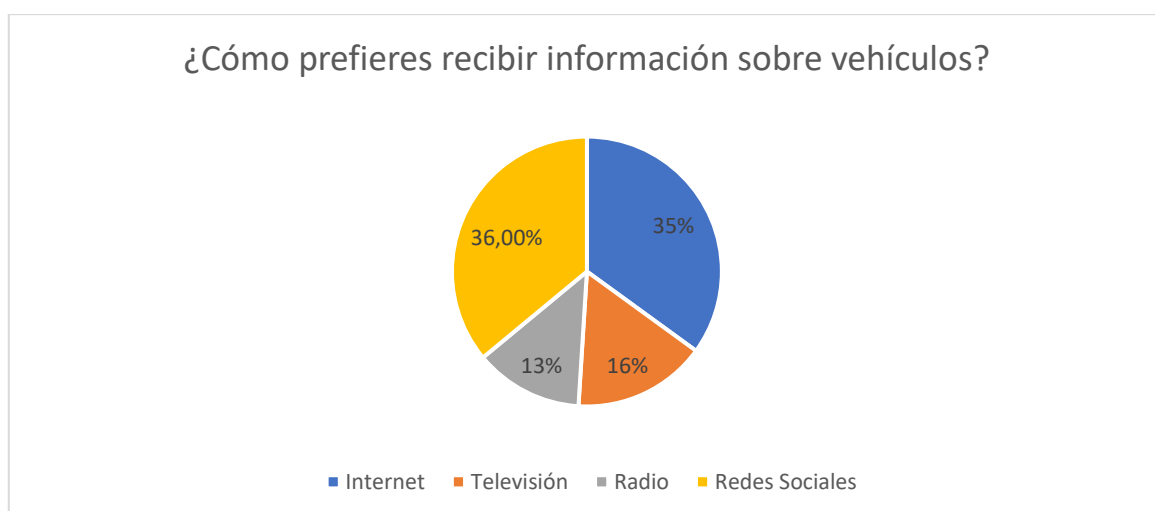


Figura 78 *Preferencias de recibir información sobre vehículos.*

Pregunta 34: ¿Considerarías comprar un vehículo eléctrico o híbrido?

El 52% de las personas que respondieron a la encuesta respondió que no están interesados en comprar un vehículo eléctrico o híbrido, por otro lado, el 48 de los encuestados respondieron que si estarían interesados en comprar un vehículo con estas características.

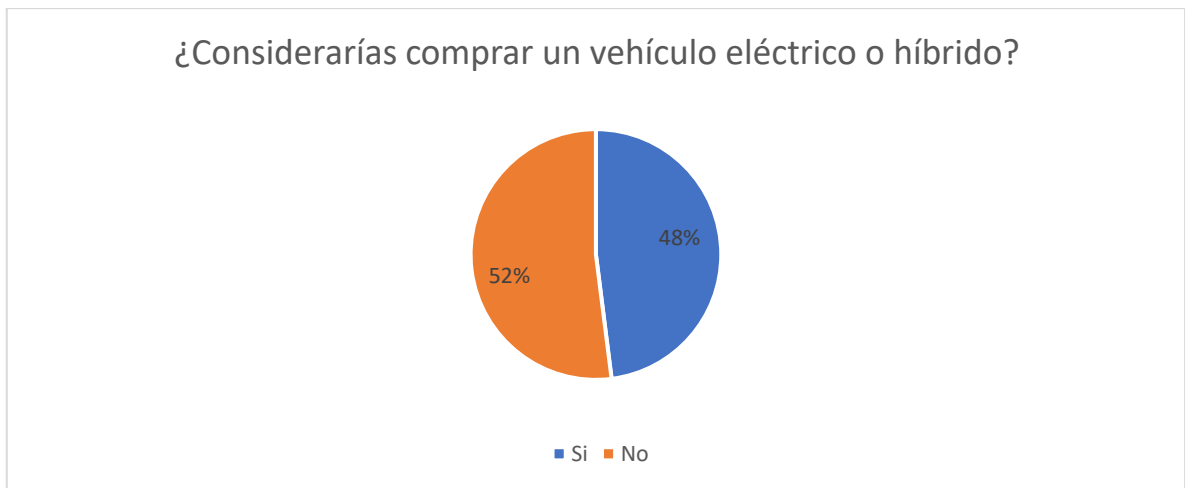


Figura 79 *¿Considerarías comprar un vehículo eléctrico o híbrido?*

Pregunta 35: ¿Cuánta importancia le das a la eficiencia del combustible y al impacto ambiental al elegir un vehículo?

El 51% de las personas que participaron en la encuesta respondieron que no consideran importante la eficiencia del combustible y el impacto ambiental al escoger un vehículo, el 32% respondió que consideran que su opinión es neutral en este tema y el 17% restante respondió que si es importante considerar la eficiencia del combustible y el impacto ambiental.

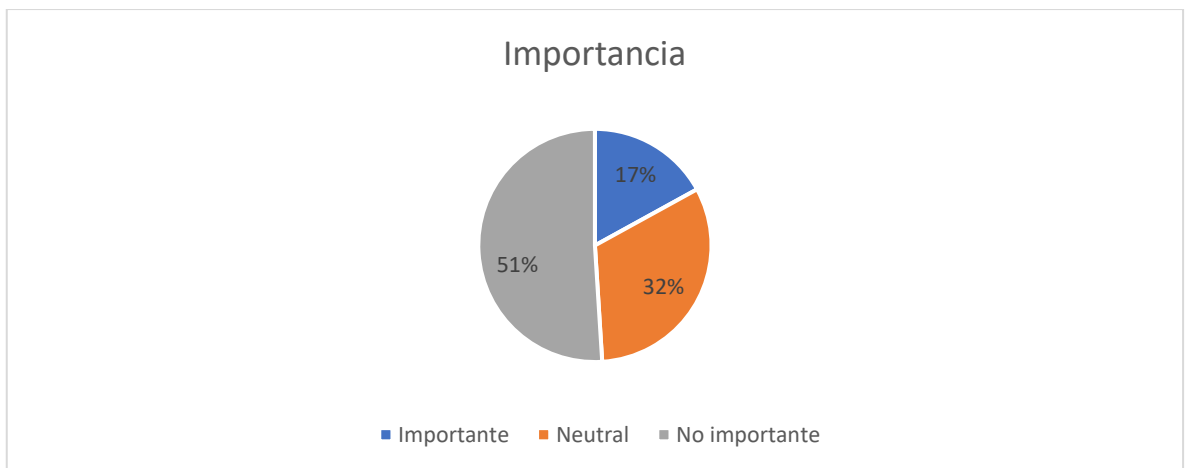


Figura 80 *Importación de combustibles e impacto ambiental.*

Pregunta 36: ¿Considerarías comprar un vehículo usado?

El 93% de las personas encuestas respondió que, si se encuentra abierta a la idea de comprar un vehículo usado, el 7% de los encuestados respondió que no están abiertos a la idea de comprar un vehículo ya usado.

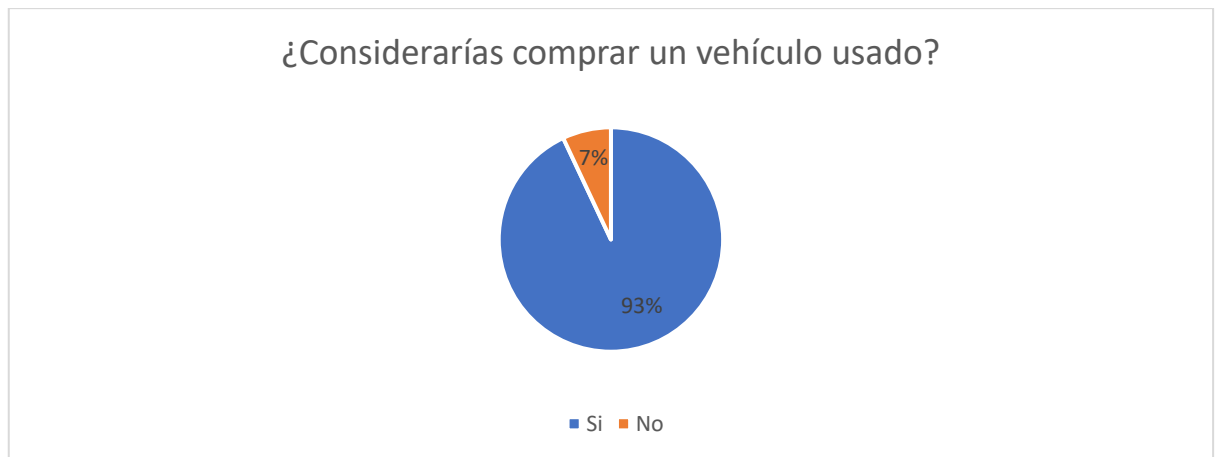


Figura 81 *¿Considerarías comprar un vehículo usado?*

Pregunta 37: ¿Cuáles son tus preocupaciones principales al comprar un vehículo usado?

Como última pregunta el 26% de los encuestados encuentra preocupante comprar un vehículo usado con un kilometraje alto, el 23% considera que una de las preocupaciones importantes es si el vehículo es chocado o no, el 25% respondió que es importante considerar la condición actual del vehículo que se va a comprar, el 15% respondió que es importante el consumo de combustible y con el 11% están las respuestas de que es importante considerar el valor de reventa del auto.

