



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

**ANÁLISIS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN LA REPÚBLICA POPULAR
DE CHINA Y DEL IMPACTO ECONÓMICO DE SU EXPANSIÓN EN EL
ECUADOR**

AUTORA

Andrade Maldonado, Samanta Liseth

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:**

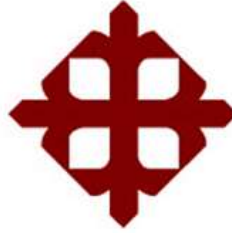
**INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGUE**

TUTOR

Econ. Álvarez Ordoñez, Felipe

Guayaquil, Ecuador

2014



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Samanta Liseth Andrade Maldonado**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGUE**.

TUTOR (A)

Econ. Felipe Álvarez Ordoñez

REVISOR(ES)

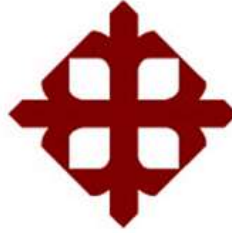
Msc. Franklin González

Ing. Néstor Moran

DIRECTOR DE LA CARRERA

Econ. Teresa Alcívar Avilés

Guayaquil, a los 08 días del mes de Octubre del año 2014



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Samanta Liseth Andrade Maldonado**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Análisis del sector automotriz en la República Popular de China y del impacto económico de su expansión en el Ecuador**, previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 08 días del mes de Octubre del año 2014

LA AUTORA

Samanta Liseth Andrade Maldonado



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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Samanta Liseth Andrade Maldonado**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto titulado: **Análisis del sector automotriz en la República Popular de China y del impacto económico de su expansión en el Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, a los 08 días del mes de Octubre del año 2014

LA AUTORA:

Samanta Liseth Andrade Maldonado

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a cada uno de los que son parte de mi familia que de alguna forma, son parte de esta culminación, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

Samanta Liseth Andrade Maldonado

DEDICATORIA

A mi familia, que con mucho esfuerzo me ayudaron a culminar un escalón más en mi vida, ustedes me brindaron su apoyo incondicional durante estos años, con su ejemplo Papi y Mami fui subiendo de peldaño en peldaño para lograr una meta, siempre bendecida con la ayuda de mis hermanas que en muchas noches me acompañaron y me dieron fuerzas para salir adelante.

Finalmente a todos mis compañeros, profesores que minuto a minuto aportaron sus conocimientos para mi crecimiento profesional y personal.

Samanta Liseth Andrade Maldonado

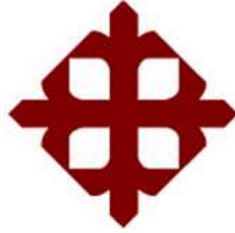
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Econ. Felipe Álvarez Ordoñez

Econ. David Coello Cazar

Econ. Gonzalo Paredes

Dra. Melva Lozano



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

CALIFICACIÓN

Econ. David Coello Cazar

Econ. Gonzalo Paredes

Dra. Melva Lozano

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I. GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	1
1.1 Introducción	1
1.2 El problema.....	3
1.3 Definición del problema	3
1.4 Justificación	4
1.5 Alcance	4
1.6 Objetivos.....	5
1.6.1 Objetivo general	5
1.6.2 Objetivos específicos	5
1.7 Formulación de Hipótesis	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	6
2.1.1 Antecedentes históricos del sector automotriz en el mundo	6
2.1.2 Expansión de la industria Automotriz	7
2.1.3 Desarrollo económico.....	8
2.1.4 La historia del automóvil.....	9
2.1.5 La industria automotriz y las redes de producción global.....	10
2.1.6 Crecimiento Económico de China	12
2.1.7 Modelo chino de desarrollo	13
2.1.8 China: economía planificada -economía del mercado socialista ...	14
2.1.9 El contenido y las características del modelo Chino de desarrollo	15
2.1.10 El Modelo Inversión-Exportación de China	17
2.1.11 La industria automotriz en China y Asia.....	21
2.1.12 Implicancias para la promoción de inversiones y políticas en Latinoamérica.....	24
2.2 Marco conceptual	27

2.2.1	PIB	27
2.2.2	Inversión extranjera directa	28
2.2.3	Balanza de Pagos	28
2.2.4	Balanza comercial	29
2.2.5	Reservas internacionales	29
2.2.6	Reservas de divisas	29
2.2.7	Capital	29
2.2.8	Inflación	30
2.2.9	Deflactor del PIB	30
2.2.10	Joint Venture:.....	30
2.3	Metodología	31
2.3.1	Método	31
2.3.2	Justificación del método	31
2.3.3	Diseño de la investigación.....	31
2.3.4	Población y muestra.....	32
2.3.5	Técnicas de recolección de datos	32
2.3.6	Técnicas y modelos de análisis de datos	32
CAPÍTULO III. DESARROLLO Y COMPOSICIÓN DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN EL MUNDO, DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.....		33
3.1	Crecimiento de la Industria	33
3.2	Principales fabricantes automotrices	39
3.2.1	Toyota	41
3.2.2	General Motors.....	45
3.3	Exportación e importación mundial de vehículos	48
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS ECONÓMICO DE CHINA		51
4.1	Análisis político	51

4.1.1	Antecedentes	51
4.1.2	Constitución	52
4.1.3	Principales acontecimientos del Gobierno período 2012	53
4.2	Análisis económico	55
4.2.1	PIB	55
4.2.2	Balanza comercial	57
4.2.3	Inflación	58
4.2.4	Inversión extranjera	59
4.2.5	Exportaciones	60
4.3	Análisis social	61
4.3.1	Densidad poblacional	61
4.3.2	Tasa de mortalidad y esperanza de vida	63
4.3.3	Crecimiento de la población	65
4.3.4	Tasa de alfabetización	66
4.4	Análisis tecnológico	67
CAPÍTULO V. ESTUDIO DE LA INDUSTRIA AUTOMOVILÍSTICA EN CHINA.....		69
5.1	Antecedentes de la industria del automóvil.....	69
5.2	Estrategias del desarrollo	70
5.3	Desarrollo de la industria	72
5.4	Composición de la industria en el 2012	74
5.5	Crecimiento de la Industria	75
5.6	Joint ventures	76
5.6.1	Fabricantes locales	86
5.7	Políticas del sector automotriz en China.....	91

CAPÍTULO VI. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ ECUATORIANO, Y DESARROLLO DE LAS MARCAS CHINAS EN EL MISMO	93
6.1 La industria automotriz en Ecuador	93
6.1.1 Antecedentes de la Industria	93
6.1.2 Estructura de la Industria	95
6.1.3 Desarrollo de la industria Automotriz.....	96
6.1.4 Aportes económicos de la industria Automotriz en Ecuador	98
6.2 La industria automotriz China en Ecuador	99
6.2.1 Desarrollo de la Industria	100
6.2.2 Principales protagonistas	102
6.2.3 Participación en el mercado local por marca.....	103
6.3 Modelo Estadístico de Regresión Lineal.....	105
6.3.1 Variables	105
6.3.2 Análisis de Correlaciones.....	106
6.3.3 Construcción del Modelo.....	109
CONCLUSIONES	110
RECOMENDACIONES.....	112
BIBLIOGRAFÍA	113
GLOSARIO	123

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ventas totales de vehículos por continente	35
Tabla 2: Porcentaje de representación de ventas de vehículos por continente	35
Tabla 3: Principales países productores de automóviles (2008-2012)	37
Tabla 4: Tipos de automóviles producidos por tipo (2008-2012).....	44
Tabla 5: Tipos de automóviles producidos por GM (2008-2012).....	48
Tabla 6: Crecimiento del PIB Chino	56
Tabla 7: Densidad poblacional por año China.....	62
Tabla 8: Crecimiento en ventas dólares y unidades.....	85
Tabla 9: Correlación SBU vs. Venta Anual de Automóviles	106
Tabla 10. Correlación Tasa de Inflación Anual	107

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Crecimiento de ventas de vehículos anual.....	34
Gráfico 2: Venta de vehículos livianos en el mundo (2007-2012).....	36
Gráfico 3: Países productores de automóviles, primer trimestre 2013	38
Gráfico 4: Principales fabricantes de carros, por tipo. (2011-2012)	39
Gráfico 5: Los modelos de autos más vendidos en el 2012	41
Gráfico 6: Evolución en la producción de automóviles Toyota (2008-2012)	43
Gráfico 7: Ventas históricas de Toyota (2003-2012).....	45
Gráfico 8: Evolución en la producción de automóviles GM (2008-2012)	47
Gráfico 9: Evolución de exportaciones mundiales de automóviles	49
Gráfico 10: Evolución de importaciones mundiales de automóviles	50
Gráfico 11: Evolución del PIB principales países.....	56
Gráfico 12: Balanza comercial China (2008-2012)	57
Gráfico 13: Inflación, precios al consumidor en porcentaje (2008-2012)	58
Gráfico 14: Participación porcentual en los flujos de entrada del IED a nivel mundial, de países seleccionados (1992 - 2012).....	59
Gráfico 15: Principales productos exportados por China al mundo 2012	60
Gráfico 16: Tasa de mortalidad anual China 2003-2012	63
Gráfico 17: Tasa de mortalidad principales países asiáticos 2012	64
Gráfico 18: Esperanza de vida China 2011	64
Gráfico 19: Crecimiento de la población rural y urbana China (2003 - 2012) ..	65
Gráfico 20: Tasa de alfabetización China (1995-2008).....	67
Gráfico 21: Exportaciones de productos de alta tecnología (% de las exportaciones de productos manufacturados)	68
Gráfico 22: Crecimiento en la producción de vehículos en China.....	69

Gráfico 23: Producción de vehículos en China, por tipo (2000-2010).....	72
Gráfico 24: Venta de fabricante internacionales en el mercado Chino (2002-2012).....	73
Gráfico 25: Ventas 2012 de principales empresas automovilísticas	75
Gráfico 26: Aspectos importantes de los principales Joint ventures en China, en el 2000	77
Gráfico 27: Ventas de principales fabricantes locales en China (2011-2012)..	87
Gráfico 28: Evolución en ventas de Vehículos en Ecuador (2008-2012).....	96
Gráfico 29: Exportaciones ecuatorianas del sector automotriz en dólares y toneladas por grupos de productos (2008-2012)	97
Gráfico 30: Balanza comercial no petrolera Ecuador - China (2007-2012)....	100
Gráfico 31: Principales importadores del sector automotriz.....	101
Gráfico 32: Modelos de marcas Chinas más vendidos en Ecuador, 2012.....	102
Gráfico 33: Participación de las principales marcas Chinas en el Ecuador (2008-2012)	103
Gráfico 34: Ventas de Great Wall desde el 2005.....	104
Gráfico 35: Ventas de Chery desde el 2005	105

RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación se pudo apreciar el desarrollo de la industria automotriz brevemente en el mundo y específicamente en China y Ecuador.

Se evidenció el aporte económico de la industria en el mundo, gracias a los 82 millones de ventas que registró la OICA y a la cantidad de plazas de trabajos directos e indirectos que surgieron. El continente que mayor venta de vehículos registró fue Asia, gracias al liderazgo en el sector de sus países: China y Japón. En cuanto a compañías fabricantes de vehículos, en el 2012, Toyota se recuperó como líder produciendo 9,71 millones de automóviles, incluso entre los modelos de vehículos los de Toyota y Volkswagen registraron una producción total de autos del 83% y 93% respectivamente.

Se detalla la parte política, económica, social y tecnológica de China, donde se encontraron sucesos como la eficiencia económica y la mejora de las condiciones sociales y ambientales que durante el mandato de Hu Jintao (2002-2012) predominaron. China registró en el 2012 un PIB de 8.358 billones USD, superior al de Estados Unidos, lo que lo convirtió en la primera potencia mundial. China mantiene una alta inversión en tecnología y desarrollo, de \$14,022 millones, un aumento de 11,3% sobre el año 2011, y un 1,1% del PIB.

Gracias a la intervención oportuna del gobierno chino en el sector automotriz, se comienzan a evidenciar mejoras. Su industria está formada por dos grandes grupos: empresas de Joint ventures (FAW, SAIC, DFG y otros), y las empresas locales (Geely Auto, Chery Automotive, Great Wall, entre otros). De forma general, en cuanto ventas en unidades del 2012, Shanghai-GM fue la que más ventas registró, con aproximadamente 1 millón 390 mil unidades. En el caso de empresas locales las que más ventas registraron fueron Great Wall y Geely

Se analizó la expansión que las marcas chinas han logrado en el territorio local, donde surgió la disminución en ventas de vehículos en Ecuador, esto debido a restricciones políticas. Entre los principales protagonistas de marcas china en

Ecuador, en el 2012, según la Asociación de Empresas Automotrices en el Ecuador, en el segmento VAN'S la empresa China independiente Chery, con su modelo GHERYVANPASS, logró convertirse uno de los más vendidos. Desde el 2011 hasta el 2012 Great Wall y Chery se ha ubicado como la compañía China más vendida, y por ende, con mayor participación en el mercado ecuatoriano.

Palabras Claves: Sector automotriz, PIB, Tecnología y desarrollo, mercado ecuatoriano

EXECUTIVE SUMMARY

In the present study could be appreciated the development of the automotive industry briefly in the world, and specifically in China and Ecuador. Was evidenced the economic contribution of the industry in the world, thanks to the 82 million sales posted by the OICA and the number of direct and indirect jobs that was aroused. The continent best-selling vehicle registered was Asia, thanks to the leaderships in the sector of their countries: China and Japan. The company vehicle manufacturer, Toyota, is recovered as lead in 2012, producing 9.71 million cars even those, vehicle models from Toyota and Volkswagen reported a total production of cars of 83% and 93%, respectively.

Detailed the political, economic, social and technological part of China, where events such as economic efficiency and improving social and environmental conditions during the tenure of Hu Jintao (2002-2012) predominated. China recorded in 2012 a GDP of 8,358 billion USD, exceeding U.S., that allowed China to be the first world power. It maintains a high investment in technology and development, from \$ 14.022 million, an increase of 11.3% over 2011, and 1.1% of GDP.

Thanks to the timely intervention of the Chinese government in the automotive sector, improvements resulted. Its industry is composed of two groups: The Joint ventures (FAW, SAIC, DFG and others) and local companies (Geely Auto, Automotive Chery, Great Wall, among others). In general, as unit sales in 2012, Shanghai-GM recorded the largest sales, with approximately 1 million 390

thousand units. For local companies more sales were registered by Geely and Great Wall.

Was be analyzed the expansion that Chinese brands have achieved in the local territory, where the decline in vehicle sales emerged in Ecuador, this due to political constraints. The main protagonist of Chinese brands in Ecuador in 2012, according to the Association of Automotive Companies in Ecuador, was Chery with its VAN'S model. From 2011 to 2012 Great Wall and Chery has been ranked as the best-selling Chinese company in the Ecuadorian market.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 Introducción

En los últimos años, el continente asiático ha logrado un gran protagonismo en el mundo, no solo porque acoge a más de dos tercios de la población mundial sino además, porque representa a un conjunto de grandes potencias (por su desarrollo y poder) del siglo XXI, tales como: China, Japón, Rusia e India. (Enciclopedia Universal, 2013)

Asia en el 2012 fue el continente que mayor crecimiento urbano registró, y de acuerdo a proyecciones realizadas por la consultora McKinsey, 14 de las mega ciudades del mundo estarán en ese continente para el año 2025 (El Diario Norte, 2013), e incluso, de acuerdo a datos publicados por el Banco Mundial, en el año 2025 Asia podría generar el 60% de la producción mundial.

De los países que conforman a este continente asiático, China se ha destacado por su crecimiento acelerado, gracias a su importante actividad comercial a nivel mundial. Desde el 2004 China se ha convertido en el principal socio comercial de la Unión Europea (UE), y a partir de los últimos años ha sido importante objeto de análisis y proyecciones económicas, siendo considerado para muchos versados de la economía, como “El gigante asiático”, tal es su protagonismo, que en el 2013 la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) aseguró que para el 2016, China podría convertirse en la primera economía mundial. (Tu tiempo.net, 2011).

En cuanto al sector automotriz, China ha obtenido grandes avances, gracias a sus estrategias y políticas gubernamentales, las mismas que han logrado una mejor composición de la industria, convirtiéndolo en un mercado más atractivo

para inversionistas. En el 2006 China ya era considerado el tercer productor de automóviles a escala mundial, después de Estados Unidos y Japón (OCDE, 2006), y en el 2012 se convierte en el líder automotriz, gracias a su crecimiento de más del 30% en las ventas (a más de 18 millones de autos) (CNN EXPANSION, 2011), para el 2015 se estima que China, sea el mayor mercado en ventas y exportaciones de automóviles del mundo. (International Business Time, 2012).

En el Ecuador, el boom de la producción automotriz inició en la década de los años 50, cuando empresas del sector metalmecánico y del sector textil comenzaron la fabricación de carrocerías, asientos para buses, algunas partes y piezas metálicas. En la actualidad, la contribución de la industria automotriz tiene un gran peso en el aparato económico nacional (Pro Ecuador, 2013)

El presente trabajo de titulación muestra interés en el sector automotriz, por lo que será objeto de estudio su principal actor: China. De esta forma se indaga sobre el éxito del sector en China, y el impacto que pudo surgir en Ecuador, gracias a las estrechas relaciones entre ambos países, que ha surgido durante los últimos años.

El trabajo de titulación además de su respectivo marco teórico, recomendaciones y conclusiones, constará de cuatro capítulos donde se desarrollará la investigación, los mismos que se detallan a continuación:

En el capítulo 1 se desarrollará un análisis macro de la industria automotriz, es decir, se estudiará el avance y composición de la industria a nivel mundial.

En el capítulo 2 se concentrará el estudio en China, y se indagará sobre su avance político, económico, social y tecnológico.

En el capítulo 3 se estudiará la composición, principales actores, crecimiento, y estrategias de la industria automotriz en China.

En el último capítulo, se pretende analizar la relación China y Ecuador, referente a la industria automotriz.

1.2 El problema

El crecimiento del sector automotriz chino ha provocado grandes beneficios a nivel mundial, sin embargo esto se ha visto reflejado en el Ecuador, puesto que el crecimiento de las ventas de vehículos (indiferente al crecimiento o no de marcas Chinas), ha presentado reducción desde el 2011.

1.3 Definición del problema

China se ha convertido en un gigantesco mercado del sector automotriz, por lo que se estima que en el 2013 la producción industrial de vehículos será casi diez veces más alta que en 2000 (RT Noticias, 2013). Sin embargo este hecho puede no estar compaginado con la tendencia real ecuatoriana del sector, puesto que contrario al crecimiento que se ha palpado en China, en los últimos dos años en Ecuador ha habido un fuerte decrecimiento.

La Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) informó a inicios del 2013, que en el 2012 se registraron 116.231 automóviles vendidos, mientras que en el 2011 la venta fue de 139.803 carros, es decir, se vendieron 23.662 carros menos, hubo un decrecimiento del 16.9% en el 2012. Esto a partir de Junio, cuando el Comité de Comercio Exterior (COMEX) estableció cupos de importación de carros. (Diario La República, 2013)

Para este 2013 el COMEX fijó una cuota de 49.203 unidades que se distribuye en 50 empresas y personas naturales, y que con respecto a lo que se importó

en el 2010 representa una disminución del 35,6% en unidades, y en dólares del 30% de la cifra FOB. (Diario El Universo, 2013)

Estas reducciones podrían no solo significar una caída en ventas y menor recolección de impuestos para el país, sino además influir en la disminución de plazas de trabajo del sector privado.

1.4 Justificación

A través de un diagnóstico en la situación política, económica, social y tecnológica se pretende ampliar los conocimientos acerca del mercado China, indagar sobre el éxito de su mercado de automotores y los factores que han podido favorecer su acelerado crecimiento. Además será objeto de análisis el desarrollo del sector automotriz en Ecuador y la posición que han alcanzado las marcas chinas dentro del territorio.

De esta forma se podrá ser capaz de conocer las realidades de ambos países, y sobre todo concluir sobre la factibilidad de crear estrategias similares para el crecimiento en la industria local, la misma que puede generar grandes avances tecnológicos y financieros para Ecuador.

1.5 Alcance

La industria automotriz está conformada por el sector de vehículos y de componentes, el análisis principal solo abarcará el sector de vehículos, sus industrias productoras y de ensamblaje, tanto a nivel mundial como en China y Ecuador. Los beneficios que se pretenden alcanzar por medio de este análisis serán a favor de la industria automotriz ecuatoriana.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Analizar el desarrollo y expansión del sector automotriz en la República Popular de China, y su impacto en el territorio ecuatoriano

1.6.2 Objetivos específicos

1. Analizar el desarrollo y composición de la industria automotriz en el mundo.
2. Realizar un diagnóstico de la situación política, económica, social y tecnológica de China.
3. Desarrollar un estudio del sector automotriz en China, su desarrollo, estructura y principales actores
4. Analizar las características del sector automotriz ecuatoriano, y la relación China y Ecuador frente a esta industria.

1.7 Formulación de Hipótesis

Las políticas reformatorias del gobierno de China están impulsando el crecimiento de la industria automotriz, posicionando al gigante asiático como el principal actor de la industria a nivel mundial, sin embargo las políticas del gobierno ecuatoriano, podrían estar dificultando el crecimiento de estas marcas chinas en territorio local.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes históricos del sector automotriz en el mundo

La industria automotriz es una de las más importantes en el campo de la manufactura en los países desarrollados. Incluyendo servicios y producción de autopartes, concentra casi 10% de la industria de Estados Unidos, Japón y varios países de la Unión Europea. Además es una enorme fuente de inversión en países en desarrollo, debido a que sus peculiares características la obligan a establecer numerosos enlaces industriales y a organizar la producción en forma tal que se pueda reducir costos y aprovechar economías de escala para penetrar en nuevos mercados. Fabricar un automóvil requiere de 10 mil piezas, más de 800 personas trabajando en equipo y décadas de investigación y desarrollo (Esparza, 2008).

Esta industria es también considerada estratégica por los gobiernos promotores de políticas industriales. En Asia, donde la industrialización es responsabilidad conjunta del Estado y las empresas privadas, países como Malasia, Indonesia, India y China han privilegiado la creación de una industria automotriz nacional. En Latinoamérica, Argentina y Brasil compiten en este campo, y especialmente este último ha defendido el desarrollo de la industria de vehículos y autopartes desde los años 50. Países como Japón, Corea del Sur, Estados Unidos y miembros de la Unión Europea respaldaron, en mayor o menor medida, el desarrollo de esta industria. El intervencionismo ha sido mayor en el caso de las automotrices japonesas y coreanas, y menor en el caso de las fabricantes de

Estados Unidos, pero hoy cualquier política que afecte la industria automotriz es parte de las negociaciones de los gobiernos, que la consideran estratégica para el desarrollo y elemento componente de la seguridad nacional (Kamiya, 2004).

Este ensayo presenta la situación actual de la industria automotriz y las recientes tendencias que respecto a ella se observan en Asia y, principalmente, en China, donde está creciendo a tasas aceleradas. Este hecho es de gran interés para Latinoamérica, pues causará profundos efectos sobre la estrategia de las empresas privadas y exigirá la formulación de propuestas de inserción industrial y políticas públicas.

2.1.2 Expansión de la industria Automotriz

La tasa de crecimiento anual de la industria automotriz global, la cual se prevé supere el 5.5 por ciento de 2010 a 2015, alcanzando un valor de más de 5.1 trillones de dólares en el año 2015, según datos de la investigación de Marketline sobre la Industria Automotriz Global, el entorno nacional y global actual podrían repercutir en este pronóstico.

La industria mundial automotriz implica la fabricación y ventas de automóviles, así como de otras actividades comerciales como la estación de gas al por menor y la venta de piezas de vehículos (autopartes). La industria automotriz es un motor principal del crecimiento económico mundial, indica la Organización Internacional de Fabricantes de Vehículos Automotores. La industria es un empleador líder en todo el mundo, con 9 millones de personas que participan en la fabricación de 60 millones de vehículos.

En el caso de México, las inversiones por más de mil 500 millones de dólares de Volkswagen en conjunto entre sus Plantas en Guanajuato y Puebla estimularán fuertemente el sector automotriz mexicano. Y aunadas a las

inversiones de Audi en Puebla por más de mil 300 millones de dólares, ubicarán a esta entidad como uno de los líderes en la captación de inversión Extranjera Directa (IED).

Las relevantes inversiones por más de 300 millones de anunciadas por Volkswagen en los últimos meses, para la segunda etapa de infraestructura de su Planta en Silao, en Guanajuato (la primera etapa consideró 500 millones de dólares), así como los 700 millones de dólares para desarrollar la modificación del segmento poniente de su fábrica para producir el Golf VII en Puebla, donde su ubica la que es considerada la fábrica de ensamble automotriz más grandes de Latinoamérica, darán un impulso fuerte al sector en los próximos 10 años.

Volkswagen anunció a principios de este año que la séptima generación del Golf será producida en su planta de automóviles ubicada en Puebla y la producción iniciará en el primer trimestre de 2014. Con este nuevo modelo, la nueva plataforma MQB del Grupo Volkswagen se integrará a las líneas de producción en México, colocando a este complejo fabril a la vanguardia en sistemas de manufactura automotriz.

2.1.3 Desarrollo económico

Es la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Podría pensarse al desarrollo económico como el resultado de los saltos cualitativos dentro de un sistema económico facilitado por tasas de crecimiento que se han mantenido altas en el tiempo y que han permitido mantener procesos de acumulación del capital.

El proceso de desarrollo económico supone ajustes legales e institucionales que son hechos para dar incentivos para fomentar innovaciones e inversiones

con el propósito de crear un eficiente sistema de producción y un sistema de distribución para los bienes y los servicios (Esparza, 2008).

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento. Y este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo.

2.1.4 La historia del automóvil

El automóvil nace del deseo de obtener una fuerza motriz que sustituyera a los caballos. El primer vehículo con motor de combustión a gasolina se crea en 1885, volviéndose el invento más relevante del siglo XX.

El primer paso fueron los vehículos propulsados a vapor. Se cree que a fines del siglo XVII en China, se iniciaron intentos por producir automóviles, pero los registros documentales más antiguos sobre el uso de esta fuerza motriz aparecen cuando el escritor e inventor francés Nicholas Joseph Cugnot presentó el primer vehículo propulsado a vapor. (Proyecto Salón Hogar , 2005).

Joseph Cugnot (1725-1804), fue quien construyó el primer automóvil de vapor llamado Fardier, pero con la finalidad de arrastrar piezas de artillería. A partir de 1769 el Fardier comenzó a circular por las calles de París, se trataba a penas de un triciclo que montaba sobre la rueda delantera de una caldera y un motor de dos cilindros verticales; la rueda delantera resultaba tractora y directriz

a la vez. En 1770 Cugnot construyó un segundo modelo más grande que el primero, capaz de arrastrar 4,5 toneladas a una velocidad de 4 km/h.

Alrededor de 1870, Siegfried Marcus inventor reconocido, hizo funcionar un motor de combustión interna a base de gasolina, conocido como el “Primer coche de Marcus”. A partir de ese año se introdujeron modelos subsiguientes. (Diario Los tiempos, 2013)

2.1.5 La industria automotriz y las redes de producción global

La industria automotriz es uno de los mejores ejemplos de globalización. Está liderada por fabricantes de Estados Unidos, Japón, Europa Occidental y Corea del Sur, que tienen plantas de producción y ensamblaje a nivel internacional, desde donde suministran productos para los mercados domésticos o exportan al exterior. Los tres grandes de Estados Unidos: General Motors, Ford y Chrysler, aún lideran la producción mundial, pero con la muy cercana competencia de Toyota, que se predice podría pasar al primer lugar en un futuro cercano. Por sus dimensiones, esta industria está sujeta a factores que sobrepasan la simple operación de empresas.

El impacto de la industria automotriz se deja sentir también en países en desarrollo, a través del consumo de materias primas y las inversiones en plantas de producción.

Diversos informes de la industria automovilística indican que no ha habido cambios fundamentales en los componentes básicos de un vehículo en las últimas dos décadas. Esto significa que la demanda de materiales no varía por los avances tecnológicos, sino por el aumento de la demanda y el número de unidades producidas. Esto ocurre a pesar de los enormes cambios experimentados en la industria en la última década, que incluyen mayor

computarización del automóvil, sistemas de información sobre transporte, avances en tecnología híbrida, entre otros, que hacen que los sistemas avanzados electrónicos en un vehículo constituyan aproximadamente el 35% del costo actual.

Esto implica que en un automóvil pequeño, que cuesta aproximadamente 15 mil dólares, sólo el 20% es materia prima básica, mientras que entre 30 y 40% son componentes avanzados producidos en países desarrollados; el resto del costo corresponde a gastos de comercialización y promoción.

Por su parte, la inversión ocasiona un efecto de particular trascendencia en países en desarrollo.

