



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ECONOMISTA MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**ESTUDIO DE LA DEMANDA DE AUTOMÓVILES Y SU RELACIÓN CON
EL INGRESO FAMILIAR DE LOS HABITANTES DE LA PROVINCIA DE
CHIMBORAZO DURANTE EL PERIODO 2012 – 2013**

AUTORES:

Víctor Silverio Erazo Arce.
Segundo Guillermo Tenemaza Buñay.

TUTORA:

Eco. Ximena Tapia

RIOBAMBA – ECUADOR

APROBACIÓN DEL TUTOR

Economista Ximena Tapia, luego de revisar el presente trabajo de investigación y ver que han cumplido con los requisitos y reglamentos planteados por la Universidad Nacional de Chimborazo y la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, me permito sugerir su aprobación y su posterior defensa.



Eco. Ximena Tapia

TUTOR DE TESIS

Riobamba, Noviembre del 2015

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DEL GRADO

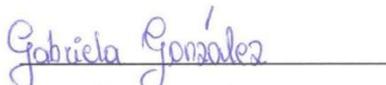
Nombres y firmas del presidente y miembros del tribunal:

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DEL GRADO

Nombres y firmas del presidente y miembros del tribunal:


Presidente


Firma


Miembro 1


Firma


Miembro 2


Firma

NOTA: _____ SOBRE 10

DERECHOS DE AUTORÍA

Víctor Silverio Erazo Arce, Segundo Guillermo Tenemaza Buñay, somos los responsables de las ideas doctrinarias, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación y derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Víctor Silverio Erazo Arce
C.I. 060396015-4



Segundo Guillermo Tenemaza Buñay
C.I. 080448533-4

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a **Dios** quien siempre nos ha guiado por el buen camino y las fuerzas para seguir adelante y no desmayar y sin desfallecer en el intento, por habernos dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional, culminando así una etapa más de mi vida.

A mi querida madre por su apoyo, su ejemplo de superación y dedicación y por haber hecho posible mi sueño se hiciera realidad, quien con paciencia y amor nos han inculcado e impulsado desde pequeñez el vencer cada obstáculo que se atravesase en nuestras vidas, a luchar y conseguir lo que queremos.

A mis hermanas y hermanos, por su confianza, por su apoyo, por darnos ánimo y fuerza para continuar a pesar del cansancio y la adversidad.

Con todo cariño para para cada uno de ustedes.

Guillermo Tenemaza

DEDICATORIA

A **DIOS** que con su infinita grandeza, con sus bendiciones nos ha favorecido y protegido, dándonos todo lo que hemos sido y alcanzado, sin angustias ni desesperanzas.

A **NUESTROS MAESTROS**, conjunto de seres sabios de los que heredamos su grandeza, su entrega y sacrificio para rescatar a la humanidad de la ignorancia y la miseria.

Víctor Erazo

AGRADECIMIENTO

A **Dios**, por conducirnos al sendero de esta carrera, acompañarnos e iluminarnos en la travesía de la misma, guiándonos día a día, un reconocimiento a la **Universidad Nacional de Chimborazo** por habernos aceptado ser parte de ella y abierto las puertas de su seno científico para poder estudiar nuestra carrera, así como también a los diferentes docentes que compartieron sus conocimientos y su respaldo para seguir adelante día a día.

Quisiéramos extender el más sincero agradecimiento al director de la escuela de Economía y a la asesora de tesis, Econ. Ximena Tapia, por su tiempo, esfuerzo y dedicación.

Sus conocimiento, orientación y manera de trabajar así como su motivación han sido los pilares fundamentales para que se lleve a cabo la realización de esta investigación.

Por ello, ha sido capaz de ganar la admiración, así como sentirme en deuda con ella por todo su apoyo durante el tiempo que ha tomado esta Tesis. Gracias siempre.

Para finalizar, también expresamos nuestra enorme gratitud a todos los colaboradores de la población de Chimborazo, así como a cada una de las personas quienes aportaron con las respuestas.