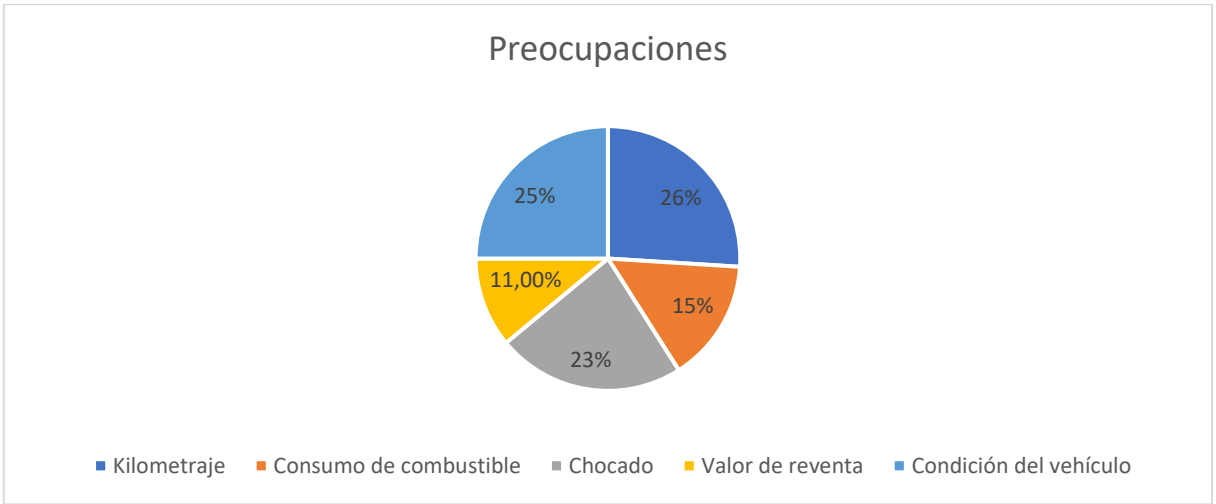


Figura 82 *Preocupaciones para adquirir un vehículo.*

4. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA

4.1 Análisis de la competencia

En el primer semestre de 2023, Ecuador importó un total de 62,749 unidades de autos, lo que representa un aumento de 3,332 unidades en comparación con el mismo período de 2022. El valor de estas importaciones alcanzó los 652 millones de dólares, convirtiéndose en el segundo rubro más importante después de los combustibles.

En cuanto a las ventas de vehículos en Ecuador, hasta junio de 2023 se comercializaron 69.947 vehículos nuevos, según el Servicio de Rentas Internas (SRI, 2023). Entre todas las marcas del mercado, se han comercializado 15.608 SUV, 9.138 automóviles y 6.392 camionetas. Las marcas más vendidas incluyen Chevrolet, KIA, Toyota, Chery, Hyundai, entre otras.

Estas cifras reflejan un mercado automotriz activo y en crecimiento en Ecuador para el año 2023.

4.1.1 Oferta marcas alemanas

Mercedes-Benz:

El sitio web del distribuidor oficial de Mercedes-Benz en Ecuador ofrece una amplia gama de automóviles y SUVs. Los modelos están organizados en categorías como Clase A, Clase C, Clase E, y SUVs como GLA, GLC, GLE, entre otros. Los precios oscilan entre \$54,990 y \$389,990, con la posibilidad de obtener más detalles, cotizaciones y configuraciones personalizadas para cada vehículo. Además, se incluyen secciones específicas para vehículos deportivos, eléctricos, camiones, chasis, buses y vans.

Opel:

El sitio web de Opel Ecuador presenta una variedad de modelos de vehículos divididos en categorías de pasajeros y utilitarios, como Corsa, Crossland, Grandland, Mokka,

Combo y Vivaro. Los precios varían según el modelo, por ejemplo, el Corsa desde \$19,990, Crossland desde \$28,490, y Grandland desde \$39,990. Ofrecen servicios posventa que incluyen mantenimiento, asistencia técnica, garantía, cita en el taller, entre otros.

Opel destaca ofertas en línea exclusivas, permitiendo a los clientes elegir, financiar y personalizar su vehículo en línea, con beneficios como una garantía de 3 años, un año de seguro gratuito y 3 años de servicio gratuito al reservar en línea.

BMW:

El sitio web de BMW Ecuador ofrece una amplia gama de vehículos, incluyendo modelos eléctricos, híbridos conectables y de gasolina. Los modelos están categorizados en series como BMW i, X, M, y números del 1 al 8, además del modelo Z4. Proporciona información detallada sobre cada modelo, configuración y precios.

Además, destaca servicios post-venta, agendamiento de citas, campañas técnicas, refacciones originales y accesorios BMW. Se mencionan aplicaciones BMW, catálogos y guías para propietarios. La página ofrece opciones de contacto, enlaces a redes sociales y secciones dedicadas a eventos, experiencias, promociones y ofertas en flotillas.

Volkswagen:

El sitio web de Volkswagen Ecuador presenta una amplia gama de vehículos, desde el Polo hasta el Teramont, con precios que van desde \$18,990 hasta \$89,990. Ofrece una herramienta de cotización en línea, la posibilidad de programar un Test Drive e información detallada sobre servicios y mantenimiento, incluyendo concesionarios a nivel nacional.

El sitio web facilita el contacto a través de números de teléfono y WhatsApp. Se proporcionan enlaces a redes sociales, permitiendo a los usuarios seguir la marca y mantenerse actualizados sobre noticias y ofertas. Ofrece una plataforma integral para obtener información sobre la compra, servicio y mantenimiento de vehículos Volkswagen en Ecuador.

Audi:

El sitio web de Audi Ecuador presenta una amplia gama de modelos, desde el A3 hasta el e-tron GT, con especial énfasis en la electromovilidad. Ofrece un configurador en línea para personalizar vehículos y proporciona información sobre concesionarios, servicios post venta, repuestos originales y garantía Audi.

Además, se incluyen secciones como Mundo Audi, con Audi Lifestyle y noticias de la marca. El sitio destaca eventos locales patrocinados por Audi, enlaces a redes sociales y una sección de privacidad. A pesar de algunas limitaciones técnicas, ofrece una experiencia integral para los interesados en vehículos Audi en Ecuador.

Análisis de Concesionarios y Atención al Cliente:

En general, se observa que los concesionarios de las marcas de automóviles alemanas (Mercedes-Benz, Opel, BMW, Audi, Volkswagen) cuentan con un personal capacitado y listo para atender a los clientes de manera personalizada. El enfoque de preguntar por las necesidades, estilos, gustos y preferencias de los compradores demuestra un interés genuino en brindar una experiencia de compra adaptada a cada cliente. Esta estrategia contribuye a la satisfacción del cliente al ofrecer vehículos que cumplen con sus exigencias.

Sin embargo, se menciona que no todos los talleres automotrices brindan una atención óptima al comprador. Sería importante que las marcas consideren mejorar la calidad del servicio postventa en todos sus puntos de atención para garantizar una experiencia completa y positiva para los clientes.

Disponibilidad de Vehículos y Entregas:

Se destaca que la disponibilidad de vehículos es amplia, y las entregas automotrices se realizan desde el mes de diciembre del presente año. Esto sugiere un compromiso con la disponibilidad oportuna de los modelos para los clientes. La excepción de Opel, que cuenta con disponibilidad inmediata en todos los modelos, podría ser un punto fuerte a destacar en su estrategia de ventas.

Seguridad de los Vehículos Alemanes:

Se enfatiza la seguridad de los autos alemanes, indicando que lideran el mercado con vehículos considerados cien por ciento seguros. La mención de autos alemanes con calificación de seguridad 5 estrellas refuerza la percepción de que estos vehículos son los más seguros dentro del país. Este aspecto podría ser un fuerte argumento de venta y un diferenciador clave para los consumidores preocupados por la seguridad.

Precios de Mantenimiento:

Se señala que los precios de mantenimiento son relativamente similares entre las marcas alemanas. Además, se destaca que los autos alemanes están diseñados para requerir mantenimientos una o dos veces al año, lo que puede ser percibido como conveniente para los propietarios. Sin embargo, se menciona que ciertos mantenimientos específicos por kilometraje, como los de 20.000 KM o 25.000 KM, pueden tener costos significativamente más altos, lo que podría ser una consideración importante para los compradores.

En resumen, el análisis revela puntos fuertes en la atención personalizada, la disponibilidad de vehículos y la seguridad de los autos alemanes, aunque señala áreas de mejora en la atención postventa y algunos aspectos económicos relacionados con los precios de mantenimiento específicos.

- **Análisis top 10 marcas más vendidas en Ecuador**

La competencia directa para los autos alemanes son todas aquellas marcas de vehículos que se encuentran dentro del territorio ecuatoriano. Está claro que el mercado es liderado por Chevrolet y Kia, además son las marcas que más venden dentro del país, sin embargo, existen otras marcas que también se encuentran dentro del top diez y son significativas para el mercado ecuatoriano, estos datos según la (AEADE, 2023) son la venta de enero a septiembre del año 2023.

TOP	MARCA	UNIDADES VENDIDAS
1	Chevrolet	6.965
2	Kia	5.780
3	Toyota	2.382
4	Chery	1.722
5	Hyundai	1.712
6	Renault	1.434
7	Suzuki	1.038
8	Great Wall	1.034
9	Shineray	938
10	Jetour	887

Figura 83 Cuadro top 10 marcas con más presencia y más ventas en Ecuador.

Cabe a destacar que la marca alemana más vendida en el país es Volkswagen y ocupa el puesto número once dentro de las marcas más vendidas dentro del territorio ecuatoriano, en el puesto número veintidós se encuentra la marca Mercedes Benz, en el puesto número veintitrés se encuentra la marca Audi, en el puesto veintisiete esta la marca Opel y en el puesto veintiocho esta la marca BMW.