La industria automotriz produce anualmente alrededor de 60 millones de vehículos, comprendidos automóviles, camionetas, camiones y ómnibus. El mercado está dominado relativamente por marcas reconocidas en Estados Unidos, Japón y Europa. Pero existe toda una red de fabricantes de autopartes y componentes que tiene dos funciones: el ensamblaje de módulos (partes importantes de un vehículo) y la fabricación de chasis, componente que, por su tamaño, muchas veces no es fácil de exportar y debe ser producido localmente. A los principales fabricantes, a las marcas reconocidas, se les llama OEM (Original Equipment Manufacturers) o Fabricantes de Equipo Original.

Los OEM se encargan de la comercialización, investigación y desarrollo, diseño y administración, y determinan la estrategia multinacional de la industria.

En el campo de la distribución, la industria automotriz se divide en distribuidores directos dependientes de los principales fabricantes y en distribuidores independientes.

Los distribuidores cumplen un papel sustancial porque se encargan de la promoción y la preparación de esquemas para la adquisición de automóviles. Después de la vivienda, el automóvil es la segunda compra más importante de una familia; y en países en desarrollo, para algunos sectores es la principal adquisición cada quince años. Este hecho conduce a un grupo relacionado de empresas vinculadas al mercado de vehículos usados y de reciclaje, mercado más relevante mientras más pequeño es, en términos económicos, el país. El mercado de exportación de vehículos usados es considerable en China y Asia, así como en muchos países de Latinoamérica.

Es necesario observar lo que ocurre en los mercados internacionales para encontrar una estrategia que beneficie a otros países en desarrollo.

2.1.6 Crecimiento Económico de China

A fines de 1978, China empezó a aplicar la política de reforma y apertura al exterior, formulada por Deng Xiaoping. Durante los últimos 33 años, el país ha experimentado profundos cambios. La economía de China ha tenido el desarrollo más rápido en el mundo. La tasa promedio durante este periodo fue cerca de 10%. Durante 2003 y 2011, fue 10,7% (Lebrón 2012).

Al entrar en el Siglo XXI, el gobierno chino refuerza y mejora el control macroeconómico, y la economía nacional mantiene un crecimiento rápido y estable. En 2002, el producto interno bruto (PIB) totalizó 12 033 270 millones de yuanes, y en 2010, alcanzó a 34 090 280 millones de yuanes, el puesto del PIB de China en el mundo ha ascendido del sexto al segundo lugar después de los EE.UU., convirtiéndose China en la segunda potencia económica mundial. Y la vida del pueblo chino ha alcanzado al nivel acomodado.

Se eleva constantemente el PIB per cápita en China. En 1978 fue solamente menos de 226 dólares y en 2003, alcanzó a 1 000 dólares, y en 2006 se duplicó alcanzando a 2 010 dólares. Y a finales de 2009, alcanzó cerca de 3500 dólares, a finales de 2010 se elevó a 4 300 dólares, y a finales de 2011, se elevó a 5 414 dólares. El peso de la economía china en la economía mundial creció del 1,8% en 1978 al 4.4% en 2002, y al 10% en 2011.

2.1.7 Modelo chino de desarrollo

En término general, el modelo chino de desarrollo es el conjunto del proceso y resultado de la formación y desarrollo de las concepciones, estrategias, políticas y prácticas del socialismo con características chinas. Otros consideran que el modelo chino es el camino de la modernización china integrando el socialismo científico con las condiciones concretas de China y con las peculiaridades de la época contemporánea.

Cualquier modelo de desarrollo requiere un proceso de formación, desarrollo y perfeccionamiento. El modelo chino no es una excepción. La formación del modelo chino es la cristalización de los experimentos prácticos y la inteligencia colectiva del Partido, el Gobierno y el pueblo en conjunto.

En los primeros años de la RPCH: se copiaba el modelo soviético. A mediados de la década de los 50, se cometieron los errores del Gran Salto Adelante y Las Comunas Populares. Durante 1966 y 1976, se cometieron los errores de la Gran Revolución Cultural, la economía china estaba al borde de la bancarrota (Shicheng,2012).

El modelo chino de desarrollo se formó y desarrolló paulatinamente desde 1978 en la práctica de la Reforma y la Apertura y la modernización, y sobre la base de la sintetización de las experiencias chinas de la construcción socialista y

tomar como referencia las experiencias y lecciones de otros países en la construcción de su país.

2.1.8 China: economía planificada -economía del mercado socialista

En 1982, China propuso una teoría que planteaba que la economía planificada era primordial y la regulación a través del mercado era secundaria. Bajo la premisa de respaldar la posición dominante de la propiedad pública, el Estado se esforzó por desarrollar diversas formas de economía, alentando el desarrollo de la economía cooperativa y permitiendo el desarrollo apropiado de la economía individual. En 1984, China declaró que la economía privada y las empresas de capital extranjero (empresas conjuntas, empresas cooperativas y empresas financiadas solamente con capital extranjero) fueron un complemento necesario y beneficioso a la economía pública socialista. En 1992, China se propuso establecer un sistema de economía de mercado socialista que hiciera que las fuerzas del mercado jugaran un papel esencial en la colocación de los recursos bajo el control macroeconómico del Estado (Shicheng, 2012).

En 1997, China enfatizó que el país debía alcanzar la transformación en el sistema económico y los medios de crecimiento económico tan pronto como fuera posible. En otras palabras, China cambiaría de una economía planificada a una economía socialista de mercado, y de un crecimiento económico extensivo a un crecimiento económico intensivo. De esta forma, China entró en un importante periodo de desarrollo durante el cual se profundizó la reestructuración económica y se aceleró la dirección de la modernización socialista.

Entrando en el siglo XXI, en términos de desarrollo económico, China comenzó a fortalecer el control y las regulaciones macroeconómicas. Reajustando su

estructura económica y transformando el modelo de crecimiento económico, China encaminó sus esfuerzos a promover la reforma y la apertura y la innovación propia. En los últimos 33 años, bajo la guía de un conjunto de teorías, China ha llevado a cabo una reforma omnidireccional de empresas estatales y otros sectores, que incluye las reformas de finanzas, impuestos, inversiones, política de precios, comercio exterior, comercio, trabajo, educación, salud y transporte. En el presente, la economía de mercado socialista chino ha tomado su forma inicial y está en un proceso de perfeccionamiento. La introducción de mecanismos de mercados competitivos conferiría vigor y una nueva vitalidad al desarrollo económico de China-

2.1.9 El contenido y las características del modelo Chino de desarrollo

1. El modelo económico chino de desarrollo: La economía socialista de mercado.

Las características del modelo económico chino de desarrollo:

- La prioridad de la propiedad pública en un sistema de múltiples formas de propiedad.
- Un sistema de distribución que equilibra la equidad y la eficacia en el desarrollo económico, priorizando el principio de “a cada cual según su trabajo”.
- El sistema económico de mercado de estructuras múltiples bajo la dirección del Estado.

2. El modelo político chino de desarrollo.

Las características del modelo político chino de desarrollo: Tener al Partido como núcleo, llevar a cabo la reforma política en forma estable.

- Persistir en la dirección del PCCH, lo cual es la característica y ventaja de la política china.
- Las reformas chinas son reformas autónomas, la iniciativa de las reformas está siempre en manos de los actores dirigentes: el PCCH y el gobierno chino.
- Hacer la reforma política en forma estable y segura, no copiar el modo del sistema político de los países occidentales y persistir en el camino del desarrollo político del socialismo con peculiaridades chinas.

3. El modelo cultural chino de desarrollo: tener el sistema de valores nucleares del socialismo, poner en juego el espíritu de la nación china.

Las características del modelo cultural chino de desarrollo:

- El sistema socialista de los valores nucleares es la base de construir una cultura armoniosa, que abarca el pensamiento guía del marxismo, el ideal del socialismo con peculiaridades chinas, el espíritu nacionalista con el patriotismo como núcleo, y el espíritu de la época con la reforma y la innovación como núcleo, y el sentido de gloria y vergüenza. El sistema socialista de los valores nucleares determina la orientación de la naturaleza y la esencia de la ideología socialista, determina el modelo, el sistema, el objetivo y las tareas del desarrollo socialista.
- El espíritu nacionalista con el patriotismo como núcleo es la quintaesencia del sistema socialista de los valores nucleares, constituye la fuerza espiritual de los éxitos del modelo chino de desarrollo.

4. El modelo diplomático chino de desarrollo: seguir el camino de paz y desarrollo y construir un mundo armonioso

Características del modelo diplomático chino de desarrollo:

- Seguir el camino de paz y desarrollo es la alternativa natural de China;
- Seguir el camino de paz y desarrollo es un camino enteramente nuevo para materializar la modernización de China;
- El desarrollo pacífico de China constituye un motor del desarrollo pacífico del mundo.

2.1.10 El Modelo Inversión-Exportación de China

China tiene una tasa de ahorro muy elevada, superior al 50%. La mitad del mismo está en manos de las empresas estatales. El ahorro, por definición, es la renta o PIB que no se consume. Y la inversión, también por definición, se financia con ahorro. Cuanto más ahorro existe en la economía, menos consumo existirá.

Invertir en exceso es malo para el bienestar. Por ejemplo, una autopista puede China tiene un ahorro tan elevado porque su modelo económico está basado en el binomio exportaciones baratas-inversión. Y dicho ahorro excesivo, insisto, se invierte en activos que ofrecen un retorno cada vez menor (Lebrón 2012).

Para exportar barato, es condición necesaria mantener una divisa devaluada. Y, para ello, el tipo de cambio debe ser fijo. Esto significa que la cotización del yuan no puede determinarse libremente dentro del mercado de divisas. La cotización de cualquier divisa se determina por las relaciones del país en cuestión con otros países. Tomemos como ejemplo la relación entre China y

EEUU. El cambio de ambas divisas puede determinarse atendiendo a los siguientes movimientos:

- 1) Exportadores chinos a EEUU, por ejemplo, que ofrecen dólares en el mercado de divisas para obtener yuanes.
- 2) Importadores chinos que desean comprar productos a EEUU (como deben pagarlos en dólares, ofrecen yuanes para adquirir la divisa estadounidense).
- 3) Inversores estadounidenses en China, que intercambian sus dólares por yuanes para hacer negocios aquí.
- 4) Inversores chinos en EEUU, que deben hacer lo contrario (vender yuanes y adquirir dólares para realizar sus inversiones allí).

Hay más intercambios posibles, todos con los mismos efectos y contabilizados en la balanza de pagos correspondiente. Pero, por simplificar: cuando China tiene un superávit comercial con EEUU, dentro del mercado de divisas estarán ofreciéndose más dólares que yuanes. Lo mismo sucede cuando se gastan más dinero los turistas estadounidenses en China que viceversa. Y también cuando se demandan más inversiones en China que dentro de EEUU. El mercado, por tanto, lo que refleja en todos estos casos es una oferta excesiva de dólares frente al yuan. Si el mercado fuera libre, la oferta excesiva del dólar debería abaratar su valor después de cada superávit chino con EEUU. Sin embargo, esto no es así porque China tiene un sistema de cambios fijos, impidiendo la fluctuación libre del cambio yuan-dólar. El ajuste libre de la cotización cambiaría se ve interrumpido mediante una intervención sistemática del propio banco central chino que, como comentaba antes, compra esos dólares “sobrantes” y los paga con yuanes recién imprimidos. Dichos dólares son anotados automáticamente en su cuenta de activo.

Esta disfunción, ejerce presiones inflacionistas sobre la economía de China. No solamente debido a la intervención cambiaria (compra de dólares por parte del banco central, que debe imprimir nuevos yuanes para pagarlos). Las importaciones en dólares, por ejemplo, resultan más caras cuanto menor sea el valor de la divisa china. Sin embargo, esto no constituye un problema inmediato, puesto que es posible contrarrestar tales efectos negativos mediante otras políticas (subiendo el RRR o subvencionando los productos importados). Lo realmente grave, no obstante, es la propia naturaleza del modelo.

Para que Pekín pueda controlar sus tipos cambiarios sin causar ningún estropicio macroeconómico, necesita limitar los flujos de capital. Como regla general, ningún particular en este país puede cambiar más de cincuenta mil dólares anuales. Esto significa que el ahorro privado permanece cautivo en China, sin apenas capacidad de salir al exterior para obtener unos mayores rendimientos.

Estas restricciones al libre movimiento de capitales, que sirven para sostener el actual modelo exportación-inversión-ahorro, y justifican parcialmente un ahorro tan elevado; generan también otras disfunciones económicas adicionales:

1) Parte importante del ahorro privado y corporativo chino, ante la imposibilidad de salir al exterior, acaba en depósitos bancarios (un 50%). Estos depósitos, además, proporcionan el músculo necesario para la financiación barata de las inversiones estatales.

Dichas inversiones con dinero barato son ineficientes en muchas ocasiones, porque el precio no está reflejando adecuadamente el coste real del capital. Cuanto más barato es el acceso al crédito, preferente para las empresas estatales, menos rendimiento requerirá la inversión para amortizar los préstamos. Tales inversiones, por tanto, tenderán necesariamente a ser de peor

calidad. Y el coste para los ciudadanos podemos establecerlo en un menor rendimiento incluso de sus ahorros, gracias al cual se puede sostener toda esta dinámica ineficiente. Los chinos, digámoslo así, no pueden hacer un uso óptimo de sus ahorros.

2) El bajo tipo ofrecido para los depósitos bancarios favorece que haya crisis locales como la de Wenzhou (Zhejiang). Cuando los tipos sobre depósitos subieron por última vez en julio del año pasado al 3,5%; la inflación ya prácticamente duplicaba esta tasa. Los tipos de interés sobre depósitos eran, y son, negativos. Con una inflación más elevada que la remuneración del depósito en cuestión, los ahorradores chinos pierden poder adquisitivo. Y, lógicamente, muchos intentarán buscar nuevas vías para incrementar el rendimiento de su dinero. Por tanto, en vez de depositar el dinero dentro del banco, algunos ahorradores en Wenzhou decidieron prestar sus fondos a otros inversores que les ofrecían unos intereses mucho mayores..

3) Wenzhou está estrechamente relacionado con la ausencia de alternativas para el ahorro, que muchas veces se ve condenado a obtener rendimientos decrecientes (cuando no negativos, como he comentado unas líneas más arriba). La segunda opción de ahorro para el chino medio, aparte del depósito bancario, son las inversiones en vivienda y bolsa. Y aquí, como es evidente, el peligro más inmediato son las burbujas que se pueden crear.

4) El ahorro cautivo, dentro del límite, terminaría desapareciendo si siempre fuera destinado a inversiones con rendimientos decrecientes. Estos rendimientos están empezando a aparecer, por lo que China deberá variar su rumbo: favorecer el consumo en lugar del exceso de ahorro e inversión.

2.1.11 La industria automotriz en China y Asia

Después de varios años de estancamiento, la industria automotriz mundial está creciendo aceleradamente por el incremento de la demanda en Europa Oriental, India y China. Los cambios más radicales se están experimentando en este último país, donde numerosos productores ingresan al mercado atraídos por los bajos costos de producción, las facilidades de diseño y la cercanía a un enorme mercado en crecimiento, que se calcula superará el 15% del mercado global de vehículos en los próximos años (Gao, 2002).

Desde fines del 2001, cuando China fue admitida a la Organización Mundial del Comercio y se profundizaron las reformas de apertura, la producción y las ventas han continuado creciendo y dinamizando los mercados de la región. En el 2004 se fabricaron alrededor de 5 millones de vehículos, y se estima que la producción crecerá en el 2005 en 30%⁴. Esta cifra ha superado la meta de alcanzar para el 2005 una producción de 3 millones 200 mil vehículos, meta anunciada en el décimo plan quinquenal (2001-2005) para el desarrollo de la industria automotriz.

Estas cifras de crecimiento incluyen no sólo automóviles sino también camiones, camionetas y ómnibus, vehículos que aumentarán con la construcción de carreteras y autopistas y el aumento del flujo comercial y productivo de China. Dado que este mercado es atractivo para las empresas automotrices y está a la vez relacionado con el aumento de la demanda en otros países en desarrollo, es necesario observarlo con mayor detalle.

En el 2004, la First Automobile Works Group Company (FAW), la mayor empresa automotriz de China, que tiene como socios a Mazda, Toyota y Volkswagen, vendió más de un millón de vehículos en el mercado interno y logró exportar más de 10 mil unidades con su propia marca (Shicheng,2012).

Este dato, aunque pequeño para la magnitud de la industria, es muy significativo porque indica interés y capacidad para desarrollar marcas propias, lo que no es un caso aislado. Además de las principales automotrices chinas, están las que producen autopartes y componentes, como Wanxiang, que planea producir vehículos bajo su propiamarca (Gao, 2004); Wuxi Weifu, que es empresa pública, Dong Feng, y muchas otras de propiedad chino-extranjera o pública.

China respalda la creación de una marca automotriz del país. En diciembre del 2004 se aprobó la nueva política para esta industria, donde se detallan objetivos de inversión y se propone convertirla en una industria principal para el año 2010. Para ello, se mantiene la medida de condicionar la formación de joint-ventures a la participación extranjera de menos de 50% del accionariado⁶ y se conservan aranceles altos para proteger al mercado de las importaciones, controles que si bien han causado un elevado nivel de contrabando, han servido al mismo tiempo para alentar las alianzas de empresas chinas y asegurar la transferencia de tecnología y desarrollo al mercado interno.

Las empresas chinas no son aun tecnológicamente avanzadas y requieren de mayor progreso técnico para competir seriamente en el ámbito internacional; sin embargo, el rápido desarrollo y apoyo «logístico» del aparato estatal para consolidar la industria y promoverla podría lograr que pronto las automotrices chinas se conviertan en fuente de inversiones en el exterior.

➤ **La industria automotriz en China**

La industria automotriz china no ha surgido de repente con la apertura del país, tiene una larga historia que se remonta a 1950, cuando la recién fundada República Popular China pidió asesoría a la Unión Soviética para fabricar un auto nacional.

La primera fábrica de la First Automobile Works Group Company (FAW)⁷, que ahora ha pasado a ser la principal empresa automotriz del país, se construyó en la provincia de Changchun en 1951.

Durante las décadas del 60 y 70 el comercio con el Japón estuvo casi prohibido, pero ante la demanda china, especialmente de camiones y camionetas, se inició la importación de vehículos Toyota en 1971, a los que se sumaron los de otras empresas automotrices japonesas. A fines de los años 70, la industria comenzó a crecer rápidamente por la liberalización de la economía, lo cual coincide con la tendencia creciente de permitir competencia controlada en todos los sectores para elevar la productividad y modernizar las plantas de producción. Este crecimiento continuó en los 80, y a comienzos de los 90 fue enormemente impulsado por la reducción de controles y la abierta política de promoción de la competitividad.

En 1994 China anunció la existencia de una política automotriz, y tras el quinquenio 1996-2000 siguió con la misma política, pero con la diferencia de que el Banco Central de China sería el encargado de supervisar los proyectos de las empresas automotrices. El objetivo de estas medidas estaba encaminado a consolidar la industria nacional y a obtener la tecnología y el capital para poder desarrollarse.

Las grandes manufactureras automotrices chinas establecieron joint ventures con compañías extranjeras, principalmente con las tres grandes (Ford, General Motors y Chrysler), con el objetivo de obtener transferencia tecnológica.

La meta de los chinos es tener una industria automotriz y de manufactura controlada por ellos mismos, pero le falta la tecnología que tienen los demás países. Cabe señalar que en la última década esta industria se ha transformado profundamente en este país.

La combinación masiva de inversión por parte de las firmas extranjeras y las nacionales, el rápido crecimiento del mercado privado y el acceso a la OMC dieron lugar a un intenso mercado competitivo, así como a un incremento de las capacidades productivas.

El objetivo era aliar las compañías nacionales con las grandes empresas del mundo para poder aprender de su tecnología, y así llegar a ser competitivas en el mercado internacional.

El rápido ascenso y la experiencia de China muestra dos hechos fundamentales: primero, la importancia de las políticas domésticas y las aperturas de mercados y, segundo, la contribución de las facilidades del transporte de vehículos y autopartes a través de países –tanto en el aspecto logístico como en el comercial– a la dinámica de los mercados de la región de Asia.

Adicionalmente, China está dirigiendo sus políticas a aprovechar el crecimiento de su mercado para generar capacidad de producción de marcas propias

2.1.12 Implicancias para la promoción de inversiones y políticas en Latinoamérica

Una revisión de la estructura productiva de la industria automotriz en América Latina muestra plantas de producción separadas con mínimo o ningún enlace productivo.

Todas las plantas de producción en Latinoamérica son básicamente ensambladoras; los principales componentes y autopartes son importados de mercados del exterior, desde México o desde Asia (en la industria automotriz, México es considerado parte del mercado de América del Norte). En el Brasil se ensamblan motores, pero no se fabrican sus piezas.

Esta estructura productiva, en la cual los mercados, la producción de autopartes y la producción de vehículos están separados, restringe el desarrollo industrial y la transferencia de tecnología. Como simples receptoras de piezas, las plantas de producción se limitan a armar componentes sin que haya contribución al desarrollo tecnológico.

Esto puede deberse a problemas de logística derivados de la geografía, porque en América del Sur la cadena de montañas de los Andes, en el lado occidental, y la inmensa selva que ocupa gran parte de Brasil dividen al continente en varias áreas separadas; hay ausencia de vías de comunicación terrestres suficientes y falta de eficiencia en el transporte marítimo.

En estas circunstancias es extremadamente difícil aplicar sistemas de producción integrados entre países. En el este de Asia, las ciudades de China, Indonesia, Tailandia, Vietnam y Filipinas son fácilmente accesibles por vía marítima desde los puertos japoneses y desde cualquiera de ellas, así la producción puede estar integrada con comodidad (Ramírez, 2005).

La estrategia debe privilegiar una mayor coordinación para desarrollar capacidades entre institutos, facultades de ingeniería y empresas privadas en productos muy específicos del mercado. Hay que ser muy selectivo ante la falta de marcos gubernamentales favorables y la poca capacidad de organización del sector público.

El desarrollo tecnológico no puede ser tampoco resultado de políticas muy generales elaboradas a un nivel tan macroeconómico que las estrategias se vuelvan abstracciones. El cuadro 5 muestra los costos y las horas de ingeniería necesarias para desarrollar diversos productos en empresas que fabrican con estándares de calidad mundial. Los costos indicados corresponden a lo que se requiere en países desarrollados, de modo que es más relevante observar los

datos en relación con las horas-hombre requeridas y el equipo que se necesita. Por ejemplo, para producir un nuevo modelo de destornillador para una aplicación específica (calidad de estándar internacional) se requieren 1800 horas de ingeniería y un año de desarrollo.

Una relativamente simple impresora de inyección de tinta demanda 14 mil horas durante tres años e involucra a 65 profesionales.

Una estrategia de complementariedad entre países de Latinoamérica tendría que comenzar por disponer de una evaluación de las capacidades de producción relativas.

Por ejemplo, si para producir un destornillador de estándar internacional se requieren 1 800 horas, ¿qué capacidad de producir componentes como espejos retrovisores, asientos o bujías existe?, ¿qué grado de complementariedad pueden ofrecer países como Brasil o Argentina, o países miembros de la región andina? La industria automotriz requiere, además, de normas de calidad y producción muy especializadas debido a que una pequeña pieza puede ser causal de devolución de toda una línea de vehículos, sobre todo cuando hay posibilidades de accidentes. Por esta razón, incluso en México, que exporta 16 mil millones de dólares anuales en vehículos y autopartes, las industrias locales tienen muchas dificultades en desarrollar complementariedad productiva (Cepal, 2004), y esto significa que podría aumentarse la coordinación tecnológica para mejorar calidad y producción. En relación con la industria automotriz, ésta se ha consolidado en los últimos años; los OEM se han fusionado y concentran su producción en menos mercados, a los que siguen un grupo de proveedores que compiten para producir componentes y autopartes prácticamente desde cualquier lugar.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 PIB

El producto interno bruto conocido por sus siglas como PIB, se refiere a la suma de los bienes y servicios de uso final generados por agentes económicos durante un período determinado. Su cálculo global y por ramas de actividad se deriva de la construcción del matriz insumo producto, el cual describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales.

Para su cálculo por el método de la producción, se toma en cuenta las producciones brutas de las ramas de actividad y sus respectivos consumos intermedios, la diferencia de ambas se conoce como valor agregado bruto (VAB), cuyos componentes son: remuneraciones de empleados, impuestos indirectos menos subvenciones y el excedente bruto de explotación.

La definición de las ramas de actividad económica, está en directa correspondencia con la nomenclatura de bienes y servicios utilizada para los productos; la nomenclatura de ramas que se presenta en este cuadro corresponde a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) propuesta por Naciones Unidas. (BCE, 2009)

Producto interno per cápita: Relación entre el producto interno bruto y la población de un país en un año determinado. Hacer referencia al desarrollo relativo de un país. (Banco Mundial, 2012)

2.2.2 Inversión extranjera directa

Concepto de inversión extranjera directa

Son los recursos financieros o monetarios, introducidos al país, para su aplicación en actividades económicas. Así como el ingreso de bienes, máquinas y equipos, sin que implique la transferencia de divisas al exterior y que se destinen a la producción de bienes y servicios siempre y cuando en ambos casos, pertenezca a personas domiciliadas en el exterior. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE)

2.2.3 Balanza de Pagos

Es el registro contable de las cuentas de pago hechos al extranjero y el total de ingresos recibido de este. Registra los flujos de los recursos reales (bienes y servicios), los financieros (aportes de capital y préstamos) y pagos de transferencias. Esta contiene dos grandes cuentas: la corriente y la de capital.

Un saldo favorable en la cuenta de capital indica el aumento de reservas, de esta forma, se habla de un superávit en la balanza de pagos. (Sepúlveda, 1995)

- **Cuenta corriente:** Resume transacciones por exportaciones e importaciones, servicios financieros correspondientes al servicio de deudas y servicios no financieros (pagos derivados de operaciones no comerciales, como aportes a instituciones).
- **Cuenta de capital:** Refleja el movimiento de recursos propiamente financieros. Resume todas las transacciones no incluidas en la Cuenta corriente tales como: Inversión extranjera (directa e indirecta) y los créditos.

2.2.4 Balanza comercial

Es aquella que denota las transacciones de bienes que un país lleva con el resto del mundo en un tiempo determinado. Se habla de balanza comercial en déficit cuando el valor de las importaciones de un país es mayor que el valor de las exportaciones, caso contrario, existe lo que se llama un superávit. (Sepúlveda, 1995)

2.2.5 Reservas internacionales

Son todos los recursos financieros en divisas con los que un país cuenta para garantizar los pagos de los bienes que importa y el servicio de la deuda, así como para estabilizar la moneda. (Banco Central de Venezuela)

2.2.6 Reservas de divisas

Son aquellos fondos en moneda internacional o derechos especiales de giro que un país mantiene en su banco central u organismo similar, con la finalidad de realizar pagos internacionales, o compensar déficit en balanza de pago. (Enciclopedia económica, 2009)

2.2.7 Capital

Hace referencia al valor de que el dinero en un proceso productivo, que puede convertirse en dinero que su poseedor pueda obtener en mayor cantidad, de acuerdo a futuras producciones. (Marx, 1867)

2.2.8 Inflación

Medida estática, resultante del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos.

2.2.9 Deflactor del PIB

Indicador del nivel de Precios de todos los Bienes y servicios finales producidos en un país. El Deflactor permite eliminar los efectos de la Inflación cuando se comparan magnitudes económicas a lo largo del Tiempo. (Diccionario Financiero, 2013)

2.2.10 Joint Venture:

Es un tipo de acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo entre dos o más personas (normalmente personas jurídicas o comerciantes), es conocido como «riesgo compartido», donde las empresas se unen para formar una nueva en la cual se usa un producto tomando en cuenta las mejores tácticas de mercadeo.

El objetivo puede ser muy variado, desde la producción de bienes o la prestación de servicios, a la búsqueda de nuevos mercados o el apoyo mutuo en diferentes eslabones de la cadena de un producto. Se desarrollará durante un tiempo limitado, con la finalidad de obtener beneficios económicos para su desarrollo.

Para la consecución del objetivo común, se ponen de acuerdo en hacer aportaciones de diversa índole a ese negocio común. La aportación puede consistir en materia prima, capital, tecnología, conocimiento del mercado, ventas y canales de distribución, personal, financiamiento o productos.

Este tipo de asociación son generalmente establecidas a mediano o largo plazo, toda vez que los objetivos que buscan no son sencillos de alcanzar y requieren mucha planeación y ejecución, por lo que hacerlo a corto plazo representaría demasiados costos y difícilmente realizable.

2.3 Metodología

2.3.1 Método

Para el análisis del sector automotriz se utilizarán herramientas que presenta el método estadístico y analítico.