Los Autores

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	I
CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DEL GRADO	II
DERECHOS DE AUTORÍA	III
DEDICATORIA	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE CUADROS	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
RESUMEN	XIVV
SUMMARY	XVII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. MARCO REFERENCIAL	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.3. OBJETIVOS.....	4
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	4
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	5
1. CAPÍTULO II	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.3. INGRESO FAMILIAR.....	11
2.3.1. COMPOSICIÓN DEL INGRESO FAMILIAR.....	12
2.3.2. EL GASTO	16
2.3.2.1. Tipos de gastos	17
2.3.2.2. Gasto Corriente	18
2.3.2.3. Gasto de Capital.....	19
2.3.2.4. Gasto de Consumo	19
2.3.2.5. El Gasto familiar	20
2.3.2.6. Criterios utilizados para la valoración del gasto	21
2.4. LA OFERTA Y LA DEMANDA	22
2.4.1. OFERTA.....	23
2.4.1.1. Curva de la oferta	24
2.4.1.2. Desplazamientos de la curva de la oferta.....	25
2.4.1.3. Determinantes Básicos de la oferta	27
2.4.2. DEMANDA	28
2.4.2.1. CURVA DE LA DEMANDA	29
2.4.2.2. DETERMINANTES DE LA DEMANDA	31

2.4.2.2.1.	<i>Precio del bien</i>	31
2.4.2.2.2.	<i>Precio de bienes sustitutos</i>	31
2.4.2.2.3.	<i>Precio de bienes complementarios</i>	32
2.4.2.2.4.	<i>Ingreso de los consumidores</i>	32
2.4.2.2.4.	<i>Gustos y preferencias</i>	32
2.4.2.2.5.	<i>Población</i>	32
2.4.2.2.6.	<i>Precios futuros esperados</i>	32
2.4.2.3.	<i>La elasticidad de la oferta y la demanda</i>	32
2.4.2.4.	<i>Elasticidad de precio en la Demanda</i>	33
2.4.2.5.	TIPOS DE DEMANDA	35
2.4.2.5.1.	<i>Demanda elástica</i>	35
2.4.2.5.2.	<i>Demanda inelástica</i>	36
2.4.2.5.3.	<i>Demanda unitaria</i>	36
2.4.2.5.4.	<i>Demanda perfectamente elástica e inelástica</i>	37
2.4.2.5.5.	<i>Elasticidad cruzada</i>	38
2.4.2.6.	<i>Factores que influyen en la elasticidad</i>	39
2.5.	CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR DE ESTUDIO	40
2.5.1.	CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS	40
2.5.3.	<i>Economía</i>	42
2.5.4.	<i>La Capital Provincial</i>	44
2.6.	HIPÓTESIS Y VARIABLES	45
2.6.1.	HIPÓTESIS	45
2.6.2.	<i>Variables</i>	45
2.6.2.1.	<i>Variable Independiente</i>	45
2.6.2.2.	<i>Variable Dependiente</i>	45
2.7.	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	46
	CAPÍTULO III	47
3.	MARCO METODOLÓGICO	47
3.1.	MÉTODO	47
3.1.1.	INDUCTIVO	47
3.1.1.	<i>DEDUCTIVO</i>	47
3.1.2.	<i>MÉTODO ANALÍTICO</i>	47
3.2.	TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.2.1.	<i>EXPLORATORIA</i>	48
3.2.2.	<i>DESCRIPTIVA</i>	48
3.2.3.	<i>EXPLICATIVA</i>	48
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.3.1.	<i>BIBLIOGRÁFICA Y DOCUMENTAL</i>	49
3.3.2.	<i>DE CAMPO</i>	49