La razón por la cual Volkswagen ocupa este puesto es debido a su rango de precios es muy accesible para el público ecuatoriano y tienen mucha experiencia dentro del mercado del país, por otro lado, la marca Opel, tiene estos mismos rangos de precios, sin embargo, es una marca nueva dentro del territorio y no cuenta con mucho respaldo para la mayoría de ecuatorianos.

En total hasta las cifras del mes de mayo del 2023, se ha vendido un total de 15.608 SUV, 9.138 automóviles y 6.392 camionetas, por otro lado, el sector eléctrico e híbrido dentro del fueron los que más crecieron, según (AEADE, 2023) el sector eléctrico creció 16% más con respecto al año 2021 y el híbrido creció 59% con respecto al año 2021, esto significa que, existe diversificación y preferencias hacia estos nuevos vehículos. Tomando en cuenta estos datos, las ventas del primer trimestre del 2023 se han vendido un total de 2.361 autos híbridos y 149 vehículos eléctricos.

4.1.2 Oferta Mercado Automotriz del País

1. Chevrolet:

Variedad de Modelos: Ofrece una amplia gama de vehículos, desde compactos hasta camionetas y SUV, compitiendo en varios segmentos.

Precio Competitivo: Chevrolet tiende a tener precios más accesibles, atrayendo a consumidores sensibles al costo.

Reputación de Confianza: La marca tiene una reputación sólida en términos de confiabilidad y durabilidad.

Precios: El rango de precios de la marca tiene varios rangos que van desde los USD 16.299 hasta los USD 19.999, los autos SUV tienen precios desde los USD 22.590 hasta los USD 126.990, las camionetas van desde los USD 26.999 hasta los USD 87.990 y sus camiones que están desde los USD 25.490 hasta los USD 110.090.

2. Kia:

Diseño Moderno: Kia ha ganado reconocimiento por su diseño moderno y atractivo, compitiendo en términos de estilo.

Garantía Extendida: Ofrece garantías extendidas, construyendo confianza en la marca.

Precio Competitivo: Kia es conocido por ofrecer opciones asequibles con características modernas.

3. Toyota:

Reputación de Durabilidad: Toyota se destaca por su reputación de durabilidad y confiabilidad, siendo una fuerte competencia en estos aspectos.

Liderazgo en Híbridos: Es líder en la producción de vehículos híbridos, ofreciendo opciones eficientes de combustible.

Precios: Los automóviles de Toyota tiene un precio desde los USD 16.779 hasta los USD 29.200, sus camionetas están dentro del rango de precios de USD 33.060 hasta USD 54.590, lo SUVs tienen un rango de precios desde los USD 20.559 hasta USD 176,000, y los autos híbridos tienen un precio desde los USD 29.200 hasta 32.559.

4. Chery:

Precio Competitivo: Las marcas chinas, como Chery, suelen destacarse por ofrecer opciones más asequibles.

Tecnología Avanzada: Algunas marcas chinas han avanzado en tecnología, ofreciendo características innovadoras.

Precios: Su único automóvil esta desde USD 16.490, los modelos SUV están desde USD 17.590 hasta los USD 37.990 y sus vehículos híbridos y eléctricos están desde los USD 19.990 hasta los USD 41.990.

5. Hyundai:

Mejora de Calidad Percibida: Hyundai ha mejorado significativamente su calidad percibida, compitiendo en términos de calidad.

Diversificación de Oferta: Ofrece una gama diversa de vehículos, desde autos compactos hasta SUV y vehículos eléctricos.

6. Renault:

Estilo y Diseño: Renault suele destacarse por su estilo y diseño distintivo, compitiendo en términos de estética.

Eficiencia de Combustible: Las marcas francesas, incluida Renault, han priorizado la eficiencia de combustible.

Precios: Sus automóviles van desde los USD 14.825 hasta los USD 16.455, en la categoría de crossovers esta desde los USD 18.645 y los SUV están desde los USD 19.995 hasta los USD 39.995.

7. Suzuki:

Enfoque en SUV y Autos Compactos: Suzuki ha destacado en la producción de SUV y autos compactos, siendo competencia en estos segmentos.

Eficiencia de Combustible: Muchos modelos de Suzuki son conocidos por su eficiencia de combustible.

8. Great Wall:

Precio Competitivo: Como muchas marcas chinas, Great Wall suele competir en términos de precio.

Vehículos Todo Terreno: Great Wall ha enfocado sus esfuerzos en vehículos todo terreno, compitiendo en este segmento específico.

9. Shineray:

Precio Competitivo: Shineray, como otras marcas chinas, se destaca por ofrecer opciones más asequibles.

Variedad de Productos: Ofrece una variedad de productos, desde motocicletas hasta vehículos comerciales, diversificando su oferta.

10. Jetour:

Diseño y Estilo: Jetour, una marca de Chery, suele destacarse por su diseño moderno y estilo contemporáneo.

Precio Competitivo: Mantiene una competencia significativa en términos de precio.

Precios: Los precios de sus SUV están desde los USD 21.990 hasta los USD 30.990.

Se dice que para el sector automotor existe una proyección de vender más de 140.000 unidades lo que significa que el mercado automotor en Ecuador cada vez crece más y con esto más demanda por las marcas presentes en el país.

4.2 Análisis de los consumidores

La demanda se refiere a la solicitud o preferencia de los consumidores por los automóviles alemanes en Ecuador, además según (AEADE, 2023) dice que en el primer quinquemestre del año 2023 existe una cantidad vendida de 41787 vehículos la demanda de vehículos alemanes es de 420 autos distribuidos en las diferentes marcas que están presentes en el país, sin embargo, se debe señalar que la marca Volkswagen es la que más vende tomando en cuenta de enero hasta el mes de mayo. Con esto el porcentaje de participación del mercado automotriz de las marcas de origen alemán representan un total de participación total del mercado de 4,22%, para esto se ha elaborado una tabla con información sobre el

porcentaje de participación por marcas y la cantidad de unidades vendidas hasta el mes de mayo del 2023.

Marcas	% Participación	Unidades Vendidas
Volkswagen	3.07%	307
BMW	0.18%	18
Audi	0.35%	34
Mercedes Benz	0.42%	41
Opel	0.20%	20
Total	4.22%	420

Figura 84 Cuadro porcentaje de participación y unidades vendidas marcas alemanas.

4.2.1 Demanda Mercado Automotriz del País

La información proporcionada en la encuesta sugiere varias tendencias y factores que influyen en la demanda de estos vehículos.

Desde enero a septiembre del 2023 las marcas top 10 de ventas en el país han vendido un total de 22858 unidades vehiculares (véase figura 83), lo que significa claramente que tienen un gran porcentaje de participación y una fidelización de los consumidores por la marca.

Segmentación de Ventas:

Los datos proporcionados dan una idea clara de la demanda en términos de tipos de vehículos vendidos, con SUV liderando con 15,608 unidades, seguidos por automóviles (9,138) y camionetas (6,392).

Esto quiere decir que el pueblo ecuatoriano tiene un mayor gusto por los autos SUV y se podría decir que de cada 10 personas 5 prefieren comprar un modelo SUV.

Crecimiento en Vehículos Eléctricos e Híbridos:

El aumento del 16% en ventas de vehículos eléctricos y el crecimiento del 59% en híbridos indican una creciente demanda y preferencia por opciones más sostenibles y eficientes en combustible.

Ventas por Marca:

Chevrolet lidera en ventas con 6,965 unidades, seguido por KIA (5,780) y Toyota (2,382).

Las marcas chinas como Chery, Hyundai, y Great Wall también tienen cifras significativas, mostrando la demanda de opciones más asequibles, además la cantidad de ventas de estas marcas se da también por el precio de venta de los vehículos, la mayoría de automóviles son accesibles para los ecuatorianos.

4.2.2 Demanda de Marcas Alemanas

No se proporcionan cifras específicas de ventas para marcas alemanas. La posición de Volkswagen en el puesto once en el ranking general sugiere una demanda potencial, pero sería beneficioso contar con cifras precisas para evaluar su posición exacta.

Factores de Decisión de Compra:

Se mencionan varios factores que influyen en la decisión de compra, como la variedad de modelos, precios competitivos, reputación de confianza, diseño moderno, garantías extendidas y eficiencia de combustible.

Mercado en Crecimiento:

La proyección de vender más de 140,000 unidades indica un mercado automotor en crecimiento en Ecuador. Esto sugiere una demanda general en aumento y que cada vez más los ecuatorianos adopten nuevos gustos y tendencias por las marcas de autos en el país.

Demografía y Preferencias: La encuesta (véase el anexo C) destaca la distribución por edad de los propietarios de automóviles alemanes y sus preferencias en términos de marca, modelo y año. Este análisis ayuda a entender qué grupos demográficos muestran más interés en estos vehículos.

Satisfacción del Consumidor: La información sobre la satisfacción de los propietarios con sus vehículos actuales y los servicios postventa proporciona una indicación de cómo la calidad percibida puede afectar la demanda. La alta satisfacción podría generar una demanda continua y la repetición de compras.

Percepciones sobre Calidad y Precio: Las percepciones sobre la calidad de los autos alemanes, la relación calidad-precio y la consideración de si son superiores a otras marcas locales o extranjeras influyen en la decisión de compra. Esto impacta directamente en la demanda del producto.

Impacto Económico: Las opiniones sobre si la importación de autos alemanes tiene un impacto positivo en la economía local pueden influir en la percepción pública y, por ende, en la demanda. Las consideraciones sobre accesibilidad de precios y el efecto en la industria automotriz local también juegan un papel crucial.

Conciencia y Opiniones sobre Políticas de Importación: La conciencia de las políticas de importación y las opiniones sobre si las regulaciones actuales favorecen o no a la importación de autos alemanes afectan la percepción de los consumidores y, por lo tanto, la demanda.