2.3.2 Justificación del método

El método fue seleccionado debido a que facilitará el estudio de las siguientes expectativas:

- **Método estadístico**, para la revelación de estadísticas económicas facilitadas por el banco central (BC), Fondo Monetario Internacional (FMI), Banco Mundial (BM), Organización Internacional de Constructores de Automóviles(OICA) y otras entidades similares.
- **Método analítico**, para la comprensión y explicación de gráficos e indicadores macroeconómicos.

2.3.3 Diseño de la investigación

Para la estructura de la investigación que se llevará a cabo en el mercado Chino, se utilizará una estructura similar a la que presentan los estudios de la Organización Internacional de Constructores de Automóviles (OICA), en cuanto a desarrollos económicos, la investigación se compondrá de una estructura PEST.

2.3.4 Población y muestra

El estudio tanto de China y Ecuador se realizará de forma macro, es decir, será objeto de análisis toda su sociedad, factores y recursos. Así mismo, para el diagnóstico del mercado automotriz, no se ha tomado en cuenta el sector de auto partes, sino tan solo las empresas productoras y comercializadoras de vehículos, tanto a nivel mundial, como en China y Ecuador.

2.3.5 Técnicas de recolección de datos

Se recolectarán datos, de acuerdo a observación indirecta, por medio de revistas, artículos económicos, periódicos y publicaciones mundiales, de índole financiera y económica.

2.3.6 Técnicas y modelos de análisis de datos

Para el diagnóstico del entorno chino, se desarrollará un análisis PEST, así como Indicadores económicos y sociales.

CAPÍTULO III

DESARROLLO Y COMPOSICIÓN DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN EL MUNDO, DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

La industria automotriz es una de las más importantes en el campo de la manufactura, pues es reconocida a nivel mundial como un sector “punta de lanza” del desarrollo económico y social de los países, puesto que a su vez, esta impulsa otras industrias, tales como la siderúrgica, metalúrgica, metalmecánica, minera, petrolera, petroquímica, de plástico, vidrio, electricidad, robótica y la informática, aquellas industrias que hacen posible la fabricación y comercialización de vehículos y sus partes. El alto aporte a la innovación y a la transferencia de tecnología de la industria automotriz lo hace parte de los sectores líderes (OICA, 2013).

Según la OICA construir 60 millones de vehículos requiere de emplear directamente alrededor de 9 millones de personas, tanto en manufacturar el vehículo, como partes de él que van dentro. Esto significa, más del 5% del total de empleo manufacturero. No obstante se estima, que cada trabajo directo de autos soporta como mínimo otros 5 trabajos indirectos, resultando más de 50 millones de trabajos que dependen de la industria automotriz.

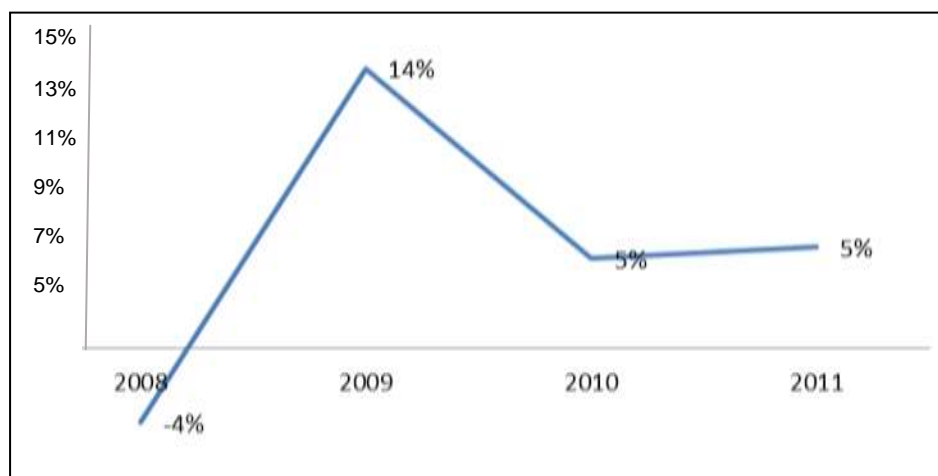
En este capítulo se pretende conocer el comportamiento que ha tenido la industria automotriz en el mundo, específicamente el sector automovilístico: el crecimiento, aportes económicos y principales actores.

3.1 Crecimiento de la Industria

Con el objetivo de conocer el desarrollo que ha tenido la industria automotriz en el mundo, se realiza el respectivo análisis, el mismo que contendrá estadísticas de evolución de la OICA y principales sucesos del descenso o crecimiento.

En cuanto a ventas, la industria automotriz ha presentado grandes aportes económicos para el mundo, desde el 2005 las ventas fueron por más de 65 millones, y en el 2012 la OICA registró una venta de 82 millones, un crecimiento del 26%.

Gráfico 1: Crecimiento de ventas de vehículos anual



Fuente: Página oficial OICA
Elaboración: Samanta Andrade

Sin embargo, tal como muestra la ilustración, el crecimiento de las ventas con respecto a años anteriores comenzó a sufrir equilibrio, sobre todo en el 2010 y 2011, cuando las ventas crecieron en un 5%, y es que las políticas estables y regulativas permitieron la estabilización del sector. A continuación, en la siguiente ilustración, se podrá observar la venta de vehículos por continente y país.

Tabla 1: Ventas totales de vehículos por continente

PAÍSES	2008	2009	2010	2011	2012
EUROPA	21923,546	18661,876	18799,111	19731,905	18650,167
AMERICA	20854,880	17494,287	19655,177	21499,758	23597,495
ASIA/OCEANIA/MIDDLE EAST	24012,039	28071,003	34897,706	35304,821	38027,738
AFRICA	1285,751	1188,074	1276,521	1390,462	1463,696
TODOS	68076,216	65415,240	74628,515	77926,946	81739,096

Fuente: Página oficial OICA

Elaboración: Samanta Andrade

El continente que mayor venta de vehículos registró desde el 2008 fue Asia, seguido de Europa hasta el 2009, sin embargo a partir del 2010 las ventas americanas se posicionan como las segundas cifras más altas registradas y China mantiene su posición de liderazgo.

Tabla 2: Porcentaje de representación de ventas de vehículos por continente

PAISES	REPRESENTAN				
	2008	2009	2010	2011	2012
EUROPA	32%	29%	25%	25%	23%
AMERICA	31%	27%	26%	28%	29%
ASIA/OCEANIA/MIDDLE EAST	35%	43%	47%	45%	47%
AFRICA	2%	2%	2%	2%	2%

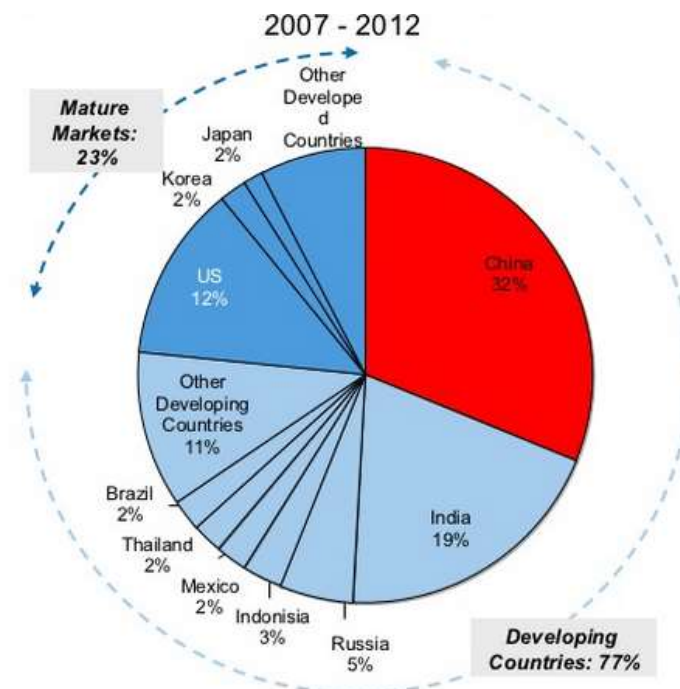
Fuente: Página oficial OICA

Elaboración: Samanta Andrade

La tabla indica que del total de venta de vehículos (de todo tipo) cuánto representan las ventas de cada continente, en el orden que se presentó . Asia desde el 2008 representa más del 30% del total de ventas de vehículos, y el 2012 presentó un incremento excelso, representando el 47% del total de ventas

registradas. Esto gracias al gigante asiático China, quien registró las mayores ventas en el 2012, con más de 18.419 mil vehículos vendidos. En segundo lugar, a nivel país se ubica Estados Unidos, pero con tan solo 8.654 mil unidades, dos veces menos que China.

Gráfico 2: Venta de vehículos livianos en el mundo (2007-2012)



Fuente y elaboración: Synergistics Limited (Synergistics Limited, 2012)

El mercado maduro de automóviles representó el 23% de las ventas de carros livianos, tales como camionetas, autos y camiones livianos, este mercado está conformado por países desarrollados como Japón, Corea y Estados Unidos. Por otra parte, los países en desarrollo desde el 2007 han representado el 77% de ventas del mercado liviano, siendo India el de mayor crecimiento porcentual. Vale recalcar, que a nivel mundial, China se posiciona líder en esta categoría de carros livianos y es que ha logrado una alta y sólida posición con respecto a otros países del mundo, teniendo un 32% del mercado.

En cuanto a la producción de automóviles, se presenta la siguiente tabla:

Tabla 3: Principales países productores de automóviles (2008-2012)

PAÍS	2008	2009	2010	2011	2012
Japón	11,575,644	7,934,057	9,628,920	8,398,630	9,942,711
China	9,299,180	13,790,994	18,264,761	18,418,876	19,271,808
USA	8,693,541	5,731,397	7,762,544	8,661,535	10,328,884
Alemania	6,045,730	5,209,857	5,905,985	6,311,103	5,649,269
Sur Korea	3,826,682	3,512,926	4,271,741	4,657,094	4,561,766

Fuente: Página oficial OICA
Elaboración: Samanta Andrade

Para la gráfica se han resaltado los dos países con más alto volumen de producción de automóviles, diferenciando al líder en esta posición con el color azul, y a su sucesor de color rosa. Como se puede apreciar en la tabla, desde el año 2008 Japón, China, Estados Unidos, Alemania y Korea del Sur, han formado parte de los cinco mayores productores de automóviles en el mundo, sin embargo la lucha por los tres primeros lugares ha sido encabezada por Japón, China y Usa.

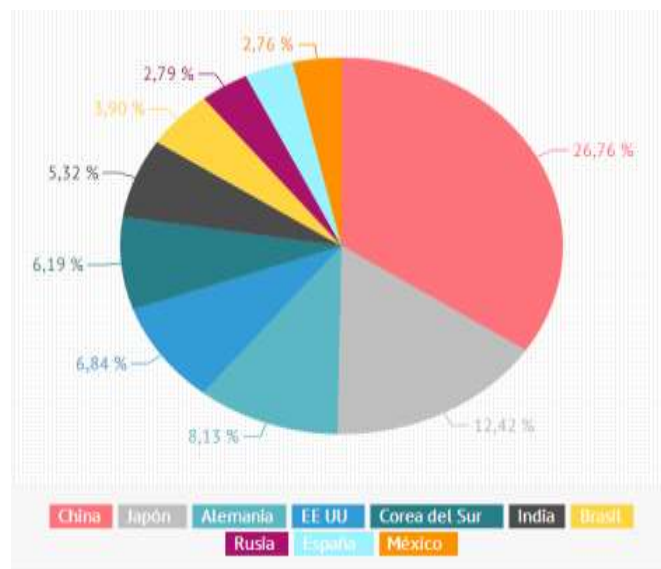
En el 2008 Japón ocupaba el primer lugar como productor, pero en el 2009 China alcanza a Japón con casi el doble de la producción, y así a lo largo de los siguientes años logra mantener su posición de liderazgo. En cuanto a Japón y Estados Unidos, en el 2011 este último vuelve a superar a Japón y se posiciona como el segundo mayor productor de vehículos, después de la crisis económica que reflejó en el 2008, lo que dio ventaja a los gigantes asiáticos (A principio del 2000 USA era el productor líder de vehículos en el mundo).

En el año 2012 China conserva su lugar como primer fabricante de automóviles, con más de 17 millones de unidades, por encima de Estados Unidos, quien también mantiene su segundo lugar del 2011 con 10 millones de

unidades. Hay que considerar, que en el mundo hay tan solo 17 países con actividad automotriz que sobrepasan el millón de vehículos al año, entre los cuales se encuentran Brasil, México, Tailandia, Canadá, Rusia, España, Francia, Gran Bretaña, República Checa, Turquía e Indonesia, además de los cinco mayores líderes previamente mencionados. En cuanto a Latinoamérica, el país con mayores ventas es Brasil. (Diario El economista, 2013)

Gracias a datos de este 2013 ya revelados, la asociación de productores Ucraniana, Ukravtoprom en un listado publicado del primer trimestre 2013, ha considerado como el mayor productor de automóviles a China (26% de la producción total de vehículos), seguido por Japón con el 12% de participación, y es que los grandes avances económicos y tecnológicos de estos países asiáticos les ha permitido ser parte de las más grandes potencias del mundo.

Gráfico 3: Países productores de automóviles, primer trimestre 2013



Fuente y elaboración: Asociación de productores Ucraniana, Ukravtoprom

Estas cifras presentadas en el primer trimestre pueden estar cambiando el panorama del 2012, y alterando la posición de los cinco líderes del sector productor automotriz, puesto que Alemania consigue el tercer lugar, dejando a Estados Unidos por debajo. Alemania ha ocupado el primer puesto en la región y el tercero en el mundo, por detrás de China y Japón. (Diario Rusia Hoy, 2013)

3.2 Principales fabricantes automotrices

FABRICANTES 2011						
Rank	GROUP	Total	CARS	LCV	HCV	HEAVY BUS
1	G.M.	9,031,670	6,494,385	2,520,559	7,064	9,662
2	VOLKSWAGEN	8,525,573	8,157,058	284,515	84,000	
3	TOYOTA	8,050,181	6,793,714	1,037,138	214,375	4,954
4	HYUNDAI	6,616,858	6,118,221	409,355	72,993	16,289
5	FORD	5,516,931	3,093,893	2,328,454	94,584	
6	NISSAN	4,631,673	3,581,445	998,417	51,811	
7	PSA	3,582,410	3,161,955	420,455		
8	HONDA	2,909,016	2,886,343	22,673		
9	RENAULT	2,825,089	2,443,040	382,049		
10	SUZUKI	2,725,899	2,337,237	388,662		
FABRICANTES 2012						
Rank	GROUP	Total	CARS	LCV	HCV	HEAVY BUS
1	TOYOTA	10,104,424	8,381,968	1,448,107	268,377	5,972
2	G.M.	9,285,425	6,608,567	2,658,612	7,558	10,688
3	VOLKSWAGEN	9,254,742	8,576,964	486,544	169,064	22,170
4	HYUNDAI	7,126,413	6,761,074	279,579	70,290	15,470
5	FORD	5,595,483	3,123,340	2,394,221	77,922	
6	NISSAN	4,889,379	3,830,954	1,022,974	35,451	
7	HONDA	4,110,857	4,078,376	32,481		
8	PSA	2,911,764	2,554,059	357,705		
9	SUZUKI	2,893,602	2,483,721	409,881		
10	RENAULT	2,676,226	2,302,769	373,457		

Grafico 4: Principales fabricantes de carros, por tipo. (2011-2012)

Fuente y elaboración: OICA

En los años sesenta, Estados Unidos era el líder de la producción mundial de automóviles puesto que representaba el 51.4% de la producción total, su competidor directo era Alemania, con un aporte de tan solo el 14%. Treinta años después, en 1990, seis firmas controlaban el 54% de la producción mundial: General Motors, Ford, Toyota, Volkswagen, Chrysler y Renault.

Sin embargo en el 2004 se incorporan nuevas firmas, y el 88% que representaba la producción total de ese entonces, fue distribuido principalmente, de la siguiente manera: General Motors 19% (ya había sido

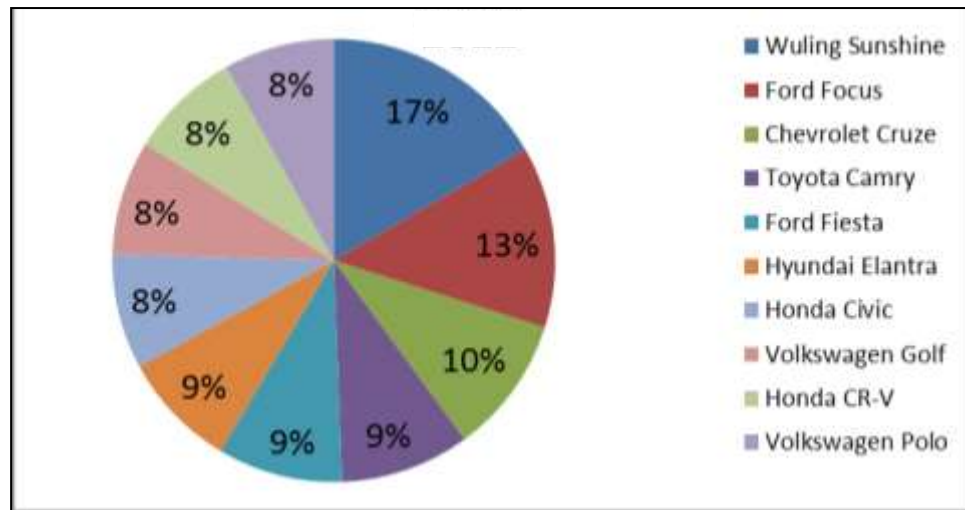
líder en años anteriores), Toyota 15% Ford 14%, Volkswagen 11%, Daimler-Chrysler 9%, Peugeot 7%, Hyundai 7%, Renault-Nissan 6%. Las tres grandes firmas norteamericanas aportaron el 40% de la producción mundial, y las 5 primeras firmas de Asia, (incluyendo la fusión Renault-Nissan), representaron el 31%. (Maldonado, 2009)

General Motors pierde su liderazgo de aproximadamente 7 décadas en el 2008, destituido por Toyota, quien asume el poder en la industria con una producción de 9 millones. Esta situación no tuvo permanencia, puesto que en el 2011 Toyota descendió a la tercera posición, tal como se puede observar en la ilustración superior, ocupando los primeros lugares GM y VW, debido a problemas de producción, sus cadenas de montaje se vieron afligidas por el sismo y tsunami en Japón, unido a las inundaciones que golpearon a varias zonas de Tailandia. (Bolpress, 2012)

En el año fiscal 2012, Toyota se recupera como líder, produciendo 9,71 millones de automóviles, un incremento del 13,4% en comparación con el período 2011-2012. La firma presidida por Akio Toyota cerró el pasado mes de marzo con un volumen de producción mundial de 892.678 unidades, lo que representa un descenso del 8,6% en comparación con los datos del mismo mes de 2012. Por su parte Nissan, cerró el año con una producción total de más de 4 millones de vehículos, un 0,9% menor que al año anterior (2011). (Unidad editorial El mundo.es, 2013)

En cuanto a modelos de vehículos, en el 2012 los autos fueron vendidos en gran volumen por Toyota y Volkswagen (VW), incluso en la producción total de estos, los autos representaron el 83% y 93% respectivamente. Los carros ligeros comerciales (LCV) tienen como líder fabricante a GM, así como los carros comerciales altos (HCV), y en el caso de los buses pesados (HB) por la empresa china King Long Group Co.

Gráfico 5: Los modelos de autos más vendidos en el 2012



Elaboración: Samanta Andrade
Fuente: Jato Dynamics

En el 2012 el modelo que mayor ventas obtuvo fue el Wuling Sunshine, modelo chino, resultante del Joint venture entre SAIC Motor, General Motor y Liuzhou Wuling Motors Co Ltd. El SAIC-GM-Wuling Co. Registró ventas de 530,000 unidades, en el 2012, con una cuota del mercado superior a 50% (Chinadaily, 2013)

A continuación se describen las principales características de los dos fabricantes de automóviles líderes a nivel mundial:

3.2.1 Toyota

Antecedentes

La historia de Toyota comienza a finales del siglo XIX, cuando Sakichi Toyoda inventa el primer telar automático, que revoluciona la industria textil del mundo.

Impulsado por el éxito de sus telares, en 1970 funda la empresa Toyoda Automatic Loom Works, convirtiéndose más tarde en uno de los líderes. En 1992 Sakichi vende los derechos de sus patentes de telares a la empresa británica Platt Brothers, e invierte esos ingresos en el desarrollo del primer vehículo Toyota. Kiichiro Toyoda, el hijo de Sakichi, realiza las investigaciones sobre motores de combustión interna a gasolina, y en 1932 funda la División Automotriz de Toyota Automatic Loom Works. En 1937 se establecen los cimientos de Toyota Motor Company Ltd.

Posterior a la posguerra, Toyota se convirtió en el mayor fabricante de vehículos de Japón, con más del 40% del mercado, gracias a su estrategia de inserción en el mercado internacional. La producción de vehículos fuera del territorio japonés comenzó en 1959 en una pequeña planta en Brasil, y continuó con una creciente red de plantas industriales alrededor del mundo, alcanzando reconocimiento mundial durante la década del sesenta, con la instalación de plantas industriales y centros de desarrollo en los Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido. Actualmente Toyota es uno de los mayores fabricantes de automóviles en el mundo, presente en más de 160 países. (Toyota Co., 2013)

Sistema de producción

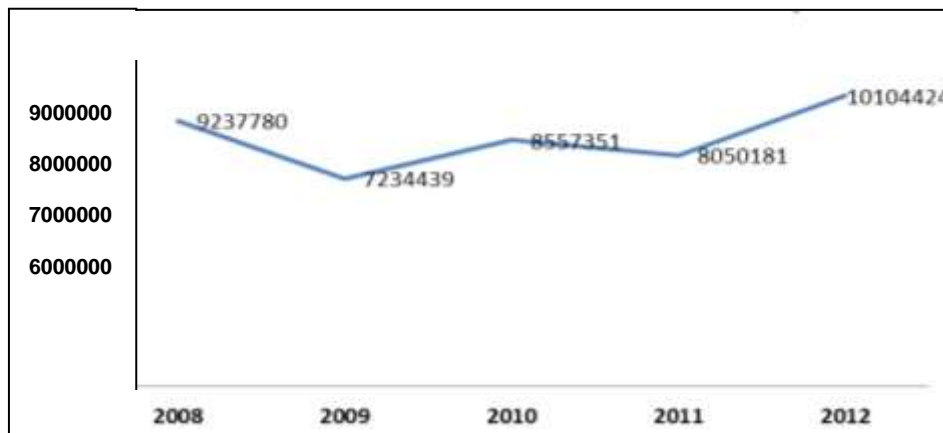
El Sistema de Producción Toyota se aplica en todas partes del mundo, se hizo conocido como TPS en 1970, pero fue establecido mucho antes por Taiichi Ohno. Se basa en varias ideas desarrolladas o incorporadas por Kiichiro Toyoda y por Taiichi Ono:

El sistema just in time es un factor fundamental en la reducción de inventarios y defectos en las plantas de Toyota y de sus proveedores, puesto que implica una producción solo bajo pedido. Esta estrategia, con su énfasis en la mejora continua y el valor del compromiso de los empleados, es considerado por la industria automotriz como un auténtico benchmarking. (Toyota Co., 2013)

Desarrollo

A finales del 2012, Toyota termina su actividad en todo el mundo, con 52 empresas de fabricación en el extranjero en 27 países y regiones. Los vehículos de Toyota se venden en más de 160 países y regiones. Tan solo en Japón generó más de 62 plazas de trabajo, y a nivel mundial 172 mil empleos. (Toyota Global Company, 2013)

Gráfico 6: Evolución en la producción de automóviles Toyota (2008-2012)



Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: OICA

En cuanto a producción de automóviles Toyota en el 2008 logró el primer puesto del mercado global, con una producción de 9 millones, cuando el mundo presentaba una crisis financiera, hecho que se más bien se reflejó en el 2009, cuando Toyota presenta un descenso del 22%. Para el 2010 se recupera con una producción de más de 8 millones automóviles, lo que representó un crecimiento del 18%. En el 2011 sufre otra baja, esta vez del 6%, lo que lo destituye de su posición como líder fabricante de automóviles a nivel mundial, como ya se mencionó, esto debido a los desastres ambientales en Japón, donde Toyota concentra varias de sus fábricas. Para el 2012 vuelve a recuperarse con un 26% de crecimiento y una producción de 10 millones, este año Toyota logró recuperar el primer puesto a nivel global.

Desde el 2008 Toyota presenta una mayor producción en el continente asiático, de casi del 70% de la producción total, esto debido a las instalaciones que mantiene en Japón, tales como Daihatsu, Hino y Toyota, en el año 2012 la producción en Japón fue de más de 4 millones de unidades. (OICA, 2012)

Tabla 4: Tipos de automóviles producidos por tipo (2008-2012)

TIPO	2008	2009	2010	2011	2012
CARS	7768633	6148794	7267535	6793714	8381968
LCV	1102502	927206	1080357	1037138	1448107
HCV	251768	154361	204282	214375	7268377
HB	114877	4,078	5177	4954	5972
TOTAL	9237780	7234439	8557351	8050181	17104424

Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: OICA

El gráfico superior muestra los 4 tipos de vehículos que la OICA utiliza para clasificar al sector automovilístico, el CARS (automóviles pasajero), LCV (Vehículos comerciales livianos), HCV (Vehículos pesados), y los HB (Buses pesados), para conocer mayor detalle de los modelos que componen estas clasificaciones, ver el glosario.

Toyota concentra la mayor parte de su producción en automóviles pasajeros, desde el 2008 representa más del 80%, sin embargo en el 2012 la producción fue casi equiparada, puesto que los carros pasajeros disminuyeron su producción, pasando del 80% al 49% de la producción total, sin embargo los HCV aumentaron la producción, siendo parte de un 42% de la producción total.

Gráfico 7: Ventas históricas de Toyota (2003-2012)

Region	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
North America	2,031.3	2,230.3	2,436.1	2,738.3	2,822.2	2,441.8	1,975.4	1,935.5	1,806.9	2,274.6
Latin America	162.1	214.9	270.5	339.4	379.4	370.2	293.6	342.1	333.5	406.6
Europe	851.5	946.9	995.2	1,124.1	1,238.6	1,119.5	886.0	785.8	801.9	817.7
Africa	160.6	206.7	227.2	265.7	313.5	288.1	201.4	197.6	211.9	243.0
Asia	682.4	846.3	1,062.9	1,106.7	1,329.6	1,438.6	1,533.9	1,895.9	1,998.2	2,340.5
Oceania	215.1	232.8	236.9	250.3	275.9	277.7	231.2	249.6	215.9	258.8
Middle East	251.4	270.9	325.3	404.8	482.7	590.1	482.5	554.6	527.5	683.9
Overseas total	4,354.5	4,948.8	5,554.1	6,229.3	6,841.9	6,526.1	5,604.0	5,961.1	5,895.9	7,025.1
Japan	1,715.9	1,758.8	1,713.1	1,692.3	1,587.3	1,470.0	1,375.5	1,566.1	1,201.0	1,692.2
Worldwide total	6,070.4	6,707.6	7,267.3	7,921.6	8,429.3	7,996.1	6,979.6	7,527.3	7,096.9	8,717.3

Fuente y elaboración: Página oficial Toyota Company.

Las ventas por región de Toyota, han logrado mayor concentración en el territorio norteamericano, específicamente desde el 2003 al 2009, sin embargo en el 2011 Toyota conquistó al mercado asiático, convirtiéndose en el 2012, el mercado de mayor ventas para Toyota.

3.2.2 General Motors

Antecedentes

General motors Company (GM), fue fundada por William "Billy" Durant el 16 de septiembre de 1908. Durant se había convertido en un fabricante líder de vehículos de caballos en Flint, antes de hacer su incursión en la industria del automóvil. En sus inicios GM sólo poseía a Buick Motor Company, pero en cuestión de años adquirió más de 20 empresas, entre ellas Oldsmobile, Cadillac y Oakland, hoy conocida como Pontiac. En 1920 adicionó a su gama las marcas Chevrolet, Vauxhall y Opel, con la filosofía y la estrategia de "un auto para cada bolsillo y propósito", y una serie de innovaciones históricas que cambiaron al propio automóvil. Durante estos años, GM también ha abierto más de una docena de nuevas plantas fuera de los Estados Unidos.

En 1973 GM fue la primera compañía en ofrecer bolsas de aire en un coche de producción. En 1974, GM presentó el paso más importante en la reducción de las emisiones con el convertidor catalítico, esta tecnología compartida por General Motors, todavía es utilizado por toda la industria automotriz. En 1982, GM marcó su mayor expansión de la producción individual fuera de América del Norte, con la inauguración del nuevo complejo en Zaragoza, España. Esta instalación comenzó a construir el consumo de combustible Opel Corsa.