3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	49
3.4.1.	<i>POBLACIÓN.....</i>	49
3.4.2.	<i>MUESTRA.....</i>	49
3.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	51
3.5.1.	<i>TÉCNICAS.....</i>	51
3.5.2.	<i>INSTRUMENTOS.....</i>	51
3.6.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	51
3.6.1.	<i>PROCESO PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS.....</i>	51
3.7.	PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.-.....	52
3.7.1.	<i>Resultado de las encuestas.....</i>	53
3.7.2.	<i>OFERTA Y DEMANDA DE AUTOMÓVILES.....</i>	71
3.7.2.1.	<i>Mercado automotor.....</i>	74
3.7.2.2.	<i>Comportamiento de la oferta y la demanda de automóviles en Ecuador.....</i>	75
3.7.2.3.	<i>Aranceles al sector automotor.....</i>	80
3.7.2.4.	<i>Número de vehículos por provincias en el Ecuador.....</i>	82
3.7.3.	<i>Comportamiento de la demanda de automóviles en la provincia de Chimborazo.....</i>	85
3.7.4.	<i>Nivel de ingreso familiar de los habitantes de la provincia de Chimborazo.....</i>	90
3.7.5.	<i>MODELO DE REGRESIÓN.....</i>	97
3.7.	<i>COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....</i>	104
	CAPÍTULO 4	106
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	106
4.1.	CONCLUSIONES.....	106
4.2.	RECOMENDACIONES.....	107
	MATERIALES DE REFERENCIA.....	108
	BIBLIOGRAFÍA.....	108
	ANEXOS	112

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1	Tasa de crecimiento poblacional de Chimborazo	44
CUADRO 2	Parroquias del cantón Riobamba	47
CUADRO 3	Operacionalización de las variables	48
CUADRO 4	Género	56
CUADRO 5	Edad	57
CUADRO 6	Estado civil	58
CUADRO 7	Ingresos de USD	59
CUADRO 8	Actividad laboral	60
CUADRO 9	Destino de los ingresos	61
CUADRO 10	Demanda de vehículos	62
CUADRO 11	Razón por la que no compraría un auto	63
CUADRO 12	Vehículo que compraría	64
CUADRO 13	Cuota mensual que podría pagar	65
CUADRO 14	Plazos en meses	66
CUADRO 15	Precio que podría pagar	67
CUADRO 16	Precio del auto	68
CUADRO 17	Lugar que prefiere comprar el vehículo	69
CUADRO 18	Recursos para la compra de un vehículo	70
CUADRO 19	Actividad en la que utiliza su vehículo	71
CUADRO 20	Motivación para adquirir un auto	72
CUADRO 21	Principal característica antes de adquirir un auto	73
CUADRO 22	Producción mundial de vehículos	74
CUADRO 23	Ventas de vehículos del Ecuador en el 2013	78
CUADRO 24	Importancia del vehículo del Ecuador 2012 -2013	79
CUADRO 25	Número de vehículos motorizados matriculados, por uso.	87
CUADRO 26	Número de vehículos motorizados matriculados, por modelo	87
CUADRO 27	Participación por marca 2013	88
	Número de vehículos motorizados, por clase, según	

CUADRO 28	modelo	90
CUADRO 29	Número de vehículos motorizados matriculados, por clase, según capacidad de carga (2014)	92
CUADRO 30	Número de vehículos motorizados matriculados, por provincia, según capacidad de asientos	93
	Variación de precios de vehículos 2010 2014	
CUADRO 31	Ingresos familiares	94
CUADRO 33	Distribución del ingreso familiar	97
CUADRO 34	Fuentes de ingreso no monetarios de hogares	98
CUADRO 35	Ingreso familiar	99
CUADRO 36	Vehículos vendidos	101
CUADRO 37	Proyecciones de cartera bruta de prestamos	104
CUADRO 38		106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	La oferta y demanda	
GRÁFICO 2	La curva de la oferta	24
GRÁFICO 3	Curva de la demanda	27
GRÁFICO 4	Mapa de la provincia de Chimborazo	32
GRÁFICO 5	Principales actividades	42
GRÁFICO 6	Género	45
GRÁFICO 7	Edad	56
GRÁFICO 8	Estado civil	57
GRÁFICO 9	Ingresos de USD	58
GRÁFICO 10	Actividad laboral	59
GRÁFICO 11	Destino de los ingresos	60
GRÁFICO 12	Demanda de vehículos	61
GRÁFICO 13	Razón por la que no compraría un auto