Preferencias Futuras y Presupuesto: La intención de compra futura, el presupuesto estimado y las formas de financiamiento proporcionan información valiosa sobre la demanda anticipada y la disposición de los consumidores a invertir en automóviles alemanes.

En resumen, la demanda se refleja en la aceptación y preferencia de los consumidores por los automóviles alemanes en función de diversos factores, desde la satisfacción actual hasta las percepciones sobre calidad, precio y el impacto económico general.

También se ha creado un perfil buyer con el objetivo de reconocer cuales son los perfiles de las personas que comprarían o ya poseen un vehículo alemán, además nos permite reconocer cual sería el cliente ideal o potencial y nos proporciona un panorama claro de cuáles son sus preocupaciones y necesidades para así proponer soluciones a sus problemas.

Explicación Customer Journey

Visualización de un Anuncio: Este paso implica el primer contacto del cliente con el producto, a menudo a través de un anuncio en línea o una valla publicitaria. Representa el momento en que el cliente se da cuenta de la existencia y las características del auto alemán.

Investigación en Internet: En esta fase, el cliente busca activamente más información sobre los autos alemanes. Esto podría incluir visitar sitios web de concesionarios, leer foros de automóviles y explorar en redes sociales.

Interacción con un concesionario: Este paso implica visitar físicamente un concesionario de autos alemanes, donde el cliente puede hablar con vendedores, hacer preguntas y obtener más información.

Prueba de Manejo: Aquí, el cliente tiene la oportunidad de probar el auto, una parte crucial en el proceso de toma de decisiones. Es donde el cliente experimenta de primera mano cómo se siente conducir el auto.

Firma de Documentos de Compra: Este paso representa el proceso de compra en sí, donde se finalizan los detalles financieros y se firman los documentos necesarios para la adquisición del vehículo.

Servicio al Cliente: Después de la compra, el cliente experimenta el servicio postventa, que puede incluir mantenimiento programado, soporte técnico y otras formas de atención al cliente.

Programa de Lealtad: Finalmente, el cliente puede ser invitado a unirse a programas de lealtad o eventos exclusivos, diseñados para mantener la relación a largo plazo y fomentar futuras compras.

Cada uno de estos pasos es fundamental en el proceso de compra y contribuye a la experiencia general del cliente con el producto y la marca.

4.3 Factores clave

4.3.1 Recomendaciones generales

Foco en Vehículos Sostenibles:

Dada la creciente demanda de vehículos eléctricos e híbridos, las marcas deberían considerar expandir sus ofertas en este segmento y generar campañas de concientización para el uso de las nuevas tecnologías.

Estrategias de Precio Competitivas:

La competencia se basa en precios asequibles. Las marcas deberían evaluar sus estrategias de precios para mantenerse competitivas y ganar más territorio dentro del mercado automotriz.

Comunicación de Atributos Clave:

Las marcas deben destacar atributos clave como confiabilidad, diseño moderno, garantías extendidas y eficiencia de combustible en sus campañas de marketing.

Monitoreo de Tendencias del Mercado:

La proyección de crecimiento indica oportunidades, pero es esencial monitorear continuamente las tendencias del mercado y ajustar las estrategias en consecuencia, con el paso del tiempo está demostrado que aparecen nuevos gustos y tendencias por lo que se debería evaluar estas nuevas conductas.

Medición de Demanda de Marcas Alemanas:

Obtener datos específicos de ventas para marcas alemanas, especialmente Volkswagen, ayudaría a evaluar mejor su demanda y posición en el mercado, ya que estas marcas tienen un gran potencial para sobresalir sobre el resto y en especial sus diseños y modelos de vehículos son muy eficientes y duraderos, lo que significaría menos preocupación por adquirir un vehículo en buen estado.

Adaptación a Preferencias Locales:

Las marcas deben adaptar sus estrategias a las preferencias y comportamientos de compra específicos del mercado ecuatoriano ya que muchas veces no se evalúa la aceptación por estas marcas en el mercado ecuatoriano y muchas veces fracasan.

Es importante considerar los precios para importar un vehículo de origen alemán al país en donde estamos, es por eso que, se detalla los pasos y precios estimados para la importación de los autos a Ecuador.

Planificación y Cumplimiento de Normativas: Para importar un vehículo alemán primero se asegura que sus modelos cumplan con las normativas de vehículos en Ecuador, lo cual puede incluir normas de seguridad, emisiones y especificaciones técnicas.

Acuerdos Comerciales: Se verifica si se podría hacer el uso de beneficios de cualquier acuerdo comercial entre Alemania (o la Unión Europea) y Ecuador, que podría influir en los aranceles de importación y otras condiciones comerciales.

Logística de Envío: Las marcas alemanas coordinan la logística para el transporte de vehículos desde Alemania a Ecuador. Esto generalmente se realiza a través de transporte marítimo, utilizando contenedores o buques Ro-Ro (Roll-on/Roll-off).

Seguro de Transporte: Los vehículos son asegurados durante el tránsito para protegerse contra posibles daños o pérdidas.

Manejo de Aduanas y Aranceles de Importación: Al llegar a Ecuador, las distintas concesionarias alemanas o su agente aduanal local se encarga de todos los procedimientos aduaneros. Esto incluye el pago de aranceles de importación y otros impuestos, que varían dependiendo de factores como el valor del vehículo, su tipo y características.

Inspecciones y Homologación: Los vehículos pueden requerir inspecciones y homologación para garantizar que cumplen con las normas locales, incluyendo las pruebas de emisiones y seguridad.

Distribución y Venta Local: Una vez despejados en aduanas, los vehículos son transportados a los concesionarios de destino en Ecuador, donde son preparados para la venta y entregados a los clientes.

Servicio Postventa: Los concesionarios alemanes también establecen servicios de postventa, incluyendo garantías, mantenimiento y repuestos, como parte de su oferta en el mercado ecuatoriano.

4.3.2 Factores de Importación y Comercialización de Vehículos Alemanes

Tabla 8 Precio importación vehículo alemán

PRECIO ESTIMADO IMPORTACIÓN		
PASOS	PROCESOS	USD (\$)
1	VEHÍCULO A IMPORTAR	\$ 30,000.00
2	ENVÍO (MARÍTIMO)(APROX)	\$ 2,000.00
3	SEGURO DE ENVÍO (1,5% VALOR AUTO)	\$ 400.00
4	ARANCELES ADUANEROS (20%-30% DEL VALOR AUTO)	\$ 7,500.00
5	IVA (12%)	\$ 3,600.00
6	HOMOLOGACIÓN Y EMISIONES	\$ 500.00
7	GASTO DE AGENCIA ADUANAS	\$ 1,000.00
8	REGISTRO MATRICULA (DEPENDE DEL VALOR AUTO)	\$ 300.00
9	OTROS COSTOS COMO INSPECCIONES	\$ 500.00
10	TOTAL	\$ 45,800.00

La suma de todos estos valores, tendríamos un costo aproximado de: 45.800 USD, partiendo de este valor se estima el valor al que el vehículo estaría dentro del mercado ecuatoriano.

Variedad de Modelos y Segmentos:

Evaluar la diversidad de modelos ofrecidos por las marcas alemanas para entender si abarcan diferentes segmentos del mercado ecuatoriano y saber si los consumidores están interesados en comprar un vehículo de esa marca.

Precios Competitivos:

Analizar la competitividad de los precios de los carros alemanes en comparación con otras marcas presentes en Ecuador, ya que muchas veces está asociado a que el vehículo alemán es excesivamente caro en términos de precio y mantenimiento del auto para el país en el que estamos.

Servicios Postventa y Atención al Cliente:

Investigar la calidad de los servicios postventa y la atención al cliente proporcionados por los distribuidores oficiales de las marcas alemanas, muchas veces los vendedores de los concesionarios alemanes no atienden de la mejor manera a los posibles o futuros clientes, esto es debido a que tienen una mala percepción y juzgan indebidamente a las personas.

Disponibilidad y Tiempos de Entrega:

Evaluar la disponibilidad de los vehículos alemanes en el mercado ecuatoriano y la eficiencia en los tiempos de entrega, si bien es cierto las marcas alemanas tienen un stock limitado en el país y tiene que hacer la importación desde Alemania, pero estos tiempos son de espera son muy largos a comparación de otras marcas que podrían darte el vehículo en el lapso de 1 mes.

Seguridad de los Vehículos:

Analizar las características de seguridad de los carros alemanes y cómo se comparan con las normas locales y las preferencias del consumidor, si bien es cierto, todos los vehículos alemanes tienen 5 estrellas de seguridad y son confiables, se debería destacar esta seguridad a los consumidores ecuatorianos.

Costos de Mantenimiento:

Examinar los costos asociados con el mantenimiento de los vehículos alemanes a lo largo del tiempo, ya que muchas veces estos pueden parecer un poco excesivos para lo que realmente se debe realizar en el auto.

- **BMW**

Motor: 2.0 Turbo

Calificación de Seguridad: 5 Estrellas

Costo de Mantenimiento: \$250 + IVA

Intervalo de Mantenimiento: Cada 15,000 km

- **Mercedes Benz**

Motor: 2.0 Turbo

Calificación de Seguridad: 5 Estrellas

Costo de Mantenimiento: \$250 + IVA

Intervalo de Mantenimiento: Cada 10,000 km

- **Opel**

Motor: 1.6 Turbo

Calificación de Seguridad: 5 Estrellas

Costo de Mantenimiento: \$220 + IVA

Intervalo de Mantenimiento: Cada 10,000 km

- **Volkswagen**

Motor: 2.0 Turbo

Calificación de Seguridad: 5 Estrellas

Costo de Mantenimiento: \$250 + IVA

Intervalo de Mantenimiento: Cada 10,000 km

- **Audi**

Motor: 2.0 Turbo

Calificación de Seguridad: 5 Estrellas

Costo de Mantenimiento: \$593,30 + IVA

Intervalo de Mantenimiento: Cada 15,000 km

Como se evidenció en el capítulo 2 en la Cadena de Valor, Stanley (2022) afirma que, mantener un vehículo alemán está aproximadamente entre los valores de \$700 a \$1200 al año, por lo que tiene mucha lógica considerando que estos vehículos necesitan mantenimientos desde los 10,000 KM en adelante.