A comienzos del nuevo milenio, GM había construido una sólida presencia en los mercados emergentes como China y Brasil, y se había completado en gran medida su transformación en una única empresa global. La creación de GM Daewoo en 2002 dio a GM una nueva organización especializada y la ingeniería y la fabricación de coches más pequeños, lo que demuestra un importante impulso para el crecimiento de Chevrolet como marca global. Ese mismo año, con empresas conjuntas en China e India, más las adiciones de Saab y Hummer a la familia de GM, la compañía se expandió tanto el alcance y la variedad de vehículos vendidos en todo el mundo. (General Motor, 2013)

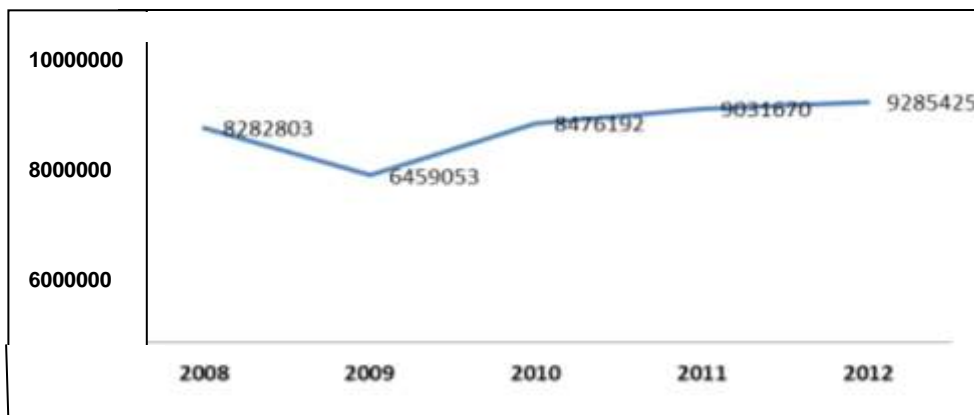
Tecnología

En el 2002 la compañía siguió adelante con la tecnología de vehículos eléctricos, con el concepto de la pila de hidrógeno, alimentado de células de combustibles. Luego, en enero de 2007, GM sacudió a la industria el concepto Chevrolet Volt, un vehículo que podría conducir a batería durante los desplazamientos diarios, y luego seguir operando con un extensor de rango cuando la carga de la batería se agote. Los primeros Volts producción fueron entregados en el 2010. GM también se convirtió en un líder del sector en los vehículos de combustible flexible, que pueden funcionar ya sea con gasolina como con E85, y desarrolló un sofisticado sistema híbrido de dos modos sofisticados de ampliar significativamente la economía de los camiones de tamaño completo y SUVs. (General Motor, 2013)

Desarrollo

En el 2011 General motor generó más de 207 mil plazas de trabajos alrededor del mundo, mientras que en el 2012, 213 mil plazas, con más de 396 instalaciones ubicadas en seis continentes. En China y Estados Unidos, ha logrado la posición número 1 en el mercado automovilístico, mientras que en Brasil y Rusia, la posición 3 y 4 respectivamente. (General Motor, 2013)

Gráfico 8: Evolución en la producción de automóviles GM (2008-2012)



Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: OICA

En el 2009, con una producción anual de más de 6 millones de unidades, GM enfrentó una reducción del 22%, este hecho se atribuye a la crisis económica del 2008, puesto que a sus grandes cuentas por pagar, en el 2009 General Motors cerró temporalmente 13 plantas de ensamblaje en Norteamérica, lo que redujo su producción en unos 190.000 vehículos. (Infobae, 2009). En el siguiente año GM se recupera, y en el 2011 logra posicionarse como líder de la industria automotriz, con un crecimiento del 7%, respecto al año 2010. En el 2012 su crecimiento en producción, con más de 9 millones de vehículos, no fue suficiente para mantener su posición, y Toyota se posiciona como líder fabricante.

Tabla 5: Tipos de automóviles producidos por GM (2008-2012)

TIPO	2008	2009	2010	2011	2012
CARS	6015257	4997824	6266959	6494385	6608567
LCV	2229833	1447625	2197629	2520559	2658612
HCV	24842	7027	1175	7064	7558
HB	12871	6577	10429	9662	10688
TOTAL	8282803	6459053	8476192	9031670	9285425

Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: OICA

GM enfoca mayormente sus recursos y estrategias en los autos pasajero, puesto que desde el 2008 estos representan más del 70% de la producción de total, y es que además es el que mayor preferencia de consumo tiene, así mismo los LCV son parte de más del 20% de la producción total, desde el 2008.

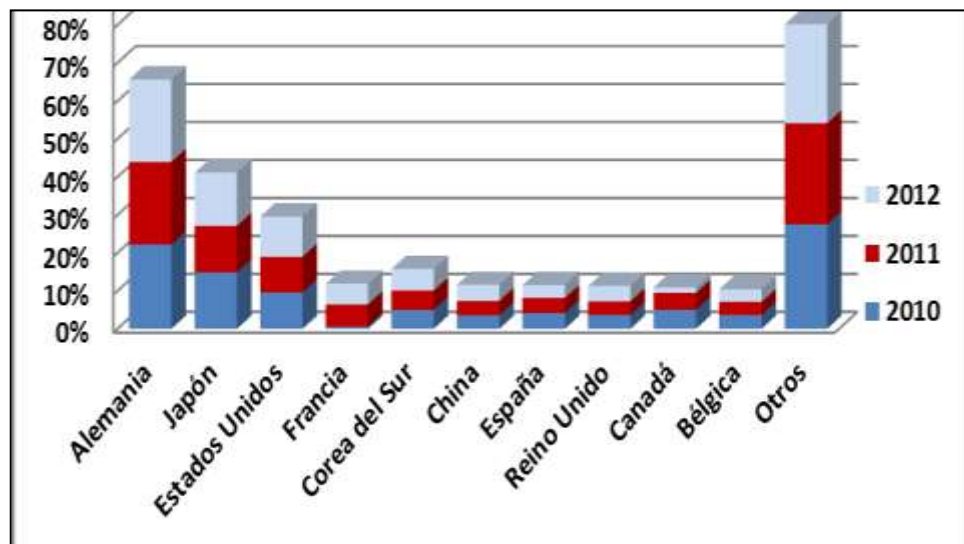
En cuanto a ventas, en el 2012 GM vendió más de 5 millones de autos pasajeros (CARS) y 3 millones de camiones, en ese año también la compañía registró ingresos netos de 152,256 millones, tan solo 1% más que el año anterior (General Motor Co., 2013)

3.3 Exportación e importación mundial de vehículos

Alemania presenta la mayor cuota de mercado en cuanto a exportaciones, y es que esta presenta un amplio espectro puesto que muchos de sus sectores ocupan un puesto destacado en el ámbito internacional. Alemania es el tercer productor de automóviles del mundo, más del 70 % de los vehículos fabricados están destinados a la exportación. De acuerdo a la Verband der Automobilindustrie (VDA), los automóviles constituyen la mayor categoría de exportaciones alemanas, con una participación de 17% (autos y autopartes) en las exportaciones totales del 2012. Sin embargo Alemania redujo en el 2012 sus

exportaciones en un 4%, debido a las limitaciones que presentó la industria, esto por la crisis económica de la eurozona. El segundo país con mayor exportación es Japón, con ventas FOB en dólares superior al millón. Japón por su parte ha presentado evolución en las exportaciones, en el 2012 registró un crecimiento del 10%.

Gráfico 9: Evolución de exportaciones mundiales de automóviles

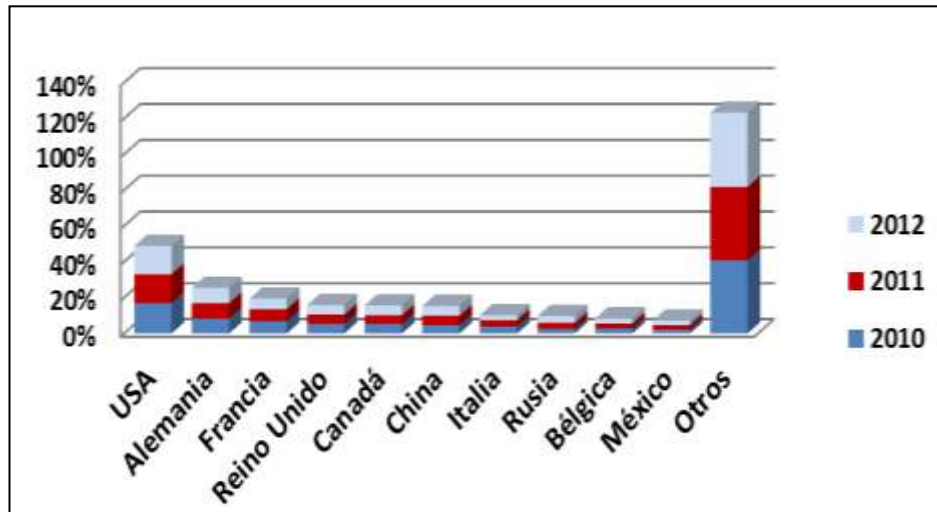


Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: Trade Nosis.com

En cuanto a las importaciones de automóviles, Estados Unidos ha sido el país que recibe mayor importaciones, principalmente provenientes de Japón, donde varias marcas norteamericanas residen, debido a los bajos costos operativos. Sus importaciones desde el 2010 han representado del total de importaciones más del 16%. En el 2012 Estados Unidos registró una importación en dólares FOB de 198.841 mil millones. Más abajo se encuentra Alemania, pero con tan solo un 7% de representación del total del mercado de importaciones.

Gráfico 10: Evolución de importaciones mundiales de automóviles



Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: Trade Nosis.com

CAPÍTULO IV ANÁLISIS ECONÓMICO DE CHINA

A fin de conocer los factores que han intervenido en el desarrollo y posición sólida que China ha logrado en el mundo, se llevará a cabo en el presente capítulo un diagnóstico PEST del mercado, sus principales condiciones políticas, el desarrollo económico y social de los últimos 5 años (2008 – 2012) y rescatar los portentosos avances tecnológicos.

4.1. Análisis político

Este análisis no pretende indagar en antecedentes de la situación política que ha vivido China a lo largo de sus años, sin embargo sí conocer en qué consiste cada poder, y los principales acontecimientos que pueden influir en el desarrollo económico.

4.1.1 Antecedentes

A comienzos del siglo XVIII China se cierra a la sagacidad del cristianismo y el comercio europeo y en 1830 se mantiene aislado de toda influencia exterior. El Partido Comunista de China, liderado por Mao Tse-tung, llevó a cabo una revolución para liberar al país del yugo del colonialismo y el feudalismo. Lo cual se consiguió en 1949, cuando se proclama la República Popular de China y se liberan los regímenes monárquicos. La China de la actualidad tiene tan solamente 57 años como república. (Servigón, 2005)

Después de la Segunda Guerra Mundial, los comunistas de Mao Zedong establecieron un sistema socialista autocrático que, al tiempo que garantizó la soberanía de China, impuso un estricto control sobre la vida cotidiana y costó la vida a decenas de millones de personas. Después de 1978, el sucesor de Mao, Deng Xiaoping y otros líderes se centraron en el desarrollo económico orientado

al mercado, y en 2000 la producción se había cuadruplicado. Desde este año y pese a los controles políticos China se ha convertido en sede para muchas organizaciones internacionales. (CIA Factbook, 2013)

4.1.2 Constitución

La Constitución es la ley fundamental del Estado. La Constitución vigente de China fue aprobada y puesta en vigor el 4 de diciembre de 1982 en la Sesión V de la Asamblea Popular Nacional.

Partido gobernante

El Partido Comunista de China es símbolo del progreso de la clase obrera de China, por lo que representa los intereses de todo su pueblo de todas sus etnias. Este es el único partido gobernante en China y fue fundado en 1921, cuenta con alrededor de 60 millones de miembros y 3.4 millones de organizaciones de base. Este estableció a China como una República Popular en 1949.

- Congreso Nacional y Comité Central: Los órganos dirigentes del partido son el Congreso Nacional del Partido y el Comité Central constituido en él; el Comité Central responde ante el Congreso nacional y le rinde cuenta de su labor.
- Órganos dirigentes del Comité central: Buró Político, Comité Permanente del Buró Político, Secretario General, Comisión Militar Central y Secretariado. son elegidos en la sesión plenaria del Comité Central a excepción del Secretario General del Comité Central debe ser elegido de entre los miembros del Comité Permanente del Buró Político del Comité Central. (China Internet Information Center , 2011).

Poder ejecutivo

Su presidente de la República es XI Jinping (desde 14 Marzo 2013); Vice Presidente LI Yuanchao (desde 14 March 2013). En la cabeza del gobierno se encuentra el Primer Ministro, en la actualidad LI Keqiang (desde el 16 Marzo 2013), quien encabeza un gabinete con un número variable de viceprimeros ministros. (CIA Factbook, 2013)

Poder legislativo

El máximo órgano legislativo de la República Popular China es La Asamblea Popular Nacional, parlamento formado por más de tres mil delegados.

Poder judicial

Máximo tribunal: Tribunal Popular Supremo (consta de más de 340 jueces, incluyendo al presidente del Tribunal Supremo, 13 grandes jueces organizados en un comité civil y los tribunales de los derechos civiles, económicos, administrativos, queja y apelación, y la comunicación y los casos de transporte). (CIA Factbook, 2013)

4.1.3 Principales acontecimientos del Gobierno período 2012

En el informe anual del observatorio de la política China 2012, desarrollado por el impulso del IGADI (Instituto Galego de Análise e Documentación Internacional) y Casa Asia, se observan distintos acontecimientos del año 2012 de índole económico y social, informe que se ha tomado en cuenta en el presente trabajo de tesis, con la finalidad de analizar los hechos relevantes.

Durante el mandato de Hu Jintao (2002-2012) se dio inicio a un nuevo tiempo, con nuevas políticas y un nuevo discurso cuyo denominador común fue el de promover reformas que elevaran la eficiencia económica y mejoren las

condiciones sociales y ambientales, buscando un desarrollo de mayor calidad y más justo en China. A continuación los principales acontecimientos políticos del 2012:

- En el 2012 se realizaron inversiones por 114.970 millones en empresas estatales.
- Ajuste estructural: Ya no serán las inversiones quienes garantizarán el mantenimiento del crecimiento sostenible, sino el consumo. Con esto se espera que más de 400 millones de trabajadores rurales pasen al área urbana en los próximos 10 años y que su consumo permita una tasa más elevada, superior a 7-8%.
- En el 2012 se puso fin al monopolio bancario del sector público, iniciando una reforma en el sistema financiero y tributario en Wenzhou.
- El Gobierno anunció en el 2012, que se aplicará estrictamente la política de canal verde para su transporte, se supervisará su distribución y se tomarán medidas fiscales para reducir los costes de los intermediarios.
- El Gobierno en el 2012 priorizó la creación de empleo (en particular las empresas de tecnología y las pymes); se perfeccionará el sistema de seguridad social, de manera que el nuevo sistema de pensión de vejez cubra por completo las zonas rurales y el antiguo cubra a todos los habitantes urbanos.
- Se incrementó la cobertura del sistema de seguro médico, se amplió la cobertura del seguro médico básico y se elevó el nivel de garantía de la asistencia médica básica.
- Desde el 2012 el Consejo propuso apoyar a las empresas que realicen inversiones en el extranjero y se promoverá la entrada de capital directo

extranjero en las regiones del centro-oeste y en algunos sectores (manufacturas, altas y nuevas tecnologías, ahorro eléctrico, protección ambiental, y otros de interés nacional).

- Entre sus objetivos 2030, se encuentra el hecho de adelgazar el gasto de empresas públicas, y aumentar el apoyo a pymes y economía privada en general.

Fuente: (Oficina Económica y Comercial de España en Pekín, 2012), (IGADI & Casa Asia, 2012)

4.2 Análisis económico

Además de conocer la situación política de China, es relevante desarrollar un análisis económico, para lo cual se utilizarán principales indicadores económicos presentados por el Banco Mundial.

4.2.1 PIB

Después de haber registrado un crecimiento del PIB del 10,4% en el 2010, la economía china ha seguido creciendo con mayor fuerza en el 2011, pero a su vez, a un ritmo moderado. En el 2012 se registró un PIB de 8.358 billones USD (Banco Mundial) con una tasa de crecimiento del 7,8% (el crecimiento más bajo desde 1999), por debajo de las expectativas del mercado, pero por encima de la meta del 7,5% fijada por el gobierno para todo el año. "La desaceleración del crecimiento fue provocada principalmente por las complicadas circunstancias internacionales y el control microeconómico iniciado por el gobierno", dijo el portavoz del BNE, Sheng Laiyun, en una conferencia de prensa celebrada en Beijing. (Economía, 2013)

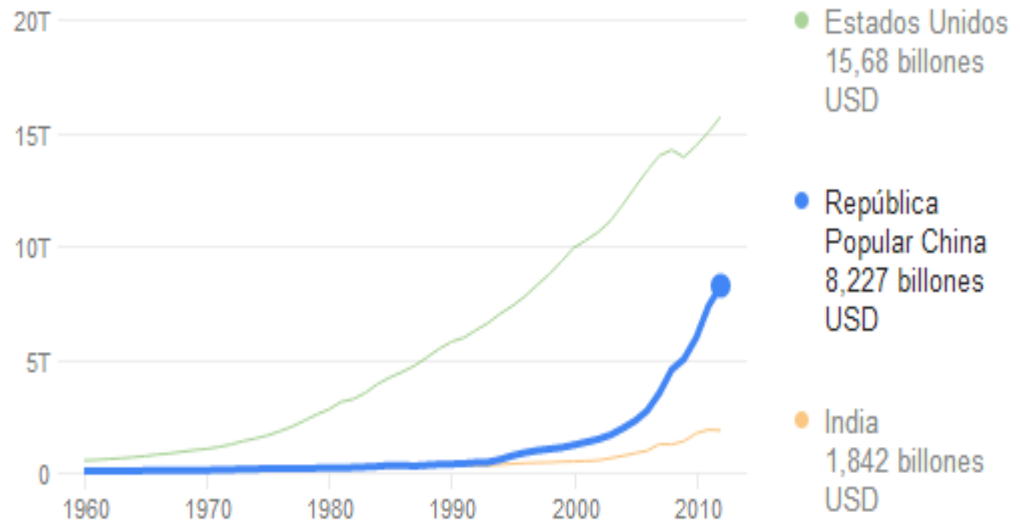
Tabla 6: Crecimiento del PIB Chino

AÑO	CRE %
2008	9,6
2009	9,2
2010	10,4
2011	9,3
2012	7,8

Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: Banco Mundial

Gráfico 11: Evolución del PIB principales países



Fuente y elaboración: Banco Mundial

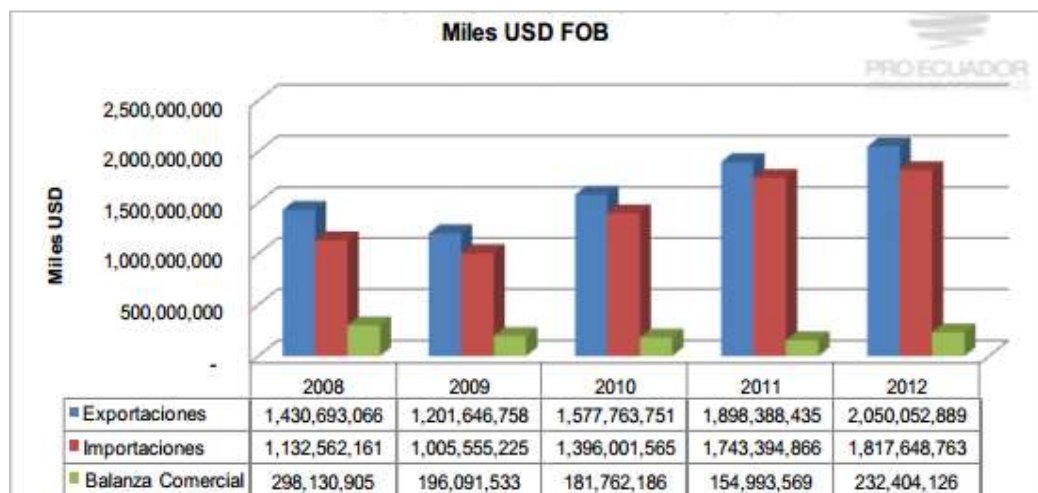
En este gráfico se puede observar que gracias a su PIB registrado, China se ubica como la segunda potencia mundial, debajo de Estados Unidos, lo que ha permitido la expansión de sus sectores, mayor credibilidad de sus mercados y dado oportunidad para nuevas fuentes de inversión.

En cuanto al ingreso per cápita registrado en el 2012, China se encuentra en la posición número 83, según indica el Fondo Monetario Internacional (FMI), pues en dólares el PIB per cápita fue de 6.188 USD, mientras Estados Unidos que el de Estados Unidos fue de 49.965 USD, y es que un factor que desfavorece este indicador es la extensa población china.

4.2.2 Balanza comercial

La balanza comercial de bienes y servicios es igual a las exportaciones de bienes y servicios menos las importaciones de bienes y servicios (antes, servicios no atribuibles a factores). (BM)

Gráfico 12: Balanza comercial China (2008-2012)



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.

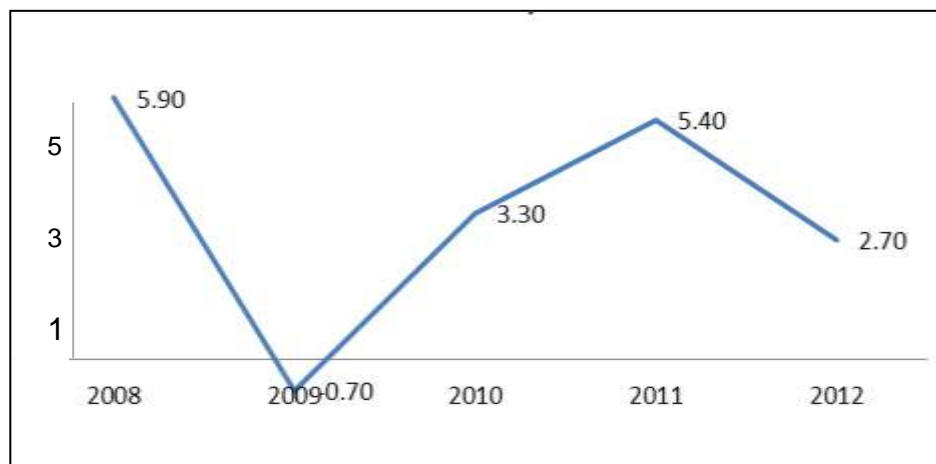
La balanza comercial de China de los últimos cinco años ha presentado saldos positivos, sobre todo en el 2012, resultando un incremento del superávit registrado del 50%, un crecimiento bastante acelerado.

Retornado a años anteriores, en el 2010 China registró el menor superávit de los últimos 5 años, y es que las importaciones en ese año aumentaron en un 25%, esto de acuerdo a lo que indicó el ministerio resultó como parte de una

combinación de varios factores: “Una demanda interna más fuerte, políticas para expandir las importaciones y los crecientes precios globales de las materias primas”. (America Economía, 2011)

4.2.3 Inflación

Gráfico 13: Inflación, precios al consumidor en porcentaje (2008-2012)



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Samanta Andrade

La tasa de inflación por el índice de precios al consumidor muestra la variación en porcentaje anual del costo para el consumidor medio de adquirir una canasta de bienes y servicios (fija o variable). Por lo general se utiliza la fórmula de Laspeyres. (BM)

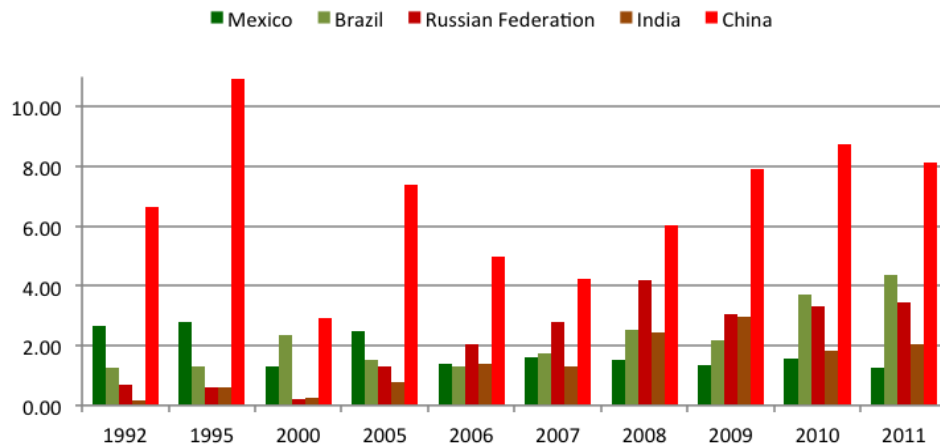
En los últimos cinco años China ha sufrido grandes variaciones y obtenido descensos interanuales, incluso en el 2009 se registró la tasa más baja de inflación, y es que en ese año el precio de los alimentos disminuyó, así como los precios internacionales de las materias primas. En el descenso también intervino la existencia de excedentes en los inventarios de numerosas empresas. Jing Ulrich, presidenta de activos chinos en la firma JP Morgan indicó que “aunque la población podría recibir favorablemente la reducción en los precios al consumidor, una tendencia podría debilitar el crecimiento de

compañías y acrecentar cargas de deuda”. Así mismo en el 2012 se registró un descenso en la inflación.

4.2.4 Inversión extranjera

La Inversión Extranjera Directa (IED) es aquella inversión que constituye la entrada neta de inversiones para obtener un control de gestión duradero (por lo general, un 10% o más de las acciones que confieren derecho de voto) de una empresa que funciona en un país que no es el del inversionista. (BM)

Gráfico 14: Participación porcentual en los flujos de entrada del IED a nivel mundial, de países seleccionados (1992 - 2012)



Fuente y elaboración: Banco Central del Ecuador

En el año 1992 Brasil ocupaba el lugar 19, Rusia el 24, India el 47 y China el sexto del Ranking Mundial de Economías Receptoras de IED; para el 2011 las cifras cambiaron drásticamente y China sube al segundo lugar. Referente a China, desde que se incorporó a la Organización Mundial del Comercio en noviembre del 2001, los ingresos del IED se han duplicado con creces. (Diario El economista, 2013)

China atrajo 111.700 millones de dólares en IED en el 2012, menor al récord de 116,000 millones de dólares de 2011, y conservó su lugar como uno de los destinos más importantes del mundo para la expansión de las empresas, pese a que en ese año China vivió un retroceso, debido a la incertidumbre económica que presentó, lo que frenó el entusiasmo de los inversores en los mercados emergentes (CNNN expansion, 2013). Los datos además mostraron que firmas europeas y asiáticas recortaron sus inversiones en alto margen, de todas formas en ese mismo año, China mostró un crecimiento en sus inversiones foráneas del 28,6%, según indicó el Ministerio de Comercio Chino en un comunicado.

4.2.5 Exportaciones

Gráfico 15: Principales productos exportados por China al mundo 2012



Fuente y elaboración: PRO ECUADOR, 2012

Gracias a un reporte presentado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador (PROECUADOR), se puede apreciar la ilustración 6, la misma que refleja la lista de los principales productos exportados por China al mundo en miles de dólares y en término FOB. Liderando a este grupo se

encuentran las máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento digital, seguido de los teléfonos móviles, la mayoría de los productos exportados tiene que ver con procesamiento de equipos electrónicos e información, gracias al poder tecnológico de este país.

4.3 Análisis social

China, es un país multiétnico considerado el más poblado del mundo, con 1.351 mil millones de habitantes en el 2012, según el Bando mundial (BM). Su capital es Pekín, como idioma oficial se encuentra el mandarín y su moneda principal es el Renminbi.

El país se articula en tres niveles, a nivel provincial, distrital y cantonal; Las municipalidades de Pekín, Tianjin y Shanghái son consideradas como las mayores urbes del mundo, por su parte Hong Kong y Macao, mantienen una gran autonomía como regiones administrativas especiales, por su propios sistema económico y judicial. (China.org, 2012)

Es preciso indicar que cada una de las estadísticas que se presentarán en el presente, se extraen de datos oficiales publicados por el Banco Mundial.

4.3.1 Densidad poblacional

La densidad poblacional es definida como la población a mitad de año dividida por la superficie territorial en kilómetros cuadrados de un país. Los datos de la población incluyen a todos los residentes independientemente de su estado legal o de ciudadanía, excluyendo los refugiados no asentados permanentemente en el país de asilo, que suelen considerarse parte de la población del país de origen. En cuanto al área de tierra es la superficie total de un país, excluye la superficie cubierta por masas de agua interiores, los

derechos del país sobre la plataforma continental y las zonas económicas exclusivas. (WebAcademia, 2013)

Tabla 7: Densidad poblacional por año China

AÑO	DP	CREC
2003	138.13	
2004	138.95	0.6%
2005	139.77	0.6%
2006	140.55	0.6%
2007	141.29	0.5%
2008	142.02	0.5%
2009	142.72	0.5%
2010	143.42	0.5%
2011	144.10	0.5%

Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: Banco Central del Ecuador

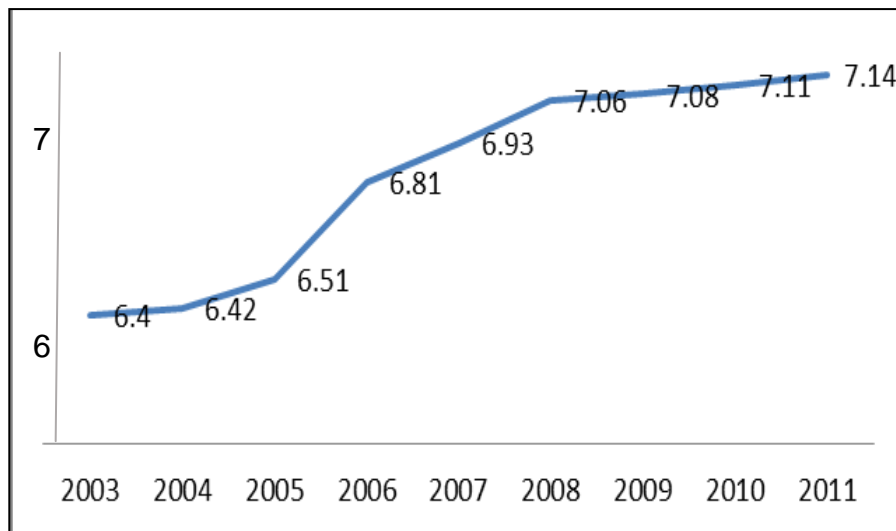
En los últimos 10 años, China ha mantenido una población por kilómetro cuadrado de 141 habitantes en promedio, sin embargo al paso de los años el porcentaje de crecimiento ha disminuido.

Pese a que China es el país más poblado tiene una densidad manejable (en comparación con un Singapur que tiene una densidad de 7.723 hab.) debido a su extenso territorio, no obstante según el Censo 2010 realizado en China, su distribución es desequilibrada, pues en el litoral su densidad puede llegar hasta más de 400 personas, en zonas centrales a más de 200 y en el noroeste a menos de 10. Esto podría estar generando que en ciertos sectores del país asiático se produzca deterioro de la vida urbana.

4.3.2 Tasa de mortalidad y esperanza de vida

La tasa bruta de mortalidad es la cantidad de muertes en un año, por cada 1000 habitantes, estimada a mitad de año. Si a esta tasa se le disminuye la tasa bruta de natalidad ofrece la tasa de incremento natural, que es igual a la tasa de crecimiento de la población en ausencia de migración. (BM, 2013).

Gráfico 16: Tasa de mortalidad anual China 2003-2012



Fuente: Banco Mundial
Elaboración: Samanta Andrade

La tasa de mortalidad que China presenta es baja, y es que mientras más desarrollado sea un país, las probabilidades de muertes o enfermedades disminuyen, incluso, según datos de la CIA, en el 2012 de los países Asiáticos China es el que menor tasa de mortalidad posee.

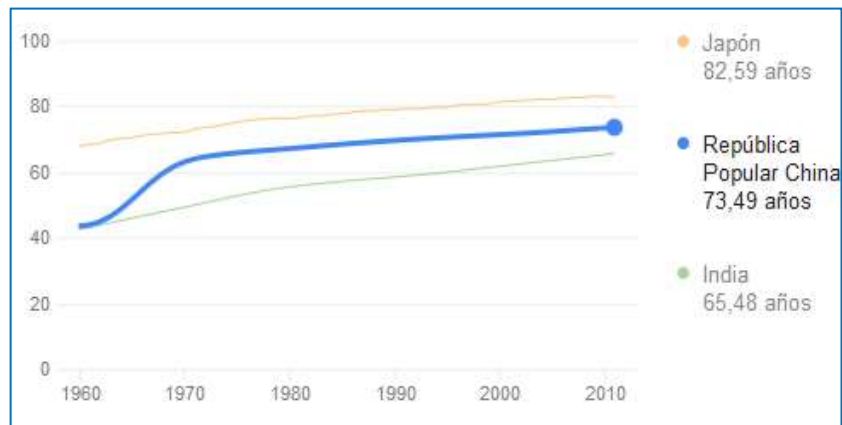
Gráfico 17: Tasa de mortalidad principales países asiáticos 2012



Fuente y elaboración: CIA Factbook, 2012

Para completar este análisis se presentan gráficos y tablas referente a la edad promedio de esperanza de vida que mantienen los ciudadanos de China, la cual es inversa a la tasa de mortalidad, puesto que a mayor esperanza de vida, menores probabilidades de mortalidad existen.

Gráfico 18: Esperanza de vida China 2011



Fuente y elaboración: Banco Mundial, 2011

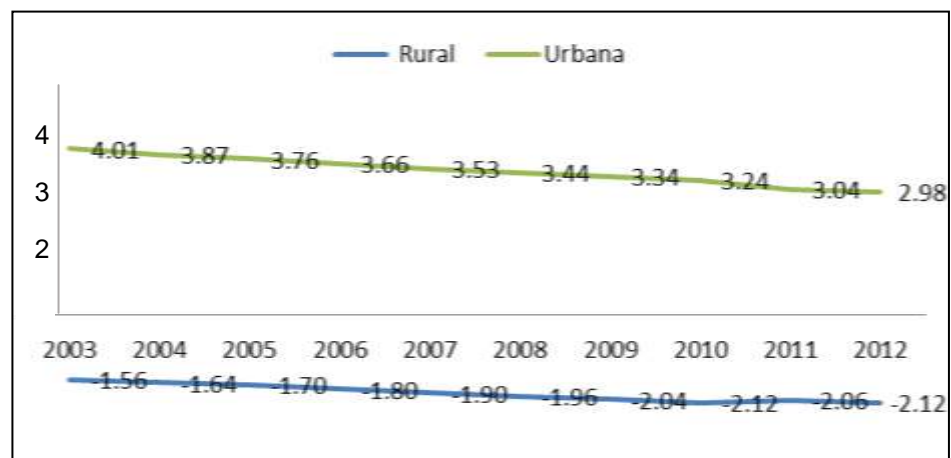
Los últimos datos que presentó el Banco Mundial en el 2011, indicaron que la esperanza de vida de China se encuentra en 73,49 años y que el transcurso de 1960 al 2010 ha ido incrementando, gracias a la inversión que el gobierno local ha realizado en la parte social, no obstante, la esperanza de vida en Japón y

países europeos es mayor que la de China, y se encuentra sobre los 80 años de edad.

4.3.3 Crecimiento de la población

Crecimiento demográfico (% anual) corresponde a la tasa exponencial de aumento de la población a mediados de año, contabilizado desde el año t-1 a t, expresado como porcentaje. (BM, 2012)

Gráfico 19: Crecimiento de la población rural y urbana China (2003 - 2012)



Fuente: Banco Mundial
Elaboración: Samanta Andrade

El crecimiento de la población China en los tres últimos años se ha encontrado en el 0,48%, sin embargo si indagamos en esta cifra acerca del crecimiento en la zona rural y urbana se podrá notar que la zona rural es menor en comparación con otros países, y es que China ha sufrido un proceso de urbanización acelerado debido a las fuertes políticas estatales, y es que el plan quinquenal del gobierno chino empuja más el proceso de urbanización, para de esta forma promover el desarrollo de las regiones centrales y occidentales más pobres. (Diario La tercera, 2011).

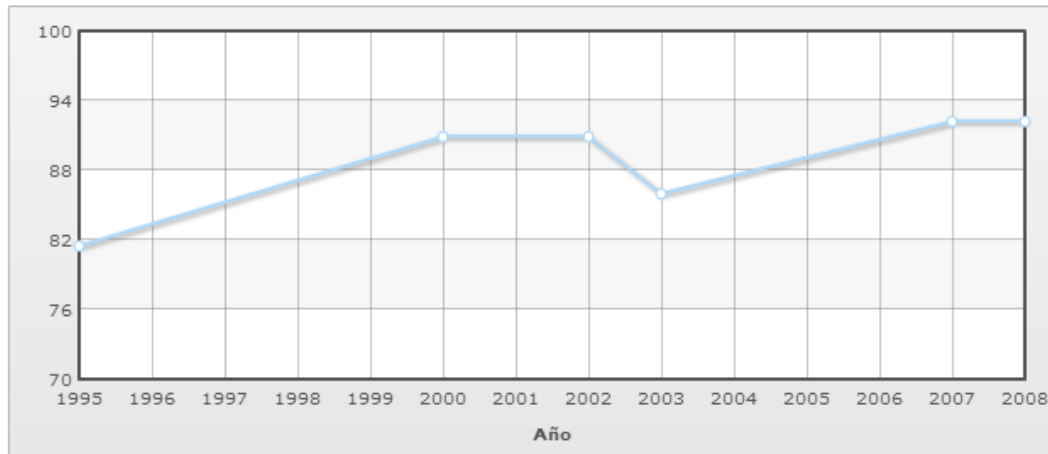
Este hecho es un desafío para China, incluso para con sus propios ciudadanos, y es que a propósito, más de 10.000 protestas se dan al año, debido al malestar de los agricultores por las continuas confiscaciones de sus tierras. Los analistas sostienen que “cada año, entre 2,5 y 3 millones de agricultores pierden sus tierras por el desarrollo y reciben una compensación insuficiente”. (Diario La tercera, 2011).

Li Jianmin, un experto en demografía de la universidad de Nankai de Tianjin indicó que en los próximos veinte años, la población urbana china alcanzará 75% de la población total, esto podría traer consigo un crecimiento urbano desenfrenado lo que generará una demanda colosal en términos de infraestructuras, transporte, energía, tratamiento de agua, entre otros. (Diario El Universo, 2012)

4.3.4 Tasa de alfabetización

Una variable importante a analizar es la tasa de alfabetización existente en China, puesto que da a conocer la capacidad que poseen los integrantes de dicha nación, para leer y escribir. Este índice se basa en porcentajes de la Oficina del Censo para el total de la población, varones, y mujeres. No hay definiciones universales y normas de la alfabetización. (Index Mundi, 2001)

Gráfico 20: Tasa de alfabetización China (1995-2008)



Fuente: CIA World Factbook

Elaboración: Index Mundi (Index Mundi, 2001)

Antes del 2000 China registró contar con alrededor de 80 millones de analfabetos, lo que lo condujo a posicionarse en el octavo puesto entre diez países analizados en un informe de la UNESCO publicado. (China Internet Information Center, 2011)

Aunque las estadísticas indican que China ha mantenido un beneficioso referente a la alfabetización universal de su población adulta, la población no alfabetizada del país sigue siendo una de las mayores del mundo.

Tang Qian, asistente director-general de la sección de educación de la UNESCO en un foro realizado en Pekin, en el 2011, indicó que China cuenta con el mayor sistema educativo del mundo y la mayor población entre los países en vías de desarrollo, por lo que cuando China registra avances, el resultado para las estadísticas mundiales es portentoso.

4.4 Análisis tecnológico

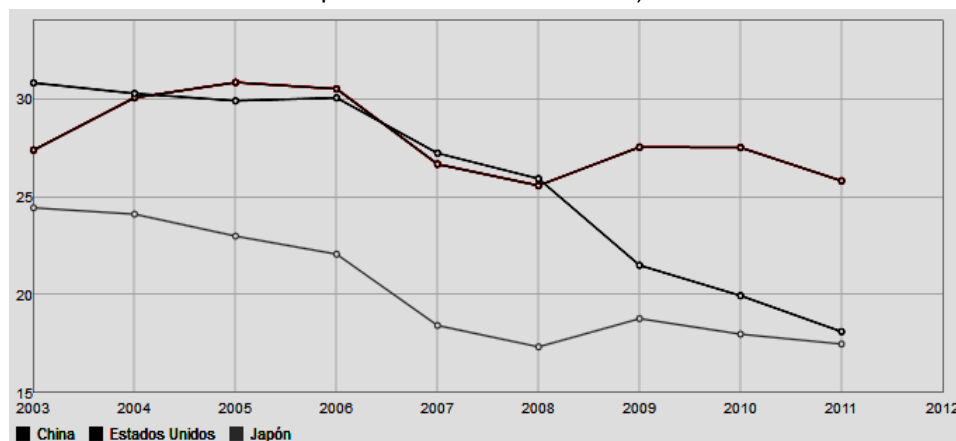
La tecnología china fue, desde el siglo V, una de las más innovadoras, entre sus primeros desarrollos exitosos encontramos: la obtención del primer explosivo por vía química, la pólvora de cañón, el empleo del compás magnético la

brújula, la invención de la imprenta y el papel, el descubrimiento de la seda, de la porcelana, entre otros.

Los recursos utilizados en investigación y desarrollo llegaron a 14,022 millones de dólares, para un aumento de 11,3% sobre el año 2011, y un 1,1% del PIB, incluidos 894 millones de dólares para la investigación básica. A fin de año, las empresas e instituciones de propiedad estatal contaban con 28,48 millones de empleados y técnicos especializados de diversos tipos de labores.

En 2002, fueron atendidas 252.632 solicitudes de patentes nacionales y extranjeras y ratificadas 132.401, para un aumento del 24% y 16%, respectivamente, sobre el año anterior. En todo el país, se firmaron 230.000 contratos tecnológicos, por valor de 88.000 millones de yuanes, lo que significa un incremento del 12,5% sobre el año anterior.

Gráfico 21: Exportaciones de productos de alta tecnología (% de las exportaciones de productos manufacturados)



Fuente y elaboración: Banco Mundial

El gráfico previo presenta la evolución de las exportaciones de alta tecnología que se han presentado en países como Japón, China y Estados Unidos y tal como se aprecia, las exportaciones de tecnología de China sobre el total de exportaciones de productos manufacturados representan una inversión más lata con respecto a sus semejantes (en tecnología).

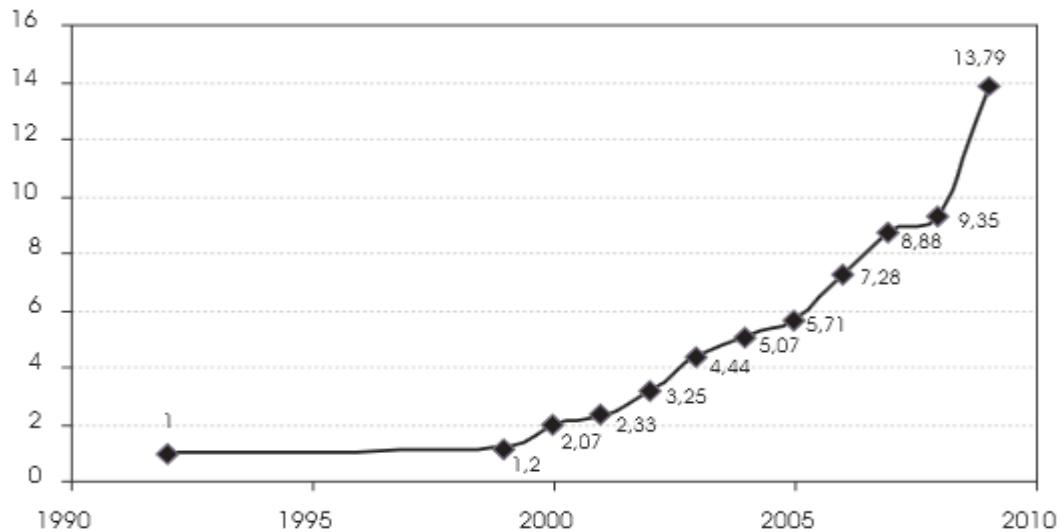
CAPÍTULO V ESTUDIO DE LA INDUSTRIA AUTOMOVILÍSTICA EN CHINA

En Asia, por ser considerada una industria estratégica, la industrialización es responsabilidad conjunta del Estado y las empresas privadas, países como Malasia, Indonesia, India y China han privilegiado la creación de una industria automotriz nacional. La Organización Internacional de Constructores de Automóviles en su página web oficial publicó que la industria de automóvil continúa creciendo, registrando un 30% de incremento, con respecto a la década pasada (1995-2005).

En este capítulo se pretende conocer las recientes tendencias que existen en China, a fin de entender su mercado.

5.1 Antecedentes de la industria del automóvil

Gráfico 1: Crecimiento en la producción de vehículos en China



Fuente y Autor: China Automotive Industry year Book.

China inició la producción de automóviles desde la década de los treinta, sin embargo salió a flote en 1953 con la construcción de la primera fábrica automotriz First Auto Works (FAW), partir de 1958 numerosos gobiernos locales, siguiendo la política de búsqueda de independencia de las provincias, realizaron inversiones para la fabricación de vehículos, llegando el número de empresas a 1950 en el año 1976, ya fue en la década del 90 cuando alcanzó un magnifico crecimiento. A mediados de la década de los 70 se constituyó la Second Auto Works, lo que desencadenó una producción de 25.100 vehículos, en su mayoría camiones o vehículos de servicio para la comunidad como ambulancias. (Harwit, 1995)

La segunda etapa de la industria de automoción en China, desde 1979 a 1993, se caracteriza por la implantación de políticas de reforma económica, apertura al exterior y el cambio de una planificación centralizada de la producción a una economía de mercado. Las autoridades chinas comenzaron a promover la especialización y coordinación de fábricas automotrices y para 1999 China ya contaba con 2.391 fábricas, empleando a más de 1.8 millones de personas, en este año ese país logró magnificas utilidades. Para el 2000 la industria alcanzó 4.600 millones de dólares y utilidades de más de 2000 millones (Harwit, 1995). El 2004 fue el mejor año para China, puesto que logró una producción de más de 5 millones de vehículos, tal como se aprecia en la gráfica. (Sequerós, 2004)

5.2 Estrategias del desarrollo

Varios especialistas económicos atribuyen el éxito de la industria automotriz china a las iniciativas de su gobierno, quien a partir de 1996 comienza a considerar al mercado automotriz como industria prioritaria y especula crecimientos considerables en su producción y consumo, sin embargo, fue a finales del 2001 cuando la industria China se disparó, gracias a su admisión en la Organización Mundial del Comercio, donde además se ahondaron las

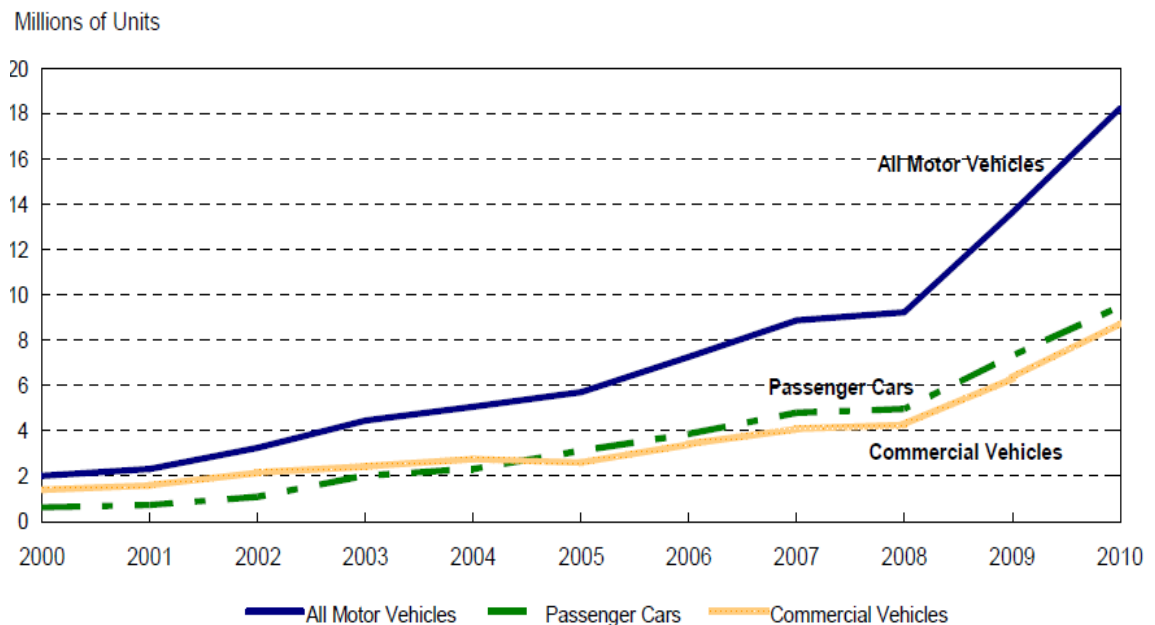
reformas de apertura, la producción y venta de automóviles. Ese mismo año se presenta el plan quincenal del gobierno chino para el 2001- 2005, el mismo que centra sus expectativas en el crecimiento del mercado de automóviles, donde se buscaría máximo tres grupos automotrices internacionales y competitivos, los cuales tendrán el 70% del mercado y los servicios. “Se conformarán de 5 a 10 grupos de autopartes con habilidades competitivas primarias y los tres más importantes productores de partes estratégicas tendrán el 70% del mercado doméstico”. (Zhu, 2001)

Como el sector automoción ha sido históricamente un sector clave para el Gobierno chino, resultando en la actualidad el más importante de ese país, las ayudas a la industria automovilística continuaron en el 2011, donde en esa ocasión el gobierno presenta su 12avo Plan Quinquenal. (Department of Foreign Affairs and International Trade, 2001)

En el 12avo Plan Quinquenal se designan los automóviles de “energías alternativas” y sus componentes, como una de las siete industrias emergentes y estratégicas en las que China posee expectativas de crecimiento como líder mundial para el 2030. El Gobierno chino proyecta invertir 1,5 billones \$ US en estos siete sectores en los próximos 5 años para que alcancen unas tasas de crecimiento del 35% anual. Los componentes a los que el plan hace referencia incluyen baterías, motores eléctricos, sistemas de control electrónico y pilas de combustible. Al centrar sus políticas de apoyo en esta nueva área de crecimiento del sector automovilístico con importante respaldo gubernamental, China espera superar su histórica desventaja tecnológica en esta industria. (ICEX, 2012)

5.3 Desarrollo de la industria

Gráfico 23: Producción de vehículos en China, por tipo (2000-2010)



Fuente: Ward's Automotive Yearbook, 2001-20011

Elaboración: (Tang, 2012)

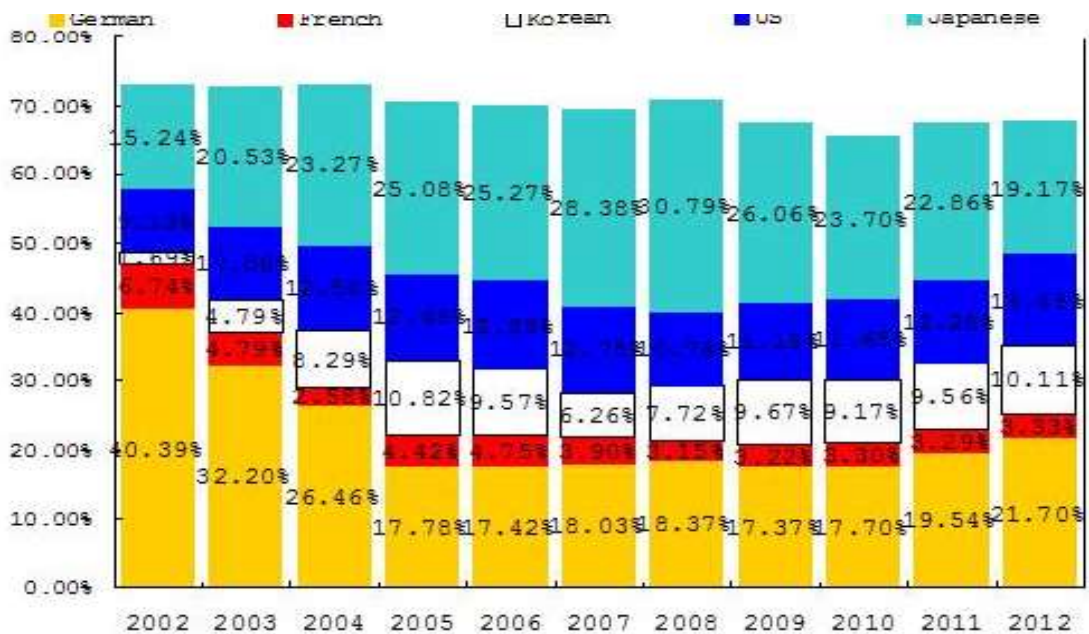
La producción de vehículos pasajeros en China aumentó moderadamente en un cuarto de la producción total de vehículos en 1994, y del 2000 al 2001 un 30%. Después de esto, la producción de vehículos tuvo un rápido crecimiento. A partir de 2005, más vehículos de pasajeros que comerciales, se habían producido.

La ilustración muestra la rápida evolución que tuvo la industria de vehículos en China, sobre todo en la producción de vehículos pasajeros y comerciales (una categoría que en China comprende turismos, monovolúmenes, todoterrenos, camionetas y furgonetas) la misma que ha mantenido un crecimiento casi equiparado hasta finales del 2010, pues los vehículos pasajeros han liderado el mercado, todo gracias a las políticas del gobierno de promover el consumo local, sobre todo en el 2009, cuando el gobierno de Pekín introdujo un paquete

de estímulo incluyendo incentivos fiscales para la compra de vehículos de producción china con cilindrada igual o menor a 1.6 litros. Esta iniciativa impulsó las ventas de automóviles posicionando a China como el mercado más grande del sector automovilístico, superando a Estados Unidos.

En el 2010 las ventas de vehículos de pasajeros (Passenger cars) ganaron un 5,19% interanual con 14.472.400 de vehículos vendidos. En cuanto a la producción, la cifra alcanzó las 14.485.300 unidades, un 4,32% más que el año anterior. En el caso del mercado de autos de turismo (Commercial vehicles), las ventas se incrementaron en la categoría de sedans un 6,62%, alcanzando los 10 millones. En el 2012 las ventas de "vehículos de pasajeros", volvieron a aumentar, esta vez en un 6.8%, es decir, 14 millones de unidades, aunque se espera que la cifra total supere los 19 millones. (Expansion, 2013)

Gráfico 24: Venta de fabricante internacionales en el mercado Chino (2002-2012)



Fuente y elaboración: Global Auto Sources Gasgoo.

El gráfico presenta las ventas anuales que han tenido las empresas internacionales insertas en el mercado automotriz chino. Desde que China

ingresó en la OMC, los fabricantes de automóviles extranjeros comenzaron a llegar al país, aprovechando la alta demanda de los consumidores para los vehículos nuevos. En el 2002 las industrias de origen alemán eran quienes dominaban la industria China, sobre todo gracias a Volkswagen, una de las más grandes fabricantes en China. También fabricantes de EE.UU. se encuentran entre los más fuertes, según las estadísticas recopiladas por Gasgoo.com (chino), las ventas de automóviles de marcas estadounidenses fabricados en China han crecido constantemente en los diez años desde que China se unió a la Organización Mundial del Comercio. La General Motors joint venture Shanghai es uno de los mejores ejemplos de los éxitos de los fabricantes estadounidenses han hecho en el mercado chino. En 2002, las ventas anuales de vehículos de la marca de Estados Unidos totalizaron sólo 115.180 unidades, una fracción de los más de 1,77 millones las ventas realizadas el año pasado.