Demanda del Mercado:

Analizar la demanda actual y proyectada de vehículos alemanes en Ecuador, considerando factores demográficos y económicos, con el objetivo de obtener y atraer más clientes y lograr una fidelización por las marcas alemanas.

Impacto Económico y Local:

Evaluar el impacto económico de la importación de carros alemanes en la economía local y cómo se percibe por parte de los consumidores ecuatorianos.

Tendencias del Mercado:

Monitorear las tendencias actuales del mercado automotor en Ecuador, especialmente en relación con la preferencia por vehículos eléctricos e híbridos, con esto se lograría ganar más participación dentro del mercado automotriz ecuatoriano siendo los líderes de estas tecnologías eléctricas.

Adaptación a Preferencias Locales:

Verificar si las marcas alemanas han adaptado sus modelos y estrategias de marketing para satisfacer las preferencias y necesidades específicas del mercado ecuatoriano, dentro de las personas encuestadas (véase el anexo C) respondieron que les gustaría ver más publicidad sobre marcas alemanas en redes sociales y televisión, se debe reforzar el marketing de las marcas alemanas para llegar a todo el público posible con el objetivo de mejorar las ventas, además considerando la cantidad de publicaciones y comerciales en cuanto a marcas alemanas en el país, no existe mucho y están perdiendo una gran oportunidad para poder expandirse dentro del país.

Sostenibilidad y Eficiencia de Combustible:

Considerar cómo las marcas alemanas abordan la creciente demanda de vehículos sostenibles y su eficiencia de combustible, además considerar que los vehículos de origen alemán están únicamente ensamblados para usar gasolina Super, que actualmente es la gasolina más cara en el país con un precio de \$4,33. (véase la figura 6)

Experiencia del Cliente:

Analizar las experiencias de compra de los clientes actuales, destacando aspectos positivos y áreas de mejora, esto con el objetivo de generar experiencias únicas dentro de los procesos de compra de autos alemanes.

4.3.3 Impacto de Importar un Carro Alemán a Ecuador

1. Impacto Económico:

Inversión y Gasto de Divisas: Importar vehículos alemanes implica una significativa salida de divisas de Ecuador. Esto puede afectar la balanza comercial del país, que es de USD 2.324,6 millones especialmente si las importaciones superan a las exportaciones como se logró evidenciar que tuvo una reducción del 19% con respecto al año 2021. Además, puede influir en la estabilidad del tipo de cambio y en las reservas internacionales.

Los efectos de esto sería que, la importación de vehículos alemanes incrementaría el valor total de las importaciones en Ecuador. Esto afectaría la balanza comercial al aumentar el monto que el país gasta en importaciones, por otro lado, si el aumento de estas importaciones es muy significativo podría reducir aún más el superávit comercial. Esto sucede porque el superávit se calcula restando las importaciones totales de las exportaciones totales.

Por otro lado, con la reducción del 19% del saldo comercial se podría acentuar con el incremento de las importaciones de estos vehículos.

Generación de Impuestos: La importación de autos conlleva el pago de aranceles e impuestos, lo que representa una fuente de ingresos para el Estado ecuatoriano. Estos ingresos pueden ser significativos, especialmente con vehículos de alta gama. Para calcular estos impuestos se debe tomar en cuenta que esto encarecerá más el valor comercial de los vehículos alemanes, ya que se paga el 12% de IVA, el ICE un 35% y si el auto es considerado de lujo se incrementa un 47% sobre el precio, también se debe considerar que se pagan veintidós tributos y según la AEADE, se pagan impuestos previos a la importación de los vehículos, al nacionalizar los motores y durante su venta, los aranceles de los automóviles se aplican de nuevo a los valores que ya tenían impuesto, se estaría aplicando un impuesto sobre un impuesto.

Aumento de Precios: Los vehículos importados suelen ser más caros debido a los costos adicionales como aranceles, impuestos y transporte. Esto podría limitar el acceso a estos vehículos para una parte de la población, creando una brecha en términos de acceso a vehículos modernos y seguros.

2. Impacto Medioambiental:

Huella de Carbono: El transporte de vehículos desde Alemania hasta Ecuador aumenta la huella de carbono. Este aspecto es crucial en el contexto del cambio climático y los esfuerzos globales para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

Para calcular la huella de carbono de un vehículo es necesario considerar este es un indicador que mide la cantidad de dióxido de carbono o el CO₂ en la atmósfera, la reducción porcentual de la huella de carbono de los autos alemanes varía ampliamente dependiendo de varios factores como el modelo del vehículo, el tipo de tecnología empleada, y el cambio de los motores de combustión interna a opciones más limpias como los eléctricos o híbridos. Las cifras exactas pueden variar, sin embargo, sus vehículos eléctricos o híbridos reducen significativamente esta huella, no en un 100% pero si muy cercano, incluso en los vehículos de combustión interna, las mejoras tecnológicas han llevado a una mayor eficiencia de combustible y menor emisión de gases de efecto invernadero. La reducción en este caso puede ser del orden del 10-30%, dependiendo de la eficiencia del modelo anterior comparado con el nuevo.

En el país alemán, para el año 2022 según Datosmacro se puede evidenciar que durante la evolución de los últimos diez años las emisiones de CO₂ han disminuido considerablemente gracias al uso de energías renovables y uso de alternativas más amigables. (Datosmacro, 2022)

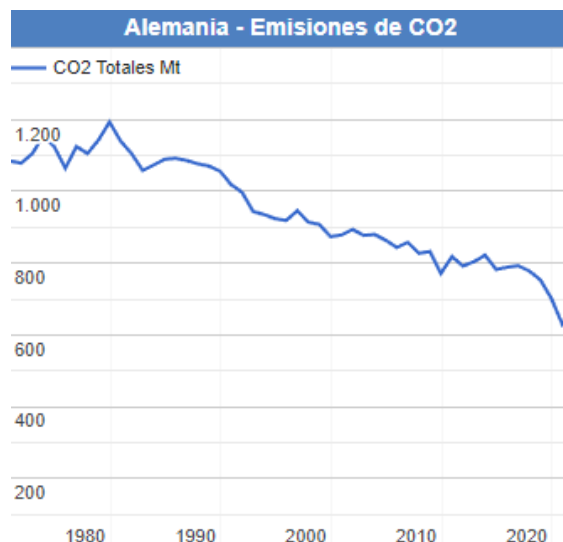


Figura 87 Emisiones de CO₂ en Alemania

Para el caso ecuatoriano es lo contrario, se evidencia claramente que las emisiones de CO2 incrementan cada año, es por eso que se recomienda adoptar medidas más amigables como el uso de vehículos eléctricos o híbridos provenientes de Alemania. (Datosmacro, 2022)

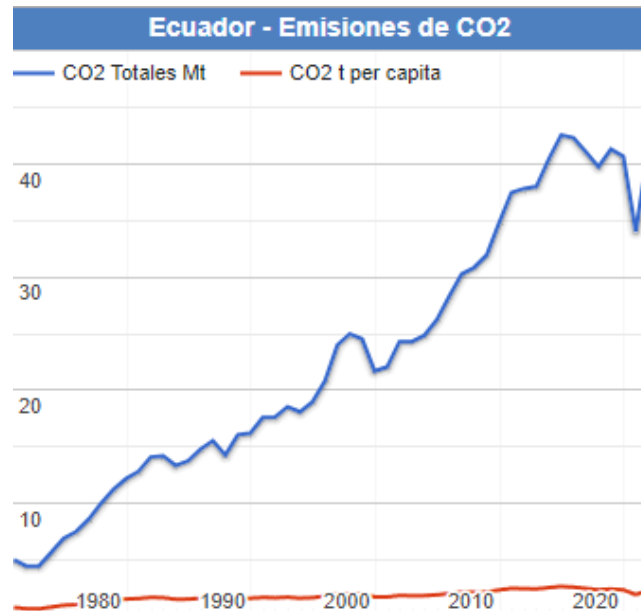


Figura 88 Emisiones de CO2 en Ecuador

Normas Ambientales: Los vehículos alemanes suelen cumplir con altos estándares de eficiencia energética y emisiones, lo cual puede ser beneficioso para el medio ambiente ecuatoriano. Podrían contribuir a la modernización del parque automotor, reemplazando vehículos más antiguos y menos eficientes. Asimismo, se podría usar las normas de emisiones Euro para reducir la huella de carbono.

- Las normas Euro son regulaciones que establecen límites máximos permitidos para las emisiones contaminantes de vehículos. Estas normas se han ido actualizando periódicamente (Euro 1 a Euro 6) para hacer los límites cada vez más estrictos.
- Las normas más recientes, como Euro 6, imponen límites rigurosos en las emisiones de NOx, partículas, hidrocarburos y monóxido de carbono.

- La Unión Europea ha establecido objetivos específicos de reducción de CO2 para fabricantes de automóviles. Estos objetivos se actualizan periódicamente para ser más estrictos.
- A partir de 2021, el límite promedio de emisiones de CO2 para los nuevos vehículos de pasajeros es de 95 g/km.
- Se han implementado incentivos y subsidios para promover la adopción de vehículos eléctricos y híbridos, que tienen emisiones más bajas o nulas en comparación con los vehículos de combustión interna.
- Algunos países europeos han anunciado planes para prohibir la venta de nuevos vehículos de gasolina y diésel en el futuro, con fechas objetivo que van desde 2030 en adelante.
- Se han establecido normativas para mejorar la eficiencia del combustible en vehículos nuevos, lo que indirectamente reduce las emisiones de CO2.