Se puede observar en la gráfica que las ventas de automóviles de la marca de Estados Unidos comenzaron a recuperarse y ganar participación en el mercado Chino desde el 2007, dejando en su secuencia a Alemania, esto gracias a las estrategias de marketing eficaces que vio la introducción de varios nuevos modelos en China. Por otro lado, no cabe duda que los fabricantes japoneses son los que han logrado mayor concentración en el mercado chino, desde el 2005 los entraron con fuerza al sector automovilístico chino, destituyendo del liderazgo a Alemania. (Gasgoo, 2013)

5.4 Composición de la industria en el 2012

La estructura de la industria automotriz china está integrada por dos principales conjuntos: El primer conjunto se caracteriza por firmas extranjeras constituidas por medio de Joint ventures, estas terminan siendo empresas estatales y el segundo grupo está constituido por los fabricantes de vehículos independientes,

es decir, compañías privadas que por lo general son de capital chino. (Zacnicte Esparza, 2008)

El sector de la automoción en China también está fragmentado territorialmente en cuatro grandes zonas: la zona noreste (provincias de Jilin, Liaoning, Pekín y Tianjin), zona costa central (ciudades como Shanghai, Jiangzu y Zheijang), la zona sur (Guangdong) y la zona central del país (Hubei), en las cuales, las industrias se han desarrollado sobre las empresas de grupos estatales. (Sanchez, Juan Carlos, 2010)

5.5 Crecimiento de la Industria

Gráfico 25: Ventas 2012 de principales empresas automovilísticas

Automaker	Sales in 2012
FAW-VW	1,360,000
Shanghai-GM	1,390,000
Shanghai-VW	1,280,000
Beijing-Hyundai	860,000
Toyota	840,000
Chang'an (microvan)	600,000
Great Wall Motor	620,000
Geely	480,000
Dongfeng-Yueda-Kia	480,000
DPCA	440,000
Dongfeng-Honda	280,000
Hawtai	50,000
Dongfeng Aeolus	60,000
GAC Motor (Trumpchi)	32,000

Fuente y elaboración: China Automotive Review

En el 2010 el mercado doméstico de automóviles era dominado por Chana, FAW y SAIC, sin embargo camiones y buses eran parte de un significativo porcentaje del mercado, FAW y Dongfend dominaban la rama de vehículos comerciales, casi del 60% de los vehículos de Chana eran camiones y buses,

no carros pasajeros, en esta última división se encontraba liderando Chery, Geely, SAIC, and Build Your Dreams Company (BYD). (Tang, 2012)

En cuanto respecta a las ventas en unidades de las principales manufactureras de autos en China en el 2012, Shanghai-GM fue la que más ventas registró, con aproximadamente 1 millón 390 mil unidades, en segundo lugar FAW-VW con 1 millón 360 mil unidades, justamente estas dos líderes son parte de joint ventures. En el caso de las empresas independientes las que más ventas registraron fueron Great Wall y Geely.

5.6 Joint ventures

A partir de que el gobierno chino comenzó a comprender que el mercado de automóviles contenía una estructura bastante sofisticada en relación con la industria local, decide abrir su mercado a compañías internacionales, sin embargo, para no afectar la industria local, solo se permitió la entrada internacional por medio de alianzas estratégicas. (Tang, 2012). La inversión extranjera en China entró de las siguientes formas (Economist Intelligence Unit, 2008):

- A mediados de los 80 y a finales de los 90 el mercado de China fue dominado por tres Joint ventures (Jv) internacionales: Volkswagen (VW) con Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC) y la First Automobile Works (FAW), y PSA Peugeot Citroen joint venture con Dongfeng Motor.
- Desde finales de 1990 al 2001, GM y Honda entraron en el mercado, y después de la adhesión de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en el 2001 lo hicieron otras compañías internacionales.

El objetivo de estas alianzas estratégicas era el intercambio de marcas, estrategias, y sobre todo innovación tecnológica, de esta forma las compañías

locales adquirirían experiencia, mientras que las internacionales obtenían la oportunidad de conquistar y crecer en un mercado basto como el de China. (Álvarez Medina, 2007).

Una de las condiciones que debían cumplir las Joint Ventures era que debían contar con propia investigación y desarrollo, con productos que cubran los estándares técnicos de calidad mundial, dar estatus preferencial para partes domésticas y componentes y además el socio chino debía poseer por lo menos el 50% de las acciones. (Owen, 2002: 5-9)

Gracias a un estudio realizado en el 2000, a continuación se presenta la cuota de mercado que tenía en ese entonces los Joint ventures:

Gráfico 26: Aspectos importantes de los principales Joint ventures en China, en el 2000

Joint Venture	Socio Local	Socio Extranjero	Año	Cuota de mercado 2000
Shanghai Volkswagen	Shanghai Automotive Industry Group (SAIC)	Volkswagen	1985	35.6 %
FAW-VW	Fisrt Auto Works (FAW)	Volkswagen	1985	17.8 %
TAIC	Tianjin Automotive Industry Group (TAIC)	Daihatsu Toyota	1987	14.9 %
Dongfen Citroen	Dongfeng Motor	Citroen	1992	8.9 %
Changan Suzuki	Changan Automovile	Suzuki	1993	8.9 %
Shanghai GM	SAIC	General Motors	1998	5.0 %
Guangzhou Honda	Guangzhou Auto Group	Honda	1998	4.9 %
Beijing Jeep	Beijing Automotive Industry Group	Daimler Chrysler	1984	1.0 %

Fuente y elaboración: Cámara de Comercio de la Industria de Zaragoza (Sequerós, 2004)

Más que enfocarse en la cuota del mercado que cada Joint Venture tenía en el sector automovilístico de China, la tabla pretende dar a conocer los principales socios locales que conforman los grupos de joint ventures, su socios

estratégicos y años de constitución, de esta forma se mantiene un conocimiento amplio de la composición de cada corporación, a continuación se detallan las características de las tres principales manufactureras Joint ventures de China.

➤ **First Automobile Works Corporation (FAW)**

Antecedentes

First Automobile Works (FAW). Considerado uno de los tres mayores grupos productores automovilísticos de China y pionero automotriz en el país asiático. Es una compañía estatal, situada en Changchun y especializada en la fabricación de automóviles, buses, livianos, pesados y extra pesados camiones de carga, además de auto partes. Esta industria comenzó en 1956 con la fabricación de tractores y motocicletas, seguido en 1958 con la fabricación de carros pasajeros. Para 1988 inicia una reestructuración, donde no solo amplía su gama de productos a fabricar, sino también realiza un cambio de nombre institucional, pasando a convertirse en 1992 en FAW Group Corporation, la reestructuración duró hasta el año 2002. (Chinesechampions.com, 2012)

En la actualidad Cuenta con más de 14 filiales en toda China, y se posicionó en el 2012, en el lugar número 22 como una de las más grandes y prestigiosas empresas, según la reconocida revista Forbes “WorldMostPrestigiousEnterprises”. (Marimán, 2013).

Mercado y marcas

FAW funciona por medio de alianzas estratégicas (Joint ventures) con muchos fabricantes de vehículos líderes a nivel mundial, su primer Joint Venture fue con Volkswagen AG, seguido de General Motors, Mazda Motor Corporation y Toyota Motor Corporation. Sus marcas principales son Hongqi y Jiefang (camiones). Aunque sus Joint Ventures con Toyota y VW (fabricanel Jetta) son las que tienen un mayor volumen de ventas. Entre sus

principales marcas se encuentra: LONKING (tractores y montacargas) y YOTONG (buses). (Chinesechampions.com, 2012).

Tecnología

FAW sigue la filosofía japonesa “JUST IN TIME” lo que le permite mejorar los niveles de inventarios en fábrica, reducir enormemente los costos operativos y mejorar su capacidad de almacenamiento. (SINOMAQ, 2012)

Su R&D center (centro de investigación y desarrollo), está especialmente centrado en la mejora de sus motores, transmisiones, ejes, carrocerías y electrónica automotriz. Según FAW en este 2013 invertirá 1,15 mil millones (7.2 billones yuan) en productos de investigación y desarrollo, con un total de 35 billones yuan desde el 2011 al 2015. FAW también lleva a cabo investigaciones en el campo de sistemas de motores diésel electrónicamente controlados y sistemas de propulsión híbridos. Este nuevo campo de la tecnología se convertirá en una de las zonas más importantes de la compañía en el futuro. FAW tiene previsto centrarse en la mejora de sus motores, transmisiones, ejes, carrocerías, y electrónica automotriz. (Chinadaily.com, 2013)

Crecimiento

Desde la entrada de FAW al Mercado internacional, ha exportado más de 100 mil vehículos para más de 140 países, incluyendo Sur África, donde recientemente invirtió \$100 millones, para construir una fábrica de vehículos de arte en la región Oriental. (FAW Corporation, 2012)

En el 2012 FAW produjo más de 706 mil vehículos, lo que lo condujo a ser considerado como la segunda compañía de carros más grande de China, como dato importante, de la producción total obtenida en ese año, el 64% correspondió a la producción de automóviles pasajeros, con más de 480 mil unidades. (OICA, 2013)

De acuerdo a las estadísticas de la Asociación del Mercado de automóviles de pasajeros nacionales (en lo sucesivo por la Federación) en el 2012 el Grupo FAW de marca independiente tuvo ventas de 305.210 unidades, un 24% menos con respecto al año anterior, esto debido a las condiciones económicas desfavorables del mercado chino.

➤ **Shanghai Automotive • Industry Corporation (SAIC).**

Antecedentes

SAIC Motor Corporation Ltd. es una empresa de fabricación de automóviles de propiedad estatal, con sede en Shanghai. Su nombre proviene de Shanghai Automotive Industry Corporation. La compañía es una de las empresas de fabricación de automóviles más antiguas de China y en la actualidad uno de los "Cuatro Grandes" fabricantes de automóviles chinos.

Esta empresa tuvo sus comienzos en 1955, y en ese entonces sólo contaba con capital chino; sin embargo para 1980 la compañía comienza a utilizar los joint ventures como un mecanismo para su desarrollo y para poder competir con las grandes transnacionales automotrices. La compañía llegó a un importante fabricante de automóviles en la década de 1980, cuando empezó a colaborar con Volkswagen. En 1985, las dos compañías establecieron su joint ventures, Shanghai Volkswagen Automotive Co. Ltd.. Convencido por el éxito de esta cooperación, SAIC repite esta estrategia y formó otra principal empresa conjunta con General Motors en 1997, la Shanghai General Motors Co Ltd.

Desde la década del 2000, la compañía inició una estrategia de adquisición expansiva, primero este participó en la adquisición del fabricante coreano Daewoo por General Motors, más tarde, participa en la adquisición del entonces enfermo fabricante coreano de automóviles SsangYong Motor, obteniendo un 48.9% de participación, en la empresa. (SAIC Motor Corporation, 2013).

Mercado y marcas

Entre sus marcas reconocidas se encuentra Maxus, MG y Roewe. Además, SAIC estableció empresas conjuntas con las grandes empresas internacionales, los principales productores bajo SAIC Motor incluyen la compañía de vehículos de pasajeros, la compañía de vehículos comerciales, Shanghai Volkswagen, Shanghai GM, SAIC-GM-Wuling, Nanjing Iveco, SAIC-Iveco Hongyan-, Shanghai Sunwin, etc.

En el 2012 SAIC aceleró sus pasos en innovaciones para cultivar su competitividad. Lanzó al mercado bajo sus propias marcas de automóviles pasajeros, dos nuevos productos de la competencia en el mercado con éxito: El 950 Roewe ", la primera opción de los ejecutivos", y el MG5 , el " sedán británico interclasista". Su marca MAXUS entró recientemente al mercado internacional, específicamente a Malasia y Sudáfrica. La compañía también ha trabajado con sus empresas conjuntas para el desarrollo de sus propias marcas, como Baojun, una marca de SAIC-GM-Wuling, cuyas ventas en el primer semestre de este año fueron de 40.000 unidades. (SAIC Motor Corporation, 2013)

Crecimiento

El 2012 fue el primer año de operaciones oficiales para SAIC Motor, después de haberse catalogado como un todo, de enero a junio las ventas de automóviles de la compañía alcanzaron un récord que es la razón fundamental de su crecimiento sostenido. La compañía vendió 2.233.000 unidades de vehículos de producción local con un crecimiento anual del 11,4%, cifras que permiten que SAIC lidere el mercado en China. La tasa de crecimiento de SAIC fue de 8,7% superior a la media nacional, y su cuota de mercado se incrementó a un 1,4 %, llegando a 22,4%. (Munich Innovation Group, 2013)

La tasa de crecimiento de la corporación es superior a la media del mercado, principalmente por tres aspectos : en primer lugar , el negocio de automóviles de pasajeros, Shanghai Volkswagen (SVW), Shanghai General Motors (SGM) y otras empresas, se comprometieron a comercializar y aprovechar plenamente el potencial de los mercados regionales, así como a impulsar el crecimiento de las ventas. En segundo lugar, en cuanto a los vehículos comerciales, mini coches y camiones livianos de la corporación, ejercían plenamente sus ventajas integradas, mientras que el segmento de mercado global se encontraba en una recesión. Las ventas del "campeón mini-coche " SAIC -GM- Wuling superaron 750.000 unidades, con un crecimiento anual del 15.9%, ampliando aún más su ventaja de líder en el mercado. En tercer lugar, el sector de financiación de vehículos de la empresa de servicios y las empresas relacionadas con el comercio, trabajaron con los productores del vehículo para explorar el mercado y proporcionar un fuerte apoyo a las ventas de los vehículos enteros. (SAIC Motor Corporation, 2013)

Tecnología

SAIC Motor aumentará su conciencia de innovación y responsabilidad, y trabajará duro para mejorar la competitividad de la base y las operaciones internacionales. Gracias a este concepto la nueva industria de la energía es parte importante de los esfuerzos de SAIC Motor en innovaciones y también una medida importante para llevar a cabo la estrategia energética nacional. En abril del 2012, E50 coche puro eléctrico de SAIC Motor y "Marca Shanghai" coche de pila de combustible, ha participado en el evento más grande de la industria internacional. Hannover Messe, representó a la industria automotriz china, para mostrar el poder de la tecnología y las capacidades de desarrollar nueva energía automotriz, lo que ayudó a construir una buena imagen del I fabricado en China. (SAIC Motor Corporation, 2013)

La compañía ha establecido un marco global del sistema de investigación y desarrollo para sus marcas propias y bajo las marcas que se encuentran generalmente estancadas en el mercado. El volumen del sello de carros pasajeros de sus propias marcas, rompe inicialmente a través de 200.000 piezas, compactando su posición de liderazgo con respecto a las marcas de propiedad propias, en el mercado de gama alta. (SAIC Motor Corporation, 2013)

➤ **Dongfeng Motor Group**

Antecedentes

Donfeng Motor Corporation es una empresa de fabricación de automóviles de propiedad estatal, con sede en Wuhan, China. Fue fundada en 1969 bajo el nombre de Segunda Automobile Works Co. y después de algunas fusiones fue finalmente nombrado Donfeng Motor Corporation en 1992. En el 2004, Dongfeng Motor Group Co., Ltd (DFG) se crea mediante la incorporación de importantes operaciones comerciales de DFM, incluyendo Dongfeng Motor Co., Ltd, Dongfeng Peugeot Citroen Automóviles Co., Ltd, Dongfeng Honda Automobile Co., Ltd, Dongfeng Electric Vehicle Co., Ltd. y Dongfeng Esquí Vehicle Co., Ltd. DFG

DFM tiene una amplia cobertura del ámbito comercial, dedicada a la fabricación, las ventas y la I + D de los vehículos enteros serie comerciales, vehículos de pasajeros, partes y componentes de automóviles, equipos de fabricación de vehículos y negocios relacionados con automóviles. Es el líder en el segmento de camiones medianos y ligeros. A finales de 2011, los activos totales de DFM ascendieron a 232 mil millones de yuanes RMB y cuenta con 160.000 empleados. (DFM, 2009)

Mercado y marcas

A inicios de la década de 1980, comenzó Dongfeng con varias alianzas, incluyendo a los fabricantes de automóviles chinos, así como varias marcas extranjeras. Ninguna otra compañía china comenzó como muchas colaboraciones con marcas de automóviles extranjeros como Dongfeng. La larga lista de socios extranjeros incluye Volvo, Honda, PSA Peugeot Citroen, Kia Motors y Nissan.

Los competidores de la empresa son especialmente otras empresas de automóviles chinos que se concentran en la fabricación de camiones. Estos incluyen Anhui Jianghuai Automobile Co., Ltd. y Beijing Automobile Works. Los más importantes mercados extranjeros para vender sus vehículos son Vietnam, Paraguay y el Reino Unido. (Chinese champions, 2010).

Los principales productos de la Dongfeng Motor Group incluyen vehículos comerciales (camiones pesados, camiones medianos, camionetas, mini camiones y autobuses, y los motores de los vehículos industriales, piezas de automóviles y equipos de fabricación de vehículos de vehículos comerciales) y los vehículos de pasajeros (sedanes, monovolúmenes, camionetas y motores de vehículos de pasajeros, autopartes y equipos de fabricación de vehículos de vehículos de pasajeros). (DFMG, 2012)

En cuanto a la participación de mercado en el 2012 DFMG tuvo una cuota de 11,2% en términos de volumen de ventas, lo que representa una disminución de aproximadamente 0,5 puntos porcentuales respecto al año pasado. En sus divisiones principales la cuota del mercado en el 2012 fue de la siguiente forma: De vehículos pasajeros de aproximadamente el 11.20%, una disminución de aproximadamente 0,2 puntos porcentuales respecto al 2011. La cuota de mercado de los vehículos comerciales en el 2012 fue de 10,9%, lo que representa una disminución de alrededor de 2,2 puntos porcentuales con relación al 2011. (DFMG, 2012)

Crecimiento

En los últimos años, DFM ha intentado mantener sus ganancias dentro del mercado, sin embargo los esfuerzos no fueron suficientes, puesto que en el 2012 sus ventas se vieron afectadas, con una disminución del 6%.

Tabla 8: Crecimiento en ventas dólares y unidades

TIPO	2012		2011		CRECIMIENTO	
	Ingresos por venta	Unidades	Ingresos por venta	Unidades	Ingresos por venta	Unidades
	Millones		Millones			
Vehículos pasajeros	96042	1740691	94921	1646410	1%	6%
Vehículos comerciales	26831	414754	35473	526313	-24%	-21%
Otros	1163	N/A	1047	N/A	11%	
Total	124036	2155445	131441	2172723	-6%	-1%

Fuente: DFMG Plan anual 2012
Elaboración: Samantha Andrade

Las ventas totales del Grupo para el año fueron de aproximadamente 2.155.400 vehículos, lo que representa una disminución de aproximadamente un 0,8% respecto al año pasado. Tal como la tabla expresa, las ventas de vehículos de pasajeros en el 2012 eran aproximadamente de 1.740.700 unidades, lo que representó un aumento del 5% sobre la cifra del 2011, mientras tanto los vehículos comerciales en el 2012 fueron los que sufrieron la caída, en dólares representó una reducción del 24% y en unidades el 21% con 414 mil unidades, respecto a 525 mil vendidas en el 2011. De acuerdo al reporte anual de DFMG la reducción fue por dos razones: La fuerte competencia local surgida en el 2012, y en especial ha mediado de este año, y por otro lado, el Grupo trató de minimizar los efectos negativos causados por la disputa de las Islas Daioyu reforzando su control interno y re-elaborando estrategias. En cuanto a los vehículos comerciales, el mercado interno se mantuvo estancado debido a las condiciones económicas desfavorables. (DFMG, 2012)

Tecnología

En el principio de su historia, Dongfeng era muy dependiente de sus empresas extranjeras. La mayoría de los vehículos pasajeros fueron fabricados con la ayuda y el know-how de sus socios y, a menudo los coches fueron vendidos bajo una marca diferente. Esto cambió durante la década del 90, la compañía comenzó a gastar más dinero en investigación y desarrollo. Los grandes déficits en comparación con las marcas del extranjero disminuyeron muy rápido y había alcanzado el objetivo de satisfacer la demanda china. En el 2010, Dongfeng presentó su primer coche eléctrico concepto de vehículo en el Auto Show de Beijing, donde muestra su interés por el desarrollo de vehículos eléctricos.

Su primer centro R&D fuera de China se estableció en el 2012, cuando la compañía adquirió el 70% de la ingeniería de la empresa sueca T Engineering AB. (Chinese champions, 2010)

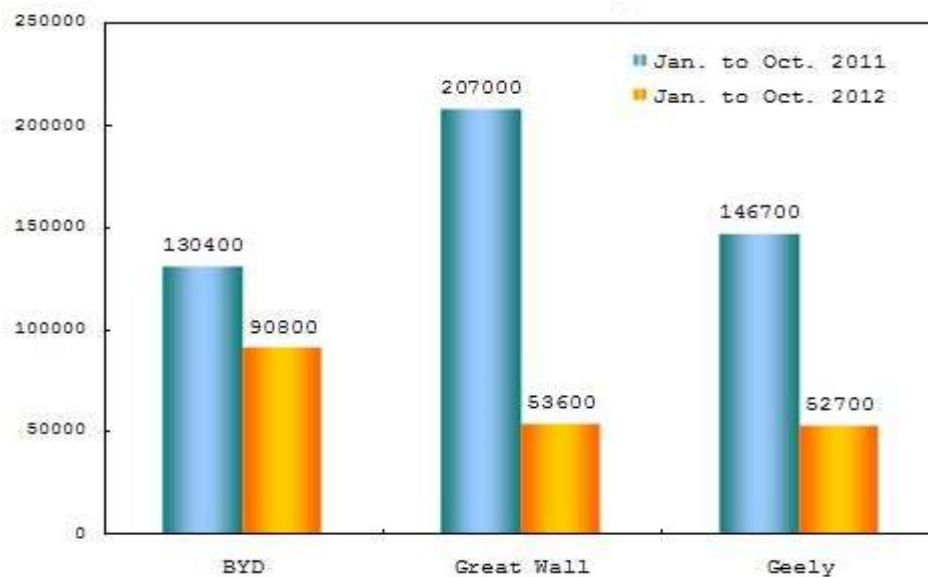
5.6.1 Fabricantes locales

Este grupo corresponde a empresas fabricantes de vehículos con capital chino (Inter. China, 2006). La finalidad es que la industria nacional crezca, en el caso de este grupo es el gobierno local quien otorga beneficios, y el gobierno central lo otorga a las joint ventures. Las principales firmas que lo constituyen son Geely Auto, Chery Automotive, Great Wall y BYD. (China Whisper, 2012), Fortune China ubicó a estas como las empresas chinas más admiradas del Rankings 2013 (el 26 de septiembre): BYD (11), Great Wall (21), Chery (39) y Geely (41). (BYD, 2013)

Por otra parte, para aprovechar la oportunidad económica y enriquecer las regiones, el gobierno local ha implementado nuevas industrias mediante incentivos, como por ejemplo ofreciendo terrenos gratuitamente o

proporcionando subvenciones generosas. Estas iniciativas han sido recibidas satisfactoriamente por empresas como Geely. (Sanchez, Juan Carlos, 2010)

Gráfico 27: Ventas de principales fabricantes locales en China (2011-2012)



Fuente y elaboración: Auto news Gagoo, 2012

En cuanto a los informes de ventas durante los primeros diez meses de 2012, Geely, BYD y la Great Wall han logrado reducir la brecha con Chery, cuyas ventas aún no superan las 100.000 unidades ese año.

➤ Geely Auto

Zhejiang Geely Holding Group fue fundada en 1997, y en la actualidad es considerada uno de los diez principales fabricantes de automóviles en China. Geely se ha desarrollado rápidamente mediante una gestión flexible y constante innovación independiente. Considerada por 7 años consecutivos como una de las principales empresas chinas de 500 empresas, pues pese a su poca madurez en el mercado chino, sus activos totales han superado los 100 millones de yuanes. Geely es reconocida como una de las "Empresas Más Innovadoras en China" y "vehículo completo de exportación base en China".

Geely tiene una planta de fabricación de vehículos completos y de propulsión en Linhai, Ningbo, Luqiao, Shanghai, Lanzhou, Xiangtan, Jinan y Chengdu. La empresa cuenta con más de 1000 distribuidoras en China. (Zhejiang Geely Holding Group, 2011)

En el año 2012 Geely pudo palpar beneficios tangibles gracias a los esfuerzos de su reestructuración, con una demanda interna de automóviles que creció un 7% el año pasado, también tuvo un gran crecimiento en exportaciones, estas ascendieron a 165% respecto al 2011.

➤ **Chery Automotive**

Fundada en el 8 de enero de 1997 tiene sede en Wuhu, provincia de Anhui, en el Este de China. La construcción de su planta comenzó el 18 de marzo de 1997, el primer coche salió de la línea de producción el 18 de diciembre de 1999 y el 27 de julio de 2011, el coche de tres millonésimas de Chery salió de la línea de montaje con éxito. En la actualidad, Chery posee una capacidad de producción anual de 900.000 coches y 450.000 transmisiones. Entre sus principales productos tiene vehículos de pasajeros, comerciales y monovolúmenes. En la actualidad, posee más de 20 modelos Chery disponibles en el mercado, los cuales están diseñados con características que brindan seguridad, ahorro de energía, y son eco amigable. Su I + D de Chery y la capacidad de localización se mejoran día a día, sus productos satisfacen mejor la demanda de los consumidores locales, y sus modelos de alta tecnología se reconocen en la confianza de los consumidores locales. (Chery International , 2013)

En el 2008, el mercado chino de automóviles de pasajeros sufrió la crisis financiera mundial, con un crecimiento año a año por un total de sólo 6.8 por ciento. Las ventas de Chery cayeron 6,5 por ciento ese año.

En 2011, Chery vendió alrededor de 643.000 unidades, tanto en casa como en el extranjero, ganando el título superior entre los fabricantes de automóviles independientes durante 11 años consecutivos. En el mismo año, y en mercados internacionales, Chery vendió alrededor de 160 mil unidades, un 73% año tras año y supera el número de 135.000 en el 2008, lo que forma una cifra histórica. Chery también ganó la medalla de oro de las ventas entre las marcas chinas de propiedad individual por 11 años consecutivos. (Chery International , 2013)

El número total de las exportaciones de Chery desde el año 2001 hasta finales del 2012 han alcanzado más de 700 mil unidades, ha sido el mayor exportador de vehículos de China por 9 años consecutivos. Chery fue honrado como el "Auto de Mejor Marca" de Isfaján Salón Internacional del Automóvil a mediados de mayo. (Chery Bolivia, 2013)

➤ **Great Wall**

Great Wall Motor Company Limited es el mayor fabricante de camionetas China. Son dueños de las marca de Haval y Great Wall, entre su gama de productos se encuentran camionetas, coches pasajeros y tractores. Cuenta con más de 30 filiales, y más de 54.000 empleados, posee cuatro bases de producción de vehículos y una capacidad de producción de 800.000 unidades. GW se centra en el desarrollo, y defiende el concepto de marca de "enfoco, dedicación y especialización", y la construcción de marcas especializadas a través de la operación y gestión especializada.

GW se ha mantenido por delante en los mercados nacionales y extranjeros. En Haval ha conservado el título nacional de ventas por diez años consecutivos de camionetas, tomó la iniciativa en la venta de más de 1.000.000 de unidades marzo 2013 para convertirse en el número 1 de la marca de SUV en China, GW ha liderado el mercado nacional en términos de cuota de mercado y las ventas durante 15 años consecutivos. La compañía se ha clasificado entre los 10

mejores vehículos de pasajeros en términos de ventas por meses consecutivos, y ha contribuido ventas acumuladas de más de 300.000 unidades en un par de años. En cuanto respecta a I+D han optado por una estrategia de "exceso de inversión" para así buscar ventaja industrial. Han invertido más de 4000 millones de yuanes en I + D desde el 2006 y se invertirá un total de 8000 millones de yuanes en 2015. (GWM, 2013)

➤ **BYD**

Fundada en febrero de 1995, BYD Company Limited se especializa en TI, automóviles y nuevas energías. BYD Auto es una de la más innovadora marca de automóviles nacional independiente y lidera el campo de los vehículos eléctricos con tecnologías únicas. El 22 de enero de 2003, ingresó a la industria automotriz tras adquirir la empresa Qinchuan Vehicle Factory, creando BYD Auto. Desde entonces, se establece una fuerte estrategia para hacer de BYD Auto una marca global, basada en la fabricación de vehículos seguros, confiables, de calidad y que entreguen el máximo de confianza a sus usuarios.

En cuanto a su enfoque en la Investigación y Desarrollo de Nuevas Tecnologías, BYD pone en producción múltiples avances tecnológicos propios, creando así el modelo F3e, el primer auto eléctrico de aplicación efectiva y real que clasifica como un vehículo de cero emisiones contaminantes, como así también el vehículo híbrido más poderoso y limpio del mundo. Su elegante diseño y nivel de tecnología, lo hicieron merecedor de 68 distinciones en su primer año de ventas, entre las cuales se encuentran el premio "Mejor Nuevo Modelo" y el premio "Mejor relación Precio-Performance" otorgado por Chinacar Billboard. Es la primera empresa china en ser galardonada con el "Large Enterprise Class Finalists Award" otorgado por la UAE Zayed Future Energy, que ganó el 15 de enero de 2013. (BYD, 2013)

5.7 Políticas del sector automotriz en China

Con la finalidad de conocer los factores que han incentivado el éxito y crecimiento de la industria automotriz china, se citan alguna de las políticas que el Gobierno chino impulsó (ICEX, 2012):

1. Reorganización estratégica de las empresas, combinando la competencia del mercado con el control macro del gobierno
2. Desarrollo armonioso e integral de la industria automotriz y las industrias asociadas
3. Las empresas productoras de automóviles y autopartes, deberán impulsar el desarrollo tecnológico, la investigación y la innovación tecnológica, para desarrollar sus propias marcas.
4. Los nuevos inversores de vehículos terminados, también debían producir los sistemas completos en China. Esta política permanece en aplicación en la actualidad.
5. Los OEMs extranjeros no pueden producir vehículos completos en China a menos que sea a través de una Joint Venture con compañías chinas, lo cual proporciona a los socios locales la capacidad de negociar las transferencias de tecnología.
6. Las empresas deberán especializarse , lograr su independencia tecnológica y con ello tomar bajo su control la producción de partes
7. Promover la integración de consorcios empresariales para lograr su competitividad a nivel internacional, aficionando su costos de producción y de desarrollo e investigación tecnológica
8. Énfasis en protección del medio ambiente y seguridad

9. Énfasis en cooperar con científicos, instituciones de investigación y universidades
10. Las industrias complementarias, deberán apoyar el desarrollo de la industria automotriz e ir a la par de los desarrollos a nivel internacional
11. Especiales apoyos para el desarrollo de aceros para la industria automotriz.