3. Impacto Social:

Estándares de Seguridad: Los autos alemanes son conocidos por sus altos estándares de seguridad, lo que puede contribuir a la disminución de accidentes y a mejorar la seguridad vial en Ecuador.

Según El Diario, se registraron más de 17 mil accidentes de tránsito, resultando en más de 1.900 fallecimientos y 17.257 heridos. En los primeros cuatro meses de 2023, se contabilizaron 736 muertes en accidentes de tránsito, lo que representa un promedio de seis muertes diarias, comparando estas cifras con el país alemán tenemos que, se estimaron más de 2,5 millones de accidentes en las carreteras. Se proyectaba que el número de víctimas mortales en accidentes de tráfico sería de aproximadamente 2.750, una disminución en comparación con el año anterior, que tuvo 2.788 muertes. Además, el costo de los accidentes de tráfico en Alemania se estimó en 7.000 millones de euros al año. Esto nos da a entender que, los accidentes de tránsito registrados en Ecuador en 2023 representan aproximadamente el 0.69% del total de accidentes registrados en Alemania en el mismo año. Esta comparación muestra que la cantidad de accidentes en Ecuador es una fracción muy pequeña en comparación con los accidentes registrados en Alemania, sin embargo, toda esta cantidad de muertes en el país ecuatoriano se pudiera reducir implementando vehículos más seguros en las vías. (El Diario, 2023)

Percepción de Prestigio: La posesión de un carro alemán puede ser considerada un símbolo de estatus en algunas esferas sociales en Ecuador. Esto puede tener implicaciones en la dinámica social y en la percepción del valor de bienes de lujo.

4. Impacto en la Industria Automotriz:

Competencia con la Industria Local: La presencia de vehículos importados puede presentar una fuerte competencia para los fabricantes locales de automóviles, pudiendo afectar a la industria automotriz nacional.

Transferencia de Tecnología: La importación de autos alemanes podría abrir oportunidades para la transferencia de tecnología y conocimientos, especialmente si se establecen colaboraciones entre empresas locales y alemanas.

5. Impacto Político y Regulatorio:

Relaciones Comerciales Internacionales: La importación de autos puede influir en las relaciones comerciales entre Ecuador y Alemania, posiblemente afectando acuerdos comerciales o negociaciones bilaterales.

Regulaciones de Importación: Las políticas del gobierno ecuatoriano respecto a la importación de vehículos pueden verse influenciadas por factores económicos, ambientales y sociales. Las regulaciones pueden cambiar en respuesta a estas dinámicas, afectando el mercado de vehículos importados, sin embargo, como se evidencia en el capítulo dos del diagnóstico situacional, estas son las vigentes reglas para la importación de vehículos.

- El vehículo para exportar debe ser nuevo, siempre y cuando el año del modelo corresponda con el año en el que la importación se va a realizar.
- Se debe de adquirir una póliza para asegurar el transporte del vehículo.
- Se debe realizar el trámite de nacionalización con un agente aduanero.
- Se debe presentar facturas.
- Se debe presentar el packing list (este documento ayuda a identificar las mercancías al momento de importar).
- Documentos de embarques.
- Presentar la póliza aduanera de seguro.
- Número VIN (número de chasis) del vehículo importado.

- Número de motor del automóvil importado.
- Color del vehículo importado.

Conclusión: La importación de vehículos alemanes a Ecuador tiene un impacto considerable en múltiples aspectos del país. Económicamente, representa una salida de divisas y una fuente de ingresos fiscales, pero también puede aumentar los precios en el mercado local. Medioambientalmente, podría contribuir a la modernización del parque automotor, aunque incrementa la huella de carbono. Socialmente, mejora las normas de seguridad y refleja ciertas dinámicas sociales. En la industria automotriz, presenta una competencia para los fabricantes locales, pero también ofrece oportunidades de aprendizaje tecnológico. Políticamente, influye en las relaciones comerciales y puede afectar las políticas gubernamentales. Estos impactos deben ser considerados cuidadosamente por los responsables de la formulación de políticas y las partes interesadas en el sector automotriz ecuatoriano.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El sector automotriz se ha transformado significativamente con la integración de la tecnología en sus procesos, especialmente en la producción y ensamblaje de vehículos. La automatización y la adopción de tecnologías avanzadas en líneas de producción no solo aumentan la eficiencia y el volumen de producción, sino que también reducen errores y costos, lo que se traduce en una mejor rentabilidad y competitividad en el mercado.
- La cadena de valor en la industria automotriz, que incluye actividades tanto primarias (como logística y operaciones) como secundarias (como gestión y desarrollo tecnológico), juega un rol crucial en la optimización de procesos, reducción de costos, y mejora en la calidad del producto final. Este enfoque integral es fundamental para mantener la competitividad y satisfacer las demandas del mercado.
- Las marcas alemanas de automóviles, como Volkswagen, BMW, Audi y Mercedes-Benz, se distinguen por su calidad, seguridad, y tecnología avanzada. Esto les otorga un prestigio y reconocimiento en el mercado ecuatoriano, a pesar de los retos relacionados con costos de importación y mantenimiento.
- La importación y distribución de vehículos alemanes en Ecuador enfrenta desafíos significativos. Estos incluyen costos elevados debido a aranceles y regulaciones, así como complicaciones logísticas en transporte y almacenamiento. Estos factores influyen en el precio final y la accesibilidad de estos vehículos para los consumidores ecuatorianos.
- Toyota se destaca en el mercado automotriz ecuatoriano por su legado de calidad, durabilidad, fiabilidad y excelente valor de reventa. Su cultura de mejora continua "kaisen" y la innovación constante en seguridad y tecnología, incluyendo vehículos híbridos y tecnologías más ecológicas, refuerzan su liderazgo en el mercado. La marca no percibe amenazas significativas de competencia, incluso con la entrada de marcas chinas.
- Los consumidores muestran diversas opiniones y experiencias con autos alemanes. Mientras algunos valoran la seguridad, tecnología y diseño, otros expresan preocupaciones sobre los servicios postventa y la accesibilidad de

repuestos. La encuesta revela una mezcla de satisfacción e insatisfacción, destacando la importancia de la calidad del servicio y la accesibilidad económica.

- El mercado automotriz en Ecuador muestra un dinamismo significativo, caracterizado por una fuerte presencia de marcas internacionales, incluyendo alemanas. Las marcas alemanas, aunque con una participación de mercado menor comparada con otras como Chevrolet y Kia, aún mantienen una presencia notable, destacándose por su calidad y tecnología. Este escenario subraya la necesidad de adaptación continua y estrategias innovadoras por parte de todas las marcas para mantener y aumentar su cuota de mercado.
- Hay un claro interés en vehículos más sostenibles, como los híbridos y eléctricos, reflejado en el crecimiento de sus ventas. Esto sugiere un cambio gradual en las preferencias de los consumidores ecuatorianos hacia opciones más ecológicas y eficientes. Las marcas alemanas, conocidas por su avance tecnológico, pueden capitalizar este cambio enfocándose en innovaciones en eficiencia energética y sostenibilidad.

RECOMENDACIONES

- Dado el ritmo acelerado de los avances tecnológicos y su impacto en la fabricación de vehículos, se recomienda que las empresas del sector automotriz inviertan en investigación y desarrollo. Esto incluye no solo la mejora de procesos de producción sino también el desarrollo de nuevos productos que satisfagan las cambiantes demandas del mercado, como los vehículos eléctricos y los sistemas avanzados de asistencia al conductor.
- La cadena de suministro en el sector automotriz a manera de sugerencia debe ser adaptable y flexible para responder a los cambios en el mercado y las preferencias de los consumidores. Esto implica una colaboración estrecha con proveedores, una gestión eficiente de los recursos y una continua evaluación de las estrategias de distribución y comercialización para asegurar que se cumplan las expectativas de los clientes y se mantenga la eficiencia operativa.
- Es recomendable que, para aumentar su penetración en el mercado ecuatoriano, las marcas alemanas deberían implementar estrategias de marketing más enfocadas en las preferencias y necesidades locales. Además, podrían considerar diversificar su gama de productos, incluyendo modelos más asequibles o vehículos adaptados a las condiciones específicas de Ecuador.

- Las marcas alemanas podrían beneficiarse de optimizar su cadena de suministro para reducir costos y tiempos de entrega. Se recomienda incluir la formación de alianzas estratégicas con socios locales para mejorar la logística, el almacenamiento y los procesos de importación, así como adaptar sus vehículos a las regulaciones y preferencias ecuatorianas.
- Para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la lealtad a la marca, es crucial implementar a manera de sugerencia que las empresas automotrices, especialmente las de autos alemanes, mejoren sus servicios postventa. Esto incluye reducir los tiempos de espera, asegurar la disponibilidad de repuestos a precios razonables y proporcionar atención al cliente más eficiente y transparente.
- Considerando la creciente importancia de la sostenibilidad y las regulaciones medioambientales, se recomienda a las marcas automotrices, incluida Toyota, intensificar sus esfuerzos en la adopción y promoción de vehículos híbridos y eléctricos. Esto implica no solo ofrecer más modelos ecológicos, sino también participar en iniciativas para mejorar la infraestructura de carga y educar al mercado sobre los beneficios de la movilidad sostenible.
- Se recomienda a las marcas alemanas revisar sus estrategias de precios para ser más competitivas en el mercado ecuatoriano, donde el precio es un factor decisivo. Además, es esencial fortalecer las estrategias de marketing para mejorar la visibilidad y la percepción de la marca, utilizando canales como redes sociales y televisión, para llegar a un público más amplio y diverso.
- Dada la creciente demanda y el interés en vehículos sostenibles, las marcas alemanas deberían considerar expandir su cartera en el segmento de vehículos eléctricos e híbridos. Esto no solo alinea a las marcas con las tendencias globales y locales, sino que también refuerza su imagen como líderes en innovación y tecnología sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

- AEADE. (4 de JUNIO de 2019). *ASOCIACIÓN DE EMPRESAS AUTOMOTRICES DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.aeade.net>
- AEADE. (2022). *ASOCIACIÓN DE EMPRESAS AUTOMOTRICES DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.aeade.net>
- AEADE. (12 de Junio de 2023). Obtenido de <https://www.aeade.net>
- AEADE. (s.f.). *ASOCIACIÓN DE EMPRESAS AUTOMOTRICES DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.aeade.net/normativas-y-regulaciones/>
- Aerts, S. (12 de Agosto de 2022). *TOYOTA*. Obtenido de <https://blog.toyota-forklifts.es/linea-produccion-que-es-como-disenar-como-automatizar>
- ANTEVENIO. (26 de Marzo de 2021). *ANTEVENIO*. Obtenido de <https://www.antevenio.com/blog/2021/03/analisis-dafo-y-came/>
- Audi. (20 de 11 de 2023). *Audi*. Obtenido de Audi: <https://www.audi.com.ec/aola/web/ec.html>
- Audi. (s.f.). *Audi*. Obtenido de <https://www.audi.com/en/careers/professionals/enterprise-it/it-security.html>
- Autolasa. (s.f.). *Autolasa*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2023, de Autolasa: https://autolasa.com.ec/marca/jetour?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAjfyqBhAsEiwA-UdzJBedPYN6sNL8zOvSIJdV4OfPn8WxRWPYico_UuNsak0wJsHtH3EtXhoC1e4QAvD_BwE
- Automagazine. (13 de Octubre de 2022). Obtenido de <https://automagazine.ec/las-ventas-de-vehiculos-en-ecuador-a-septiembre-de-2022/>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA REGISTRÓ UN CRECIMIENTO INTERANUAL DE 0,7% EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2023*. Quito. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-registro-un-crecimiento-interanual-de-0-7-en-el-primer-trimestre-de-2023>

- Básicos, T. (11 de Septiembre de 2023). *Trámites Básicos*. Obtenido de <https://www.tramitesbasicos.com/precio-de-la-gasolina-en-ecuador/>
- BBVA. (s.f.). *bbva*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2023, de <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/investigacion-de-mercados.html>
- BMW. (18 de Abril de 2023). *BMW*. Obtenido de <https://www.bmw.com/es/electric-future.html>
- BMW. (20 de 11 de 2023). *BMW*. Obtenido de BMW: https://www.bmw.com.ec/es/index.html?gclid=Cj0KCQiApOyqBhDIARIsAGfnYMrh8LHYfFRsa4m-fMP-bMN_4mEWA5Hu8yRQY-fG2iW4ixuJRmxVsw0aAu7aEALw_wcB
- BR LOGISTICS EUROPA. (2023). *BR LOGISTICS EUROPA*. Obtenido de <https://www.brlogistics.net/es/enviar-carro-a-ecuador/#:~:text=Los%20aranceles%20de%20importación%20«duty,pueden%20cambiar%20los%20impuestos%20de>
- Chery. (s.f.). *Chery*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2023, de Chery: <https://www.chery.com.ec>
- Chevrolet. (s.f.). *Chevrolet*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2023, de Chevrolet: https://www.chevrolet.com.ec/autos?ppc=GOOGLE_700000002066939_71700000069089614_58700006127342910_p76395726371&gclid=CjwKCAiAjfyqBhAsEiwA-UdzJI1Np9dbOaKIN3jDKhUs2KwumFclWChwBmGkANULfziJ_0upEc0p2RoCr1IQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds
- Continental Motores. (2 de Junio de 2021). *Continental Motores*. Obtenido de <https://blog.continentalmotores.com/por-que-volkswagen/un-carro-de-origen-aleman-conoce-sus-ventajas-unicas>
- Datosmacro. (2022). *Datosmacro*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/negocios/produccion-vehiculos/alemania>
- Digital Business & Law School. (s.f.). *eserp*. Obtenido de <https://es.eserp.com/articulos/que-es-analisis-pestel/#que-es-el-analisis-pestel>

- Dynamic. (s.f.). *Dynamic*. Obtenido de <https://www.dynamicgc.es/cadena-de-valor-porter/>
- ECUADOR, C. C. (2020). *SUPLEMENTO*. QUITO.
- El Diario. (18 de Noviembre de 2023). *El Diario*. Obtenido de El Diario: <https://www.eldiario.ec/actualidad/desde-el-1-de-enero-hasta-el-31-de-octubre-del-2023-mas-de-1-900-personas-han-muerto-por-accidentes-de-transito-en-ecuador/>
- El País. (10 de Julio de 2023). *El País*. Obtenido de <https://elpais.com/internacional/2023-07-10/la-inseguridad-en-ecuador-escala-a-niveles-historicos-y-se-impone-como-prioridad-del-proximo-gobierno.html#:~:text=Las%20estadísticas%20de%20la%20Policía,del%2058%25%20respecto%20al%202022.>
- El universo. (16 de Junio de 2023). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/estas-son-las-marcas-de-vehiculos-europeos-mas-vendidas-en-ecuador-nota/>
- El Universo. (14 de Julio de 2023). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/quito-ecuador-vehiculos-robados-en-quito-delincuencia-en-quito-nota/>
- EL UNIVERSO. (12 de Junio de 2023). *EL UNIVERSO*. Obtenido de 2023
- Elías, J. (s.f.). *Análisis de Oferta y Demanda*. UCEMA, Buenos Aires. Recuperado el 11 de Septiembre de 2023, de <https://ucema.edu.ar/u/je49/microeconomia/ofertaydemanda.pdf>
- Escuela Británica de artes creativas y tecnología. (03 de Mayo de 2023). *ebac*. Obtenido de <https://ebac.mx/blog/que-es-el-analisis-pestel>
- FCAC PUCE . (2022). *Guía de trabajo de integración curricular*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Quito.
- Figueras, M. (31 de Diciembre de 2021). *La Vanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/motor/actualidad/20211231/7957778/coches-mas-seguros-ano-2021-euro-ncap.html>

- FINACOTECA. (s.f.). Obtenido de <https://finacoteca.com/las-5-fuerzas-de-porter/>
- Hewlett Packard Enterprise. (s.f.). *Hewlett Packard Enterprise*. Recuperado el 2023 de 09 de 14, de <https://www.hpe.com/mx/es/what-is/oem.html>
- Higo. (s.f.). *higo*. Obtenido de <https://higo.io/glosario-contable/e/ensamble-en-la-industria-automotriz-como-se-realiza/#:~:text=Tal%20como%20su%20denominaci%C3%B3n%20lo,marca%20modelo%20y%20color%20espec%C3%ADfico.>
- IBM. (08 de Marzo de 2021). *ibm*. Obtenido de <https://www.ibm.com/docs/es/tririga/10.5.0?topic=planning-supply-demand-analysis>
- Keyword. (11 de Junio de 2023). Panorama Ecuador 2023. *Panorama Ecuador 2023*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Khan Academy. (2020). *Interpretación de la oferta y la demanda agregada*. "Building a Model of Aggregate Demand and Aggregate Supply. Recuperado el 11 de Septiembre de 2023, de <https://es.khanacademy.org/economics-finance-domain/old-macroeconomics/aggregate-supply-demand-topic-old/aggregate-supply-demand-tut/a/interpreting-the-aggregate-demand-and-supply#:~:text=El%20modelo%20de%20oferta%20agregada,esto%20es%20el%20PIB%20real>
- La actualidad de Alemania. (s.f.). *La actualidad de Alemania*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2023, de [https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/alemania-de-un-vistazo/de-viaje-por-alemania#:~:text=Viaje%20en%20coche&text=All%C3%AD%20se%20pueden%20repostar%20los,\(98%20octanos\)%20y%20di%C3%A9sel.](https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/alemania-de-un-vistazo/de-viaje-por-alemania#:~:text=Viaje%20en%20coche&text=All%C3%AD%20se%20pueden%20repostar%20los,(98%20octanos)%20y%20di%C3%A9sel.)
- LÍDERES. (12 de Marzo de 2018). *LÍDERES*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/industria-autos-lujo-competitiva-produccion.html>
- Madera, S. (29 de Diciembre de 2022). *Swi swissinfo.ch*. Obtenido de https://www.swissinfo.ch/spa/especial-2023-ecuador_2023--un-a%C3%B1o-pol%C3%ADtico-complejo-y-de-lenta-reactivaci%C3%B3n-econ%C3%B3mica-para-ecuador/48168498