Además el gobierno chino lanzó un plan de reajuste y revitalización de la industria automotriz, para estabilizar las ventas de autos, fortalecer la innovación y mejorar la tecnología aplicada en la industria e incluye apoyos e incentivos fiscales y financieros, como: Reducción del I.V.A, subsidios a la población rural, incentivar la deschatarrización, entre otras (OCAV, 2009).

CAPÍTULO VI

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ ECUATORIANO, Y DESARROLLO DE LAS MARCAS CHINAS EN EL MISMO

Este último capítulo pretende analizar el sector automotriz ecuatoriano, su historia, estructura y desarrollo, así también conocer la expansión que las marcas chinas han logrado en el territorio local. De esta forma se podrá conocer los aspectos y consecuencias del crecimiento de las relaciones automotrices entre china y Ecuador.

6.1 La industria automotriz en Ecuador

6.1.1 Antecedentes de la Industria

En el Ecuador la producción automotriz tuvo sus inicios en la década de los años 50 cuando empresas del sector metalmecánico y del sector textil comenzaron la fabricación de componentes de automóviles. En Ecuador, se han ensamblado vehículos por más de tres décadas, en el año 1973 comenzó la fabricación de vehículos, con un total de 144 unidades de un solo modelo, conocido en aquel entonces como el Andino, ensamblado por AYMESA hasta el año 1980. En la década de los años setenta, la producción de vehículos superó las 5,000 unidades. (CINAE, 2013)

La primera planta en el país, fue Autos y Máquinas del Ecuador S.A. (AYMESA), iniciando operaciones a partir del año de 1973. Luego en 1975, se creó la compañía OMNIBUS BB TRANSPORTES S.A. En 1976, se creó Manufacturas Armaduras y Repuestos del Ecuador (MARESA), la misma que hasta la actualidad ha ensamblado camiones, pick-ups y autos de pasajeros de

marcas reconocidas a nivel mundial, como Mazda y Fiat. (PROEcuador, 2012)

Producción

Ecuador empieza a ensamblar vehículos en el año de 1973, con 144 unidades de producción. En 1988 con el Plan del Vehículo Popular la producción de autos se incrementó en más de un 54%, pasando de 7864 vehículos producidos en 1987 a 12 mil. (CINAE, 2013)

En 1999 por la crisis económica que atravesaba el país, apenas llegó a una producción anual de 9.764 unidades. A partir del 2000 la industria se ha encontrado en alza, logrando entre el 2000 y 2007 un aumento aproximado de la producción anual, del 29%. El año de mayor producción en ese período fue precisamente el 2007, con 59.590 unidades producidas.

Comercialización

El comercio de vehículos ecuatorianos inició en 1992, y presentó un ritmo de crecimiento paulatino, en especial con la crisis del 99. En el 2008 se exportaron 22.774 unidades, una caída de -12% con respecto al 2007. Los destinos principales son Colombia (63%) y Venezuela (32%). En el 2009 las exportaciones registraron una baja del -39% con respecto al 2008. (IDE, 2013)

Exportación

En 1992 se re-estructura la Zona de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador y Venezuela, se abren las importaciones de vehículos, y Ecuador inicia las exportaciones. En 1993, se firma el primer Convenio de Complementación en el Sector Automotor que fue modificado en el año 1999 para adecuarlo a los compromisos con la OMC. (CINAE, 2013)

Importación

La importación de vehículos proviene principalmente desde Corea del Sur, China, Japón, Alemania, Colombia y Brasil (Grupo El COMERCIO, 2012), y según estadística de la Autoridad Puertaria de Manta (APM), entre el 2000 y el 2012 ingresaron tan solo por el puerto de Manta, alrededor de 254.755 vehículos, provenientes mayormente de plantas ensambladoras ubicadas en Asia (60% del total). (El comercio.com, 2013)

6.1.2 Estructura de la Industria

El sector automotriz del Ecuador se concentra en la región Sierra centro. La ubicación estratégica tanto de las ensambladoras como de las empresas autopartistas se debe básicamente a la reducción en los costos de logística. Estas empresas tienen sus plantas de ensamblaje en la Ciudad de Quito. (PROECUADOR, 2012)

Las ensambladoras presentes en el país, General Motors Ómnibus BB GM-OBB, MARESA, AYMESA, y CIAUTO productoras de vehículos de las marcas Chevrolet, Mazda, Kia y Great Wall respectivamente, han logrado ser reconocidos por sus productos de alta calidad, con múltiples destinos de exportación: Colombia, Venezuela, Perú, Centro América y el Caribe. (CINAE, 2013)

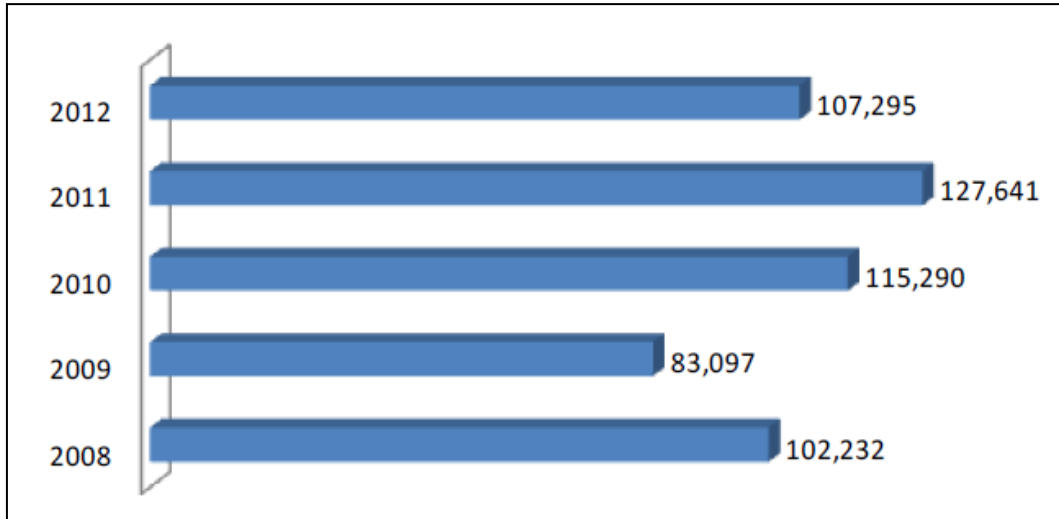
La industria automotriz del país comprende los vehículos completamente armados (CBU) o en partes para ser ensamblados (CKD). Actualmente Ecuador produce los siguientes tipos de vehículos:

- Carros pasajeros: Sedan, motor a gasolina, T/M, de 4 puertas. Tipo hatchback con motor a gasolina, T/M, de 5 puertas, utilitarios tipo jeep 4x4 y 4x2 con motor a gasolina, T/M y T/A. Camionetas con motor a gasolina y/o diesel, de cabina simple y/o doble, 4x4 y 4x2, T/M y T/A.

- Carros turistas: Vehículos para transporte de pasajeros tipo busetas, con motor a diesel, T/M, Buses carrozados y carrocerías para buses de transporte de pasajeros tipo bus urbano, inter estatal, escolar y turístico.
- Fabricantes de autopartes: Llantas y neumáticos, forros. asientos, vidrios, parabrisas, entre otros.

6.1.3 Desarrollo de la industria Automotriz

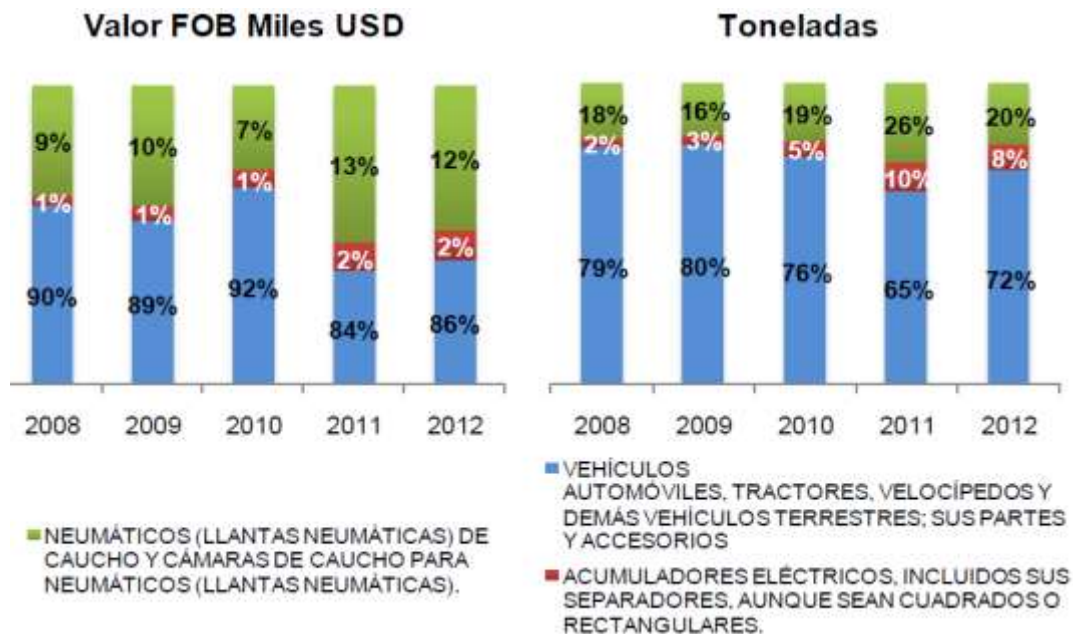
Gráfico 28: Evolución en ventas de Vehículos en Ecuador (2008-2012)



Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial

En el 2009 se observa una caída en ventas de vehículos del 19%, esto por la crisis económica que atravesó el mundo, en el 2010 las ventas crecen un 39%, logrando estabilizar el crecimiento de la industria. En el 2012 con respecto a las 127.641 unidades de venta del 2011, hubo un declive del 16%, debido al surgimiento de las políticas de restricción de importación.

Gráfico 29: Exportaciones ecuatorianas del sector automotriz en dólares y toneladas por grupos de productos (2008-2012)



Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Las exportaciones referentes a esta industria han logrado desde el año de análisis (2008) un crecimiento sostenido del 6.34% anual, sin embargo en cuanto a toneladas el crecimiento fue más pausado, del 0.11%. El país al cual mayormente Ecuador exporta en Colombia, con más de 200 mil productos de la industria. (PROECUADOR, 2012)

Respecto a las exportaciones por grupo de productos, los vehículos representan el mayor porcentaje del total de exportaciones en USD (valor FOB), con más del 90% desde el 2008, seguido de los neumáticos y otros con apenas el 9% aproximadamente, por último el grupo de acumuladores eléctricos ha representado el 1%. En toneladas el porcentaje de representación no es similar a los datos en FOB, no obstante se mantiene el nivel.

Los vehículos automóviles poseen un crecimiento de exportación anual en dólares (valor FOB) desde el 2008 del 5% y una variación del 21%, mientras tanto en toneladas el crecimiento promedio anual fue de 1% con una variación del 5%. El grupo de acumuladores eléctricos en dólares tuvo un aumento promedio anual del 37%, es decir, una variación absoluta de 252% desde el 2008; el monto de exportación en toneladas creció a una tasa anual promedio del 41%, lo que se traduce en una variación absoluta del 292% desde los últimos 5 años. Finalmente, los neumáticos presentan un crecimiento promedio anual del 14% en el monto (en dólares) exportado y la variación absoluta desde el 2008 fue de 68%. El volumen de exportación creció en 28% desde el 2008 al 2012, que equivale a 6% en promedio anual. Para mayor detalle ver Anexo 1.

Según las últimas cifras realizado por la Asociación de empresas automotrices del Ecuador - AEADE, en el 2011 Chevrolet, Hyundai, Kia, Nissan y Mazda lideraron las ventas de ese año.

6.1.4 Aportes económicos de la industria Automotriz en Ecuador

A escala nacional, de acuerdo a la información del Censo Nacional Económico 2010, existen más de 29 mil establecimientos económicos dedicados a actividades de comercio automotriz, el 70% corresponden a aquellos que realizan mantenimiento y reparación de vehículos automotores, mientras que el 30% restante se dedica a la venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores. (INEC, 2010)

Las actividades relacionadas al sector automotriz generan un importante número de plazas de empleo en el país, de acuerdo a información del Censo Económico 2010 se tienen 90.012 personas ocupadas, En los establecimientos de Comercio se encuentran ocupadas 84.155 personas, en Manufactura 5.194 y en Servicios 663.

6.2 La industria automotriz China en Ecuador

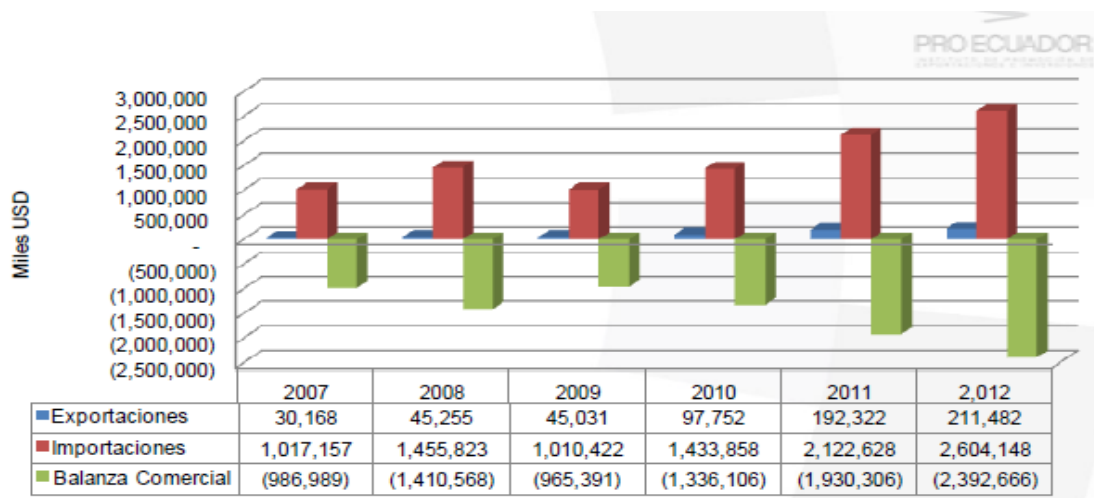
América Latina y el Caribe (ALC) cuentan con varios siglos de relaciones comerciales, económicas y culturales con China, así como con décadas de relaciones diplomáticas. Estas relaciones fueron más estrechas en la década de los noventa, cuando la relación económica y comercial con China aumentó significativamente, pasando de ser un socio comercial insignificante, al segundo en importancia de la región, hoy por hoy. Por otro lado, a nivel global la presencia de China en múltiples ámbitos se ha incrementado en forma vertiginosa. (Red MERCOSUR , 2012)

En Ecuador las relaciones con China han cumplido 31 años, sin embargo en los últimos años estas han ido diversificándose dentro de contextos específicos de interés. Desde la creación de relaciones diplomáticas en 1980 hasta ahora, los dos países han mantenido una relación positiva y creciente. En la actualidad China vende mucho más a Ecuador que lo que Ecuador vende a China, históricamente Ecuador ha presentado un superávit neto con la CHINA, sin embargo en los últimos años las exportaciones de Ecuador a China han disminuido, acelerándose las importaciones, esto se podrá apreciar más adelante en los respectivos análisis.

El gobierno de Ecuador está avanzando en varios frentes para promover la expansión del intercambio con China, por ejemplo, en 1995 la Cámara de Comercio Ecuatoriana-China firmó un acuerdo con la CCPIT, el cual buscaba una resolución de disputas comerciales entre empresas de los dos países, a través de una entidad cuasi-pública relacionada con la Cámara de Comercio Ecuatoriana-China: el Centro de Arbitraje y Mediación. (Washington, 2005)

6.2.1 Desarrollo de la Industria

Gráfico 30: Balanza comercial no petrolera Ecuador - China (2007-2012)



Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

El gráfico representa la balanza comercial de bienes distintos del petróleo del país, respecto a la relación con China, la misma que refleja un déficit desde el 2007. Referente a las exportaciones que se han realizado a China en el 2011 se presenta un vasto crecimiento, del 96,74%, en este año El Embajador Leonardo Arízaga señaló que “a lo largo del 2011 la Embajada del Ecuador en la R.P. China y las Oficinas Comerciales en Beijing, Cantón y Shanghái han trabajado mancomunadamente para promocionar los productos ecuatorianos al mercado chino”, Ecuador participó en ferias como la Feria FHC China 2011 de Alimentos y Hospitalidad, que incentivó el consumo de café y chocolate, la CHINA FISHERIES & SEAFOOD EXPO 2011, que es el evento más importante de Asia para productos de mar y tecnologías de desarrollo y procesos, esto permitió a Ecuador aumentar más del 630% la exportación de camarón, entre otras ferias y eventos. (EERPC, 2011)

En el 2012 el crecimiento de las exportaciones fue del 9,96% con \$211.482 valor FOB. En cuanto a las importaciones China, el crecimiento desde el 2008

ha sido sostenido con un crecimiento del 43% en promedio, sin embargo en el 2012 se registró el crecimiento más bajo de estos últimos años, aproximadamente del 22%.

Gráfico 31: Principales importadores del sector automotriz

MILES USD FOB							
PAÍS	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 08-012	PART. 2012
Mundo	1,323,605,604	921,366,723	1,152,133,104	1,366,109,972	1,355,495,016	0.60%	
Estados Unidos de América	212,082,988	144,400,806	200,536,899	223,409,700	263,418,844	5.57%	19.43%
Alemania	100,146,021	79,419,172	83,762,043	106,958,710	98,862,196	-0.32%	7.29%
China	33,672,428	34,120,664	55,854,929	71,804,963	76,474,702	22.76%	5.64%
Canadá	63,017,320	46,743,349	62,272,089	68,663,635	75,438,107	4.60%	5.57%
Reino Unido	68,604,265	45,431,705	57,230,212	65,054,288	63,524,280	-1.90%	4.69%

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

En el 2012 las importaciones en el sector local, fueron protagonizadas por siete países: Estados Unidos (19%), Alemania (7%), China (5%), Canadá (4%), Reino Unido (4%), Francia (3%), y Bélgica (3%). Según la Unidad de Inteligencia Comercial, los países que mayor crecimiento promedio anual presentaron, durante el periodo 2008-2012 fueron China (23%), Australia (10%), y México (6%).

China ha logrado concentrar una considerable participación dentro del sector automotriz ecuatoriano, en el 2008 y 2009 ocupaba el 8vo puesto de los principales países importadores, para el 2010 obtiene un crecimiento del 64%, lo que lo hace ocupar el 6to puesto, dejando a Italia y a Bélgica por debajo. A partir de este año las importaciones en valor FOB permite considerar a China, como uno de los tres principales países importadores automotrices en Ecuador. En el 2012 de acuerdo a la gráfica, China logró una participación del 5,64%

sobre el total de importaciones del sector automotriz en Ecuador, pese a que el valor de sus importaciones redujo.

6.2.2 Principales protagonistas

Las marcas chinas llegaron hace relativamente poco a América Latina, pero se han hecho un nicho aceleradamente, por ejemplo en Perú, los autos chinos cuentan ya con 12% del mercado y podrían alcanzar el 15% el 2013. En Chile, que también firmó un TLC con el gigante asiático, se han hecho con 7% del mercado. Además, han aumentado sus ventas en un 36% en Colombia y siguen ganando terreno en Bolivia, Paraguay y Uruguay. En Brasil, los fabricantes chinos ya tienen el 3,3% del mercado. (Diario La Opinión, 2013)

En Ecuador ha también ganado posición, convirtiéndose en uno de los mayores países importadores de vehículos, e incluso las ventas de carros del segmento camiones y Vans permitieron a dos marcas chinas, ser una de las más vendidas en el 2012, tal como se aprecia en la ilustración inferior.

Gráfico 32: Modelos de marcas Chinas más vendidos en Ecuador, 2012

MÁS VENDIDOS SEGMENTO VAN'S			MÁS VENDIDOS SEGMENTO CAMIONES		
MARCA	MODELO	UNIDADES	MARCA	MODELO	UNIDADES
HYUNDAI	H1	1.177	CHEVROLET	NLR	1.175
CHEVROLET	N300	745	CHEVROLET	NPR	545
KIA	PREGIO	703	JAC	HFC	526
CHERY	CHERYVAN PASS	540	HINO	FC9JUSA	519
CHEVROLET	N200	359	HINO	XZU413	517

Fuente y Elaboración: AEADE, 2013

En el 2012, según la Asociación de Empresas Automotrices en el Ecuador, en el segmento VAN'S la empresa China independiente Chery, con su modelo GHERYVANPASS, logró convertirse uno de los más vendidos. En cuanto al

segmento camiones la empresa China JAC originaria de Shanghai, también fue reconocida como una de las que mayor venta obtuvo, gracias a su modelo HFC.

6.2.3 Participación en el mercado local por marca

En la siguiente ilustración se presenta la participación de las principales marcas chinas en Ecuador.

Gráfico 33: Participación de las principales marcas Chinas en el Ecuador (2008-2012)

MARCA	TOTAL 2008	PARTICIPACIÓN 2008	TOTAL 2009	PARTICIPACIÓN 2009	TOTAL 2010	PARTICIPACIÓN 2010	TOTAL 2011	PARTICIPACIÓN 2011	TOTAL 2012	PARTICIPACIÓN 2012
BYD	149	0,13%	-	0,00%	138	0,10%	77	0,06%	140	0,12%
CHANGAN	18	0,02%	17	0,02%	13	0,01%	-	0,00%	-	0,00%
CHANGHE	229	0,20%	248	0,27%	317	0,24%	272	0,19%	155	0,13%
CHERY	301	0,27%	115	0,12%	490	0,37%	1.515	1,08%	1.854	1,53%
DONGFENG	100	0,09%	66	0,07%	96	0,07%	163	0,12%	90	0,07%
FAW	72	0,06%	14	0,02%	3	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
FOTON	40	0,04%	44	0,05%	29	0,02%	20	0,01%	21	0,02%
GEELY	9	0,01%	4	0,00%	103	0,08%	56	0,04%	4	0,00%
GREAT WALL	36	0,03%	19	0,02%	679	0,51%	2.071	1,48%	2.090	1,72%
JAC	303	0,27%	217	0,23%	406	0,31%	924	0,66%	1.086	0,89%
JMC	205	0,18%	156	0,17%	42	0,03%	107	0,08%	122	0,10%
LIFAN	17	0,02%	35	0,04%	189	0,14%	288	0,21%	300	0,25%
SAIC WULING	616	0,55%	193	0,21%	48	0,04%	-	0,00%	-	0,00%

Elaboración: Samanta Andrade

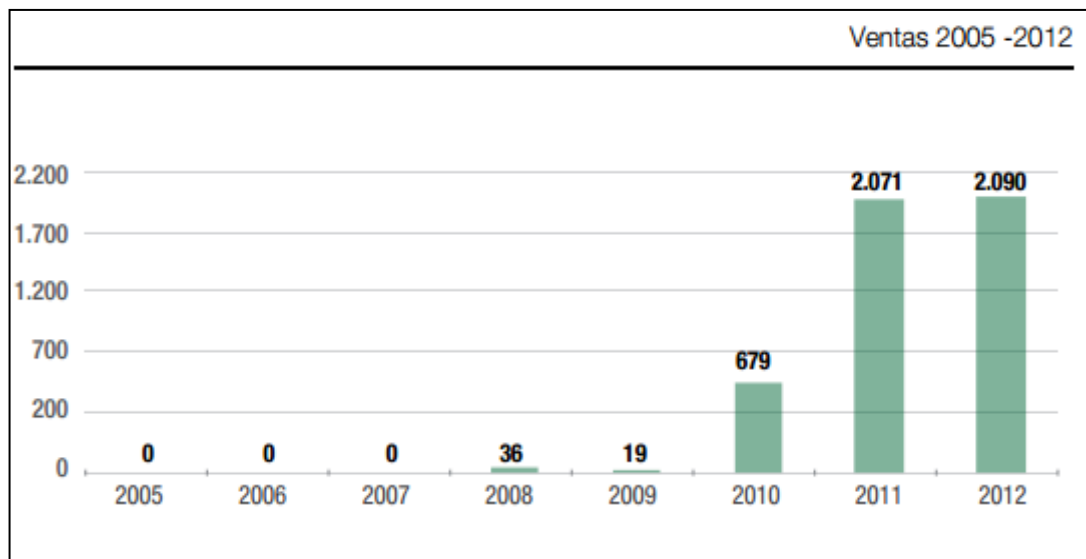
Fuente: (AEADE, 2013)

De acuerdo a los datos presentados, en el 2008 SAIC WULING registró la mayor participación en el mercado con su línea de mini carga, su participación fue del 0.55% del total de participación registrado en ese año, seguido por la compañía Chery de sede Wuhu y JAC Motor, fabricante chino de propiedad estatal, con su segmento de carga y transporte. En el 2009 Changhe, compañía de automóviles que sostienen un joint venture con Susuki Motor Corporation se posiciona como líder en el mercado, con un 0.27% en participación.

Desde el 2011 hasta el 2012 Great Wall y Chery se ha ubicado como la compañía China más vendida, y por ende, con mayor participación en el mercado ecuatoriano.

➤ **Great Wall**

Gráfico 34: Ventas de Great Wall desde el 2005



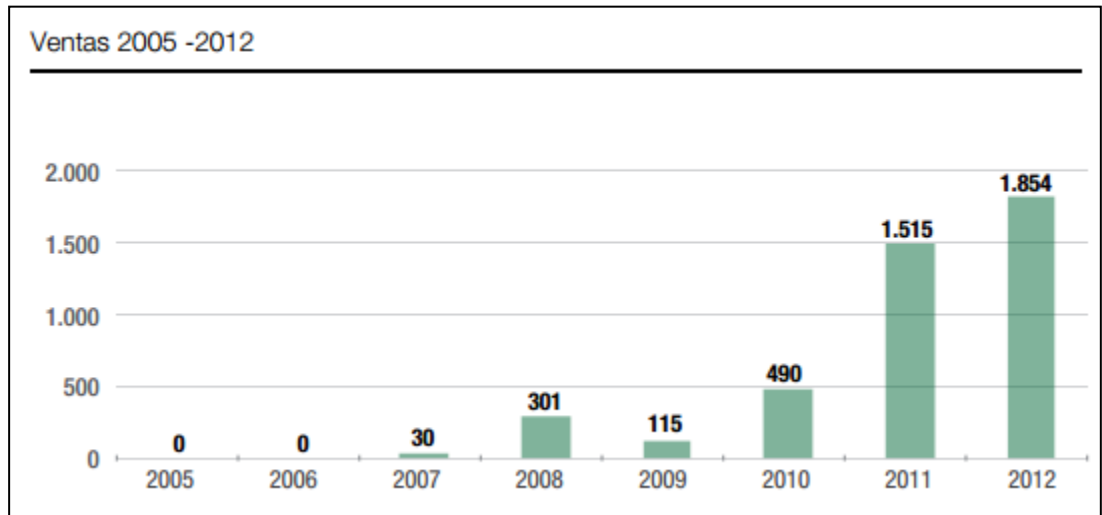
Fuente y elaboración: AEADE

La compañía Great Wall a partir del 2010 fortalece su posición en Ecuador y su participación en el mercado local comienza a incrementar, siendo hoy por hoy la primera compañía China, con más ventas en Ecuador. En el 2012 registró 2090 unidades de venta. La provincia donde mayor participación tiene GW es en Pichincha, y su categoría más vendida son las camionetas. (AEADE, 2013)

CIAUTO, la primera ensambladora de Great Wall en Ecuador, en el Parque Industrial Autopartista inauguró su primera fase con la planta ensambladora de chasis y componentes el 10 de febrero del 2013, generando mayor empleo y productividad para el país. (AMBACAR, 2013)

➤ Chery

Gráfico 35: Ventas de Chery desde el 2005



Fuente y elaboración: AEADE

Chery, marca de la empresa Cinascar, poseía una participación del 0% en el 2005, sin embargo desde el 2011 ha incrementado sus ventas en el territorio ecuatoriano. Su participación en el 2011 fue de 1,09% y en el 2012 de 1,53%, esta se posiciona como una marca líder china en Guayaquil, de acuerdo a datos de ventas por ciudad. La marca registra mayores ventas en el segmento automóviles, con 1021 unidades (55%) en el 2012. (AEADE, 2013)

6.3 Modelo Estadístico de Regresión Lineal.

6.3.1 Variables

Con el objetivo de poder estimar cuál sería el comportamiento del sector automotriz del Ecuador en un período determinado, se pretende establecer un modelo estadístico basado en un análisis de regresión donde se verifique la relación de tendencia de las ventas anuales de automóviles del Ecuador, contra una serie de variables que podrían afectar el comportamiento de este mercado.