- Márquez, A. (22 de Enero de 2021). *Ecología Verde*. Obtenido de <https://www.ecologiaverde.com/problemas-ambientales-en-el-ecuador-3145.html>
- Mercedes Benz. (20 de 11 de 2023). *Mercedes Benz*. Obtenido de Mercedes Benz: https://www.mercedes-benz.com.ec/vehiculos/automoviles/clase-c-sedan?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=brandsearch_Agosto22_textad_trafico&utm_content=nuevos_sitioweb_n-a_textad_n-a_trafico_todos___&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiApOyqBhDIARIsAGfny
- Mercedes Benz Louzao. (2019). Obtenido de <https://louzao.com/la-seguridad-en-los-coches-de-mercedes-benz/>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (6 de Julio de 2023). *Telecomunicaciones*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ejecutivo-promulgo-reglamento-para-aplicacion-de-la-ley-de-transformacion-digital-y-audiovisual/>
- OECD. (Mayo de 2023). Obtenido de <https://oec.world/es/profile/bilateral-country/deu/partner/ecu>
- Opel. (20 de 11 de 2023). *Opel*. Obtenido de Opel: <https://www.opel.com.ec>
- Panorama Ecuador Junio (20 de Junio de 2023).
- PRIMICIAS. (11 de Abril de 2023). *PRIMICIAS*.
- Renault. (s.f.). *Renault*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2023, de Renault: <https://www.renault.ec/cars/koleos/index.html>
- REPSOL. (s.f.). Recuperado el 16 de Septiembre de 2023, de <https://www.repsol.com/es/energia-futuro/personas/cadena-de-valor/index.cshtml>
- Revista Líderes. (19 de Enero de 2023). *LÍDERES*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-preparado-enfrentar-digitalizacion-informe.html>
- Riquelme, M. (26 de Junio de 2019). *meetlogistics*. Obtenido de <https://meetlogistics.com/cadena-suministro/logistica-en-la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>

- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Noviembre de 2021). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- SRI. (11 de Junio de 2023). *SRI*. Obtenido de SRI: <https://www.gob.ec/sri/tramites/registro-transferencias-dominio-vehiculos-usados-contratos-compra-venta-otras-modalidades-transferencia>
- SuperMotores. (s.f.). *SuperMotores*. Obtenido de <https://supermotores.com/general/cuanto-cuesta-hacer-un-coche-desglose-de-costos-de-fabricacion/>
- The PowerMBA. (2020). *The Power business school*. Obtenido de <https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-fuerzas-de-porter>
- The University of Kansas. (s.f.). *ctb.ku*. Obtenido de <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/valoracion/valorar-las-necesidades-y-recursos-comunitarios/FODA-analisis/principal>
- Toyota. (s.f.). *Toyota*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2023, de Toyota: https://www.casabaca.com/?utm_source=Google_Search&utm_medium=Casabaca&utm_campaign=AON_NUEVOS&gclid=CjwKCAiAjfyqBhAsEiwAUdzJK_QmESnKHYAQ84xCNk3TkTIGzFCAs6nPR5f36hDJUUTC1vCSnWoYRoCh9QQA_vD_BwE
- Velázquez, H. (16 de Julio de 2022). *Weekend*. Obtenido de <https://weekend.perfil.com/noticias/motor/el-bmw-acorazado-y-amigable-con-el-medio-ambiente.phtml>
- Volkswagen. (20 de 11 de 2023). *Volkswagen*. Obtenido de Volkswagen: https://volkswagenecuador.com.ec/?utm_source=adwords&utm_medium=ppc&utm_campaign&utm_id=Volkswagen&utm_content=AllModels&utm_term=volkswagen&hsa_acc=2606190407&hsa_cam=20602184114&hsa_grp=152735363406&hsa_ad=675565494396&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-10498471&hsa
- Zendesk. (13 de Marzo de 2023). *Blog de Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-hacer-analisis-demanda/>

Zúñiga, C. (10 de Enero de 2023). *El universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/un-ligero-crecimiento-en-ventas-preve-el-sector-automotriz-de-ecuador-en-este-2023-pese-a-mas-desafios-nota/>

ANEXOS

Anexo A

Preguntas entrevista experto Toyota

¿Cuál considera que es la principal fortaleza de Toyota en comparación con otras marcas automotrices?

¿Cómo ha influido la cultura corporativa de Toyota en su éxito a nivel mundial?

¿Qué tecnologías o innovaciones considera que han posicionado a Toyota a la vanguardia del mercado automotriz?

¿Qué feedback reciben de los clientes con respecto a la fiabilidad y durabilidad de los vehículos Toyota?

¿Hay áreas o segmentos del mercado en los que sienta que Toyota podría mejorar o fortalecer su presencia?

¿Qué desafíos internos ha enfrentado Toyota recientemente y cómo los está abordando?

¿Hay alguna tecnología o tendencia en la que sienta que Toyota llegó tarde o no ha aprovechado completamente?

Con la creciente tendencia hacia la movilidad eléctrica y sostenible, ¿cuáles son las próximas innovaciones o lanzamientos que podemos esperar de Toyota?

¿Qué mercados geográficos considera que representan las mayores oportunidades de crecimiento para Toyota en los próximos años?

¿Cómo ve Toyota el desarrollo de tecnologías autónomas y cómo planea incorporarlas en sus futuros modelos?

¿Qué marcas o tecnologías emergentes ve como las mayores amenazas para Toyota en el mercado actual?

¿Cómo está afectando la cadena de suministro global y los desafíos logísticos actuales a Toyota y qué medidas están tomando al respecto?

Desde su perspectiva, ¿cuáles son los mayores desafíos que enfrenta la industria automotriz en los próximos 5-10 años?

¿Cómo valora Toyota la importancia del feedback y las opiniones de los clientes en el proceso de desarrollo de nuevos productos?

¿Qué impacto han tenido las alianzas y colaboraciones con otras empresas en el crecimiento y desarrollo de Toyota?

Link de la entrevista: <https://youtu.be/t8jjEwEzZcw>

Anexo B

Preguntas para personas que tengan un vehículo alemán Focus Group

- ¿Qué te motivó a comprar un auto alemán?
- ¿Cómo fue tu experiencia al adquirirlo (proceso de compra, importación, etc.)?
- ¿Qué factores consideraste más importantes al elegir tu auto (calidad, rendimiento, diseño, etc.)?
- ¿Estás satisfecho con tu auto alemán? ¿Por qué?
- ¿Qué características de tu auto alemán valoras más?
- ¿Hay algo que cambiarías o mejorarías de tu auto?
- ¿Cómo ha sido tu experiencia con el mantenimiento y las reparaciones?
- ¿Encuentras fácilmente repuestos y servicios para tu auto alemán en Ecuador?
- ¿Consideras que el costo de mantenimiento es adecuado?
- ¿Cómo percibes la presencia y aceptación de autos alemanes en el mercado ecuatoriano?
- ¿Crees que hay suficiente variedad de modelos y opciones de autos alemanes en Ecuador?
- ¿Qué opinas sobre los precios de los autos alemanes comparados con otras marcas?
- ¿Qué importancia le das a la eficiencia de combustible y al impacto ambiental de tu auto?
- ¿Considerarías cambiar a un auto eléctrico o híbrido alemán en el futuro?
- ¿Volverías a comprar un auto alemán? ¿Por qué?
- ¿Qué factores influirían en tu decisión de adquirir otro auto alemán?
- ¿Cómo afectan los aranceles y las regulaciones de importación tu decisión de comprar un auto alemán?
- ¿Tienes alguna sugerencia para mejorar el proceso de importación de autos alemanes en Ecuador?

¿Cómo compararías tu auto alemán con autos de otras marcas que has tenido o conoces?

¿Qué crees que hace que los autos alemanes se destaquen frente a sus competidores?

Link de la entrevista: <https://youtu.be/MaO9Wv-oLqc>

Anexo C

Cuestionarios para personas que tengan un vehículo alemán

¿Cuál es tu edad?

¿Cuál es tu género?

¿En qué ciudad resides?

¿Qué dificultades has enfrentado al comprar un vehículo?

¿Cómo calificarías tu nivel de satisfacción con los autos alemanes disponibles en Ecuador?

¿Estás satisfecho con la red de distribución y puntos de venta de autos alemanes en tu localidad?

¿Cuál es la marca?

¿Cuál es el modelo?

¿Cuál es el año?

¿Dónde compró el vehículo?

¿Estás satisfecho con tu vehículo actual?

¿Estás satisfecho con los servicios postventa y de mantenimiento de tu vehículo?

¿Qué mejoras sugerirías en los servicios postventa?

¿Volverías a comprar un vehículo de la misma marca?

¿Cuál es el uso principal de tu vehículo?

¿Cuál es tu percepción sobre la calidad de los autos alemanes?

¿Consideras que los autos alemanes ofrecen una buena relación calidad-precio?

¿Crees que la importación de autos alemanes tiene un impacto positivo en la economía ecuatoriana?

¿Consideras que los precios de los autos alemanes son accesibles para la mayoría de los ecuatorianos?

¿Piensas que las importaciones de autos alemanes afectan la industria automotriz local?

¿Estás al tanto de las políticas de importación de vehículos en Ecuador?

¿Crees que las regulaciones actuales favorecen la importación de autos alemanes?

¿Consideras que el gobierno debería implementar más restricciones/tarifas a la importación de autos?

¿Crees que los autos alemanes son superiores en comparación con las marcas locales o de otros países?

¿Consideras que hay suficiente variedad de marcas y modelos alemanes en Ecuador?

¿Qué factores consideras más importantes al elegir un nuevo automóvil?

¿Tienes intención de comprar un auto en el futuro cercano?

¿Cuál es tu presupuesto aproximado al pensar en comprar un vehículo?

¿Cómo financiarías la compra de un vehículo?

¿Qué marcas de automóviles consideras más confiables?

¿Dónde prefieres comprar un vehículo?

¿Cuánto tiempo pasas investigando antes de tomar una decisión de compra?

¿Cómo prefieres recibir información sobre vehículos?

¿Considerarías comprar un vehículo eléctrico o híbrido?

¿Cuánta importancia le das a la eficiencia del combustible y al impacto ambiental al elegir un vehículo?

¿Considerarías comprar un vehículo usado?

¿Cuáles son tus preocupaciones principales al comprar un vehículo usado?

Link de la encuesta: <https://forms.office.com/r/F2PdwGWmxw>