Las variables que se han considerado para este análisis, en los períodos de 2008 a 2012, son las siguientes:

- Salario Básico Unificado (SBU).
- Tasa de Inflación Anual
- Tasa de Crecimiento de la Población
- Tasa de Desempleo

La siguiente etapa del análisis consiste en establecer la relación existente (o no) entre cada una de estas variables y la venta anual de automóviles en el Ecuador.

6.3.2 Análisis de Correlaciones

El análisis de correlaciones pretende determinar la relación de tendencia existente entre dos variables. Es así que a continuación se presentan los resultados del análisis para cada una de las variables expresadas anteriormente, con respecto a las cifras relacionadas a la venta anual de autos en el Ecuador.

- Salario Básico Unificado

Tabla 9: Correlación SBU vs. Venta Anual de Automóviles

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,50905047
Coefficiente de determinación R ²	0,25913238
R ² ajustado	0,01217651
Error típico	16398,39
Observaciones	5

Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: Estadística de Regresión Lineal (Universidad de Valencia)

Como lo muestra la tabla superior, el coeficiente de correlación múltiple apenas alcanza un 0,509; mientras que el coeficiente de determinación R² llega a 0,259; lo cual expresa que las variables no se encuentran considerablemente relacionadas, y la probabilidad de error de un modelo expresado a partir de esta variable sería muy alto, lo que lo hace poco confiable.

- **Tasa de Inflación Anual**

Tabla 10. Correlación Tasa de Inflación Anual

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,18363596
Coeficiente de determinación R ²	0,03372216
R ² ajustado	-0,28837045
Error típico	18727,5909
Observaciones	5

Fuente y elaboración: Banco Central del Ecuador

Con relación a la tasa de inflación anual, el panorama es aún menos confiable que con el Salario Básico Unificado, pues la correlación existente con la venta anual de automóviles de casi nula. En definitiva, esta variable no es utilizable para expresar un modelo que permita estimar el comportamiento del sector automotriz ecuatoriano.

- **Tasa de Crecimiento de la Población.**

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,08052008
Coeficiente de determinación R ²	0,00648348
R ² ajustado	-0,32468869
Error típico	18989,7152
Observaciones	5

Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: Estadística de Regresión Lineal (Universidad de Valencia)

Considerando la tasa de crecimiento de la población en el Ecuador, los intentos de poder desarrollar un modelo de estimación basado en estas variables es prácticamente nulo, pues la correlación que existe entre este factor y la venta anual de autos en Ecuador es prácticamente imperceptible.

- **Tasa de Desempleo**

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,83763011
Coeficiente de determinación R ²	0,70162421
R ² ajustado	0,60216561
Error típico	10406,6919
Observaciones	5

Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: Estadística de Regresión Lineal (Universidad de Valencia)

De las variables consideradas para el análisis, la tasa de desempleo se ubica como la opción más fiable al momento de pretender desarrollar una ecuación que permita estimar el comportamiento de venta que tendrá el sector automotriz en un período determinado.

6.3.3 Construcción del Modelo

De acuerdo a lo expresado en los apartados anteriores del presente literal, la tasa de desempleo constituye la variable más confiable al momento de construir un modelo que permita estimar las ventas anuales que va a generar el sector automotriz ecuatoriano, pues el coeficiente de correlación de 0,873 expresa un alto nivel de correlación entre las variables.

Ante esto, a continuación se describen los valores de coeficientes que se han obtenido a partir del análisis de regresión:

	<i>Coeficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>
Intercepción	147590,6	15935,4628	9,26177053	0,00266352
Variable X 1	-6445,79617	2426,86406	-2,65601864	0,07659868

Elaboración: Samanta Andrade

Fuente: Estadística de Regresión Lineal (Universidad de Valencia)

Tomando en consideración estos valores, considerando la estructura siguiente:

$$Y = a + bX$$

La ecuación tendría la siguiente valoración:

$$Y = 147590,6 + (-6445,79617) X$$

Donde Y es la venta anual de autos en Ecuador y X es la tasa de desempleo.

Con este modelo es posible realizar una estimación de cuál será el comportamiento del sector automotriz del Ecuador a partir de la tasa de desempleo vigente en un período de tiempo determinado. Con este cálculo se tendrá un alto nivel de probabilidad de obtener datos cercanos a lo que realmente puede ocurrir.

CONCLUSIONES

- Se llevó a cabo un análisis del desarrollo y composición de la industria automotriz en el mundo, enfocando los datos en los últimos 5 años, en este se pudo observar que a nivel mundial el sector automotriz ha representado una evolución en ventas, específicamente del 5% en los últimos tres años (2010, 2011 y 2012) y es que las políticas estables y regulativas jugaron un importante rol en este hecho. El continente que mayores ventas y por ende mayor participación ha tenido desde el 2008 en el sector automotriz es el asiático, manteniendo desde ese año más del 35% de participación, y es que Asia cuenta con grandes integrantes: Japón, China e India. En cuanto a empresas automotrices, las más importantes para el sector, por su venta y participación, son: General Motor, Toyota, Volkswagen, Hyundai y Ford.
- Se comenzó a centralizar el análisis en China, la situación de su entorno político, económico, social y tecnológico. China ha establecido en los últimos años, políticas que mejoren las condiciones sociales y ambientales en su territorio, buscando un desarrollo de mayor calidad, en el 2012 alcanzó una PIB favorable, superando a Estados Unidos, este hecho hizo de China, la primera potencia mundial.
- Se estudió la industria automotriz en China, su desarrollo, principales actores y estructura. Las estrategias locales y políticas que el gobierno chino ha optado para mejorar esta industria han tenido efectos positivos, pues China es el país con la industria automotriz más importante del mundo, tanto en fabricación, como en exportación, ventas e importación. Una estrategia clave que el gobierno chino utilizó para promover la industria en mención, fue el de abrir las puertas del sector, a industrias extranjeras, pero por medio de joint ventures, quienes debían contar con propia investigación y desarrollo, incentivando el intercambio tecnológico,

estas firmas eran socios de china, ya que el gobierno era quien debía tener por lo menos el 50% de las acciones.

- A fin de verificar la hipótesis que se planteó para esta investigación, se analiza el comportamiento del mercado chino en Ecuador, y es que las relaciones bilaterales mantenida entre China y Ecuador, cada año se vuelven más extensas y más beneficiosas para ambos países. En este capítulo se palpó y se comprobó la hipótesis de que las ventas de autos chinos siguen ganando posición en el mercado mundial y nacional, pese a las restricciones políticas del gobierno ecuatoriano, por su puesto lo que sí ha generado esta situación, es disminuir la tasa de crecimiento, la misma que el en 2012 decayó en un 2%.
- En este trabajo de titulación es evidente que no solo China, sino varias regiones asiáticas están dominando la industria automotriz, mientras las grandes firmas norteamericanas registran debilidad financiera y decaimiento en el peso relativo de la producción. China se ha convertido líder en la mayoría de sectores económicos del mundo, y es que su gobierno ha contribuido indudablemente en este punto.
- Finalmente se concluye que la intervención oportuna del gobierno de un país puede favorecer industrias, tal como se ha podido palpar en este apartado, donde el gobierno de China ha creado asociaciones con grandes fabricantes automotrices, incentivado el consumo interno, promoviendo el uso de tecnología de alto nivel, reduciendo impuestos y reforzando el uso óptimo de recursos.

RECOMENDACIONES

- Con el objetivo de promover la industria automotriz ecuatoriana, el gobierno debería buscar incentivarla mediante estrategias y políticas similares a las que China optó para su desarrollo, principalmente la siguiente:
- Permitir la inversión extranjera de firmas fabricantes automotrices en el Ecuador, mediante joint ventures, donde el gobierno posea más del 50% de la sociedad, y en donde se dé el intercambio del Know – How y tecnología, de esta forma se genera empleo directo e indirecto en el país y se mejoran las relaciones con los países involucrados. Una vez que el país haya fortalecido su industria el gobierno debería promover incentivos para que inversionistas nacionales formen sociedades netamente ecuatorianas.
- Este hecho generaría un mayor consumo interno, puesto que los precios serían menos, y por ende, más asequibles al mercado, hubiera mayor comercio y mejoraría indudablemente la economía del país.

BIBLIOGRAFÍA

- SAIC Motor Corporation. (2013). Obtenido de <http://www.saicgroup.com/english/xwzx/xwk/22639.shtml>
- ADI. (s.f.). *Agencia de desarrollo de Inversiones Argentina*. Obtenido de <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/material/adi4.pdf>
- AEADE. (2013). Recuperado el 25 de Noviembre de 2013, de <http://aeade.net/web/images/stories/catalogos/anuariodosmildoce.pdf>
- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (1 de Octubre de 2011). Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://andes.info.ec/2009-2011.php/?p=97201>
- Álvarez Medina, L. (25 de Mayo de 2007). *La industria automotriz china: Posibilidades de competir en la industria automotriz de México*. Obtenido de <http://www.ejournal.unam.mx/rca/218/RCA21805.pdf>
- AMBACAR. (2013). Recuperado el 25 de Noviembre de 2013, de <http://www.ambacar.com/informacion/1>
- America Economía. (22 de Abril de 2011). Recuperado el 13 de Octubre de 2013, de <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/china-importaciones-creceran-mas-que-exportaciones-en-2011>
- autoinfo.gov.cn. (2013). *Información de Autos en China*. Obtenido de http://english.autoinfo.gov.cn/autoinfo_eng/new/Automotive/webinfo/2013/10/1381277117564293.htm
http://english.autoinfo.gov.cn/autoinfo_eng/new/Automotive/webinfo/2013/10/1381277117564293.htm
- Banco Central de Venezuela. (s.f.). *bcv.org.ve*. Recuperado el 13 de Octubre de 2013, de <http://www.bcv.org.ve/reservas/reservas.htm>
- Banco Mundial. (2012). *bancomundial.org*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>

- BCE. (2009). *bce.fin.ec*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/pregun1.php>
- BM. (2012). *Banco Mundial*. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW>
- BM. (2013). *Banco mundial*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.DYN.CDRT.IN>
- Bolpress. (Mayo de 2012). *www.bolpress.com*. Obtenido de Sección Economía: <http://www.bolpress.com/art.php?Cod=2012051101>
- BYD. (2013). Obtenido de <http://www.byd.com/news/news-176.html>
- BYD. (2013). Obtenido de <http://www.byd.com.cn/views/home/indexe.htm>
- Chery Bolivia. (2013). Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de <http://www.chery.com.bo/noticias.php>
- Chery International . (2013). Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de <http://www.cheryinternational.com/company/index.html>
- China Internet Information Center . (2011). *www.china.org.cn*. Recuperado el Octubre de 2013, de Sistema político de China: <http://spanish.china.org.cn/spanish/xi-zhengzhi/2.htm>
- China Internet Information Center. (2 de Marzo de 2011). Obtenido de http://spanish.china.org.cn/china/txt/2011-03/02/content_22035614.htm
- China Whisper. (17 de Septiembre de 2012). Recuperado el 19 de Noviembre de 2013, de <http://www.chinawhisper.com/top-10-chinese-car-brands/>
- China.org. (2012). *CHINA.ORG.CN*. Recuperado el 2013, de http://spanish.china.org.cn/china/archive/txt/2007-01/25/content_7711392.htm
- Chinadaily. (7 de Marzo de 2013). Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de http://www.chinadaily.com.cn/m/guangxi/liuzhou/2013-03/07/content_16289022.htm

- Chinadaily.com. (14 de Marzo de 2013). Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2013-03/14/content_16308911.htm
- Chinese champions. (2010). Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de <http://www.chinese-champions.com/donfeng-motor/>
- Chinesechampions.com. (2012). Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de <http://www.chinese-champions.com/faw-group/>
- CIA Factbook. (22 de Agosto de 2013). *Central Intelligence Agency*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html>
- CINAIE. (2013). *Cámara de La Industria Automotriz Ecuatoriana*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de <http://www.cinae.org.ec/index.php/la-industria/73-que-es-la-industria-automotriz-ecuatoriana>
- CNN EXPANSION. (14 de enero de 2011). *China sobrecalienta su sector automotriz*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de <http://www.cnnexpansion.com/economia/2011/01/13/china-con-amenaza-de-burbuja-automotriz>
- CNN expansion. (16 de Enero de 2013). Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de <http://www.cnnexpansion.com/economia/2013/01/16/la-ied-cae-4-en-china-durante-2012>
- Department of Foreign Affairs and International Trade. (2001). *The Automotive sector in China*. Canada.
- DFM. (2009). Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de http://www.dfmc.com.cn/info/introduce_en.aspx
- DFMG. (2012). *dfmg.com*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2013, de Anual Report 2012: http://www.dfmg.com.cn/EN/report/DFG_2011_Anuar_Report.pdf
- Diaraio El Universo. (17 de Enero de 2012). Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de

<http://www.eluniverso.com/2012/01/17/1/1430/china-cuenta-ahora-mas-poblacion-urbana-rural.html>

- Diario El economista. (17 de Abril de 2013). Recuperado el 24 de Octubre de 2013, de <http://www.eleconomista.com.ar/?p=5403>
- Diario El economista. (16 de Enero de 2013). *Inversiones a China caen por primera vez en tres años*. Obtenido de <http://eleconomista.com.mx/industria-global/2013/01/16/inversiones-china-caen-primera-vez-tres-anos>
- Diario El Universo. (11 de Enero de 2013). *eluniverso.com*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2013, de <http://www.eluniverso.com/2013/01/11/1/1356/importacion-vehiculos-sera-356-2010.html>
- Diario La Opinión. (28 de Junio de 2013). Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de <http://www.laopinion.com/autos-chinos-opportunidad-amenaza-mundo>
- Diario La República. (29 de Enero de 2013). Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://www.larepublica.ec/blog/economia/2013/01/29/cae-venta-de-vehiculos-en-ecuador/>
- Diario La tercera. (4 de Octubre de 2011). Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://diario.latercera.com/2011/10/04/01/contenido/mundo/8-85730-9-poblacion-urbana-de-china-supera-50-tras-acelerado-proceso-de-tres-decadas.shtml>
- Diario Los tiempos. (30 de Mayo de 2013). *lostiempos.com*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de http://www.lostiempos.com/especiales/edicion/especiales/20130530/breve-historia-del-origen-del-automovil_214916_462339.html
- Diario Rusia Hoy. (11 de Junio de 2013). Recuperado el 24 de Octubre de 2013, de http://rusiahoy.com/economia/2013/06/11/rusia_se_convierte_en_el_segundo_mayor_productor_de_automoviles_de_e_28801.html

- Dicionario Financiero. (Octubre de 2013). Recuperado el 2013, de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEFLACTOR_DEL_PIB.htm
- Economía, D. A. (15 de Abril de 2013). Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/crecimiento-del-pib-de-china-se-ralentiza-al-77-en-primer-trimestre>
- Economist Intelligence Unit. (2008). *Automotive Briefings & Forecast: Foreign investment in car making*.
- EERPC. (2011). *Embajada de Ecuador en la República Popular de China*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2013, de <http://www.ecuadorenchina.org.ec/boletines/ecuador-incrementa-en-m%C3%A1s-de-130-sus-exportaciones-no-petroleras-la-rp-china-en-el-2011>
- El comercio.com. (23 de Febrero de 2013). Recuperado el 5 de Octubre de 2013, de http://www.elcomercio.ec/negocios/autos-importados-ingresa-Ecuador-Manta_0_871112963.html
- El Diario Norte. (28 de Febrero de 2013). *Diario Norte*. Recuperado el 9 de Octubre de 2013, de <http://www.diarionorte.com/article/84806/el-fenomeno-de-las-megaciudades>
- Enciclopedia económica. (2009). *economia48.com*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de <http://www.economia48.com/spa/d/reservas-de-divisas/reservas-de-divisas.htm>
- Enciclopedia Universal. (23 de Abril de 2013). Recuperado el 13 de Octubre de 2013, de [http://enciclopedia.us.es/index.php/Asia_\(continente\)](http://enciclopedia.us.es/index.php/Asia_(continente))
- Expansion. (10 de Enero de 2013). Recuperado el 2013 de Noviembre de 2013, de <http://www.expansion.com/agencia/efe/2013/01/10/17959142.html>
- FAW Corporation. (2012). *faw.co.za*. Recuperado el 6 de Noviembre de 2013, de http://www.faw.co.za/index.php?option=com_content&view=article&id=66&Itemid=63

- Gasgoo. (27 de Abril de 2013). *Global Auto Sources*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de <http://autonews.gasgoo.com/commentary/summary-sales-of-us-brand-passenger-automobiles-i-130427.shtml>
- General Motor. (2013). *gm.com*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2013, de <http://www.gm.com/company/historyAndHeritage/creation.html>
- General Motor Co. (2013). Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://www.gmsustainability.com/report.html#/issues/supply>
- Global Feet. (7 de Octubre de 2013). *Global Feet: The Executive Network*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2013, de China car sales: good times for Ford and Volkswagen: http://www.globalfleet.com/china_car_sales_good_times_for_ford_and_volkswagen_55307-en-508-185475.html
- Grupo El COMERCIO. (8 de Octubre de 2012). *Revista Líderes.ec*. Recuperado el 9 de Octubre de 2013, de http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/Autos-Ecuador-ventas-importaciones_0_788321169.html
- GWM. (2013). Obtenido de <http://www.gwm-global.com/company/index.html>
- Harwit, E. (1995). *China's Automobile Industry Policies; Problems and prospects*. New York: East Book Gate.
- ICEX. (2012). *Instituto Español de Comercio Exterior*. Recuperado el Noviembre de 2013, de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&ved=0CDUQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.ivex.es%2Fdm-s%2Festudios%2Finformacion_paises%2FCHINAAUTOMOVILICEX2013%2FCHINAAUTOMOVILICEX2012.pdf&ei=vnOKUrGmN6XZsASjrlLACA&usg=AFQjCNGaRaelBbZ
- IDE. (2013). *ide.edu.ec*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/estadisticas/empresas-sectores/384-industria-automotriz>

- IGADI & Casa Asia. (2012). *politica-china.org/*. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de http://www.politica-china.org/imxd/noticias/doc/1327195560politica_china_2012_informe_anual.pdf
- IGADI & Casa Asia. (s.f.). *www.politica-china.org/*. Obtenido de http://www.politica-china.org/imxd/noticias/doc/1327195560politica_china_2012_informe_anual.pdf
- Index Mundi. (1 de Enero de 2001). Obtenido de <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ch&v=39&l=es>
- INEC. (2010). *Censo Nacional Económico, Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de www.inec.gob.ec/cenec/index.
- Infobae. (23 de Abril de 2009). Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.infobae.com/2009/04/23/444097-general-motors-anuncia-el-cierre-temporal-13-plantas-norteamerica>
- International Business Time. (7 de febrero de 2012). *Encuesta de KPMG*. Recuperado el 13 de Octubre de 2013, de <http://mx.ibtimes.com/articles/21650/20120208/perspectiva-industria-automotriz-mexico-kpmg.htm>
- Maldonado, S. (2009). *La rama automovilística y los corredores comerciales del TLCAN* (Vol. 9).
- Marimán, A. I. (18 de Marzo de 2013). *Autocosmos.com*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2013, de <http://noticias.autocosmos.cl/2013/03/18/faw-vw-audi-lider-en-venta-de-autos-de-lujo-en-china>
- Marx, K. (1867). *Das Kapital*.
- Munich Innovation Group. (2013). *chinese-champions.com*. Obtenido de <http://www.chinese-champions.com/saic-motor/>
- OCAV. (Marzo de 2009). *Observatorio de Competitividad de las Cadenas de Valor en México*. Recuperado el Noviembre de 2013, de

http://www.undp.org.mx/IMG/pdf/Presentacion_Resumen_Ejecutivo_Automotriz.pdf

- OCDE. (2006). *The impact of globalization on the Chinese*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de www.gerpisa.univ-evry.fr/actes/34/34-6.pdf
- Oficina Económica y Comercial de España en Pekín. (12 de Octubre de 2012). Recuperado el 13 de Octubre de 2013, de <http://www.americalia.com/docs/files/43-informe-economico-y-comercial-china.pdf>
- OICA. (2013). Obtenido de <http://www.oica.net/category/economic-contributions/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (s.f.). *Benchmark definition of Foreign Direct Investment* (Cuarta ed.).
- Pro Ecuador. (7 de Mayo de 2013). *Unidad de Inteligencia Comercial*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de <http://www.eluniversalmas.com.mx/editoriales/2013/05/64385.php>
- PROECUADOR. (2012). *Análisis del sector automotriz*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2013, de www.proecuador.gob.ec/wp.../PROEC_AS2013_AUTOMOTRIZ.pdf
- Proyecto Salón Hogar . (2005). Recuperado el 13 de Octubre de 2013, de http://www.proyectosalohogar.com/El_porque_de_las_cosas/historia_de_l_automovil.htm
- Red MERCOSUR . (2012). Uruguay: Red MERCOSUR de investigaciones económicas.
- RT Noticias. (3 de Enero de 2013). *rt.com*. Recuperado el 12 de Octubre de 2013, de <http://actualidad.rt.com/economia/view/82804-china-eclipsara-industria-automovil-europea>
- Sanchez, Juan Carlos. (2010). *Universitat Oberta de Catalunya*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/1074/1/00744tfc.pdf

- Sepúlveda, C. (1995). Diccionario de términos económicos. Santiago de Chile: UNIVERSITARIA S.A. .
- Sequerós, A. (2004). *El sector de automoción en China*. Sociedad Instrumental para la promoción del Comercio Aragonés en Shanghai.
- Servigón, V. (2005). *El sistema político y constitucional de China*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de Revista jurídica online: http://www.revistajuridicaonline.com/images/stories/revistas/2005/21/21_El_Sistema_Politic_Const_Chino.pdf
- SINOMAQ. (2012). Recuperado el 19 de Noviembre de 2013, de <http://www.sinomaq.com.pe/mobile/nosotros-marcas-faw.html>
- Synergistics Limited. (Marzo de 2012). Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de <http://www.slideshare.net/wrusso1011/chinas-automotive-industry-in-2012>
- Tang, R. (25 de Junio de 2012). *China's Auto Sector Development and Policies*. Recuperado el 7 de Noviembre de 2013, de [digitalcommons.ilr.cornell.edu/.../viewcontent.cgi?](http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/viewcontent.cgi?)
- Toyota Co. (2013). *Toyota.com*. Obtenido de http://www.toyota.com.ar/experience/the_company/historia_toyota_index.aspx
- Toyota Global Company. (2013). Recuperado el Octubre de 2013, de http://www.toyota-global.com/company/profile/facilities/worldwide_operations.html
- Tu tiempo.net. (2011). *La tierra*. Recuperado el 9 de Octubre de 2013, de <http://www.tutiempo.net/Tierra/asia.html>
- Unidad editorial El mundo.es. (24 de Abril de 2013). Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de <http://www.elmundo.es/elmundomotor/2013/04/24/empresa/1366822715.html>
- Wang, H., & Richett, X. (2001). *Foreign direct investment in the chinese automotive industry*. China's Perspectives.

- Washington, Hago M Washington Hago M. (2005). *Ecuatorianos y chinos en una relación que viene de siglos: "Aniversario de las Relaciones Diplomáticas entre la República Popular China y la República del Ecuador"*. Guayaquil.
- WebAcademia. (2013). Recuperado el 19 de Agosto de 2013, de http://centrodeartigos.com/articulos-de-todos-los-temas/article_38872.html
- Zacnicte Esparza, A. (Diciembre de 2008). *China: el nuevo gigante automotriz*. Recuperado el 9 de Octubre de 2013, de <http://es.scribd.com/doc/170416134/China-El-Nuevo-Gigante-Automotriz>
- Zhejiang Geely Holding Group. (2011). Recuperado el 19 de Noviembre de 2013, de <http://global.geely.com/general/CompanyProfile.html>
- Zhu, R. (2001). *peopledaily.com*. Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de <http://english.peopledaily.com.cn/features/lianghui/zhureport.html>

GLOSARIO

Passenger cars (CARS): Automóviles para pasajeros, la OICA los define como vehículos de motor con al menos cuatro ruedas, destinados al transporte de personas, cuyo número no más de ocho plazas además del asiento del conductor.

Light commercial vehicles (LCV): Vehículos comerciales ligeros, la OICA considera dentro de esta categoría a los vehículos de motor con al menos cuatro ruedas, destinados al transporte de mercancías. Masa dada en toneladas (toneladas métricas) se utiliza como un límite entre los vehículos comerciales ligeros y camiones pesados. Minibuses, derivadas de los vehículos comerciales ligeros, se utilizan para el transporte de pasajeros, con más de ocho plazas además del asiento del conductor. Masa máxima de ambos tipos, fluctúa entre 3,5 y 7 toneladas, depende de las definiciones nacionales y profesionales.

Heavy trucks (HCV): Camiones pesados, vehículos destinados al transporte de mercancías. Masa máxima autorizada es superior al límite (entre 3,5 y 7 toneladas) de los vehículos comerciales ligeros. Incluyen vehículos tractores diseñados para remolcar semi-remolques. (OICA)

Heavy bus: Los autobuses y autocares se utilizan para el transporte de pasajeros, con más de ocho plazas además del asiento del conductor, y cuyo peso máximo por encima del límite (entre 3,5 y 7 tonos) de los vehículos comerciales ligeros.

Light vehicles: Esta categoría en la estadística de la OICA incluye los vehículos de pasajeros (CARS) y comerciales ligeros (LCV).

Commercial vehicles (CV): Esta categoría en la estadística de la OICA incluye los vehículos comerciales son vehículos comerciales ligeros, camiones pesados, autocares y autobuses.

Monovolúmenes (MPVs): Automóvil de turismo cuya carrocería aloja en un único espacio el motor, el habitáculo de los pasajeros y el maletero.

Sport utility vehicle (SUVs): Conocidos también como todoterrenos

ANEXOS

Anexo 1. Detalle de las exportaciones ecuatorianas en el sector automotriz

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ									
Valor FOB Miles USD									
Grupos	Cap./Part.	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (A mar)	TCPA 2008 - 2012	Partic.% 2012
VEHÍCULOS AUTOMÓVILES, TRACTORES, VELOCÍPEDOS Y DEMÁS VEHÍCULOS TERRESTRES; SUS PARTES Y ACCESORIOS	87	407,723	251,640	352,171	391,269	491,728	69,468	4.79%	85.53%
NEUMÁTICOS (LLANTAS NEUMÁTICAS) DE CAUCHO Y CÁMARAS DE CAUCHO PARA NEUMÁTICOS (LLANTAS NEUMÁTICAS).	4011 4012 4013	41,491	28,260	27,426	60,863	69,708	12,814	13.85%	12.12%
ACUMULADORES ELÉCTRICOS, INCLUIDOS SUS SEPARADORES, AUNQUE SEAN CUADRADOS O RECTANGULARES.	8507	3,841	3,819	5,230	11,476	13,503	4,024	36.93%	2.35%
Total General		453,055	283,719	384,827	463,608	574,938	86,306	6.14%	100.00%
Toneladas									
VEHÍCULOS AUTOMÓVILES, TRACTORES, VELOCÍPEDOS Y DEMÁS VEHÍCULOS TERRESTRES; SUS PARTES Y ACCESORIOS	87	44,110	40,310	28,860	31,251	46,209	10,155	1.17%	71.72%
NEUMÁTICOS (LLANTAS NEUMÁTICAS) DE CAUCHO Y CÁMARAS DE CAUCHO PARA NEUMÁTICOS (LLANTAS NEUMÁTICAS).	4011 4012 4013	9,998	8,188	7,057	12,367	12,782	2,540	6.33%	19.84%
ACUMULADORES ELÉCTRICOS, INCLUIDOS SUS SEPARADORES, AUNQUE SEAN CUADRADOS O RECTANGULARES.	8507	1,387	1,659	2,042	4,591	5,441	1,663	40.74%	8.44%
Total General		55,495	50,158	37,958	48,210	64,432	14,358	3.80%	100.00%

*Hasta febrero del 2013

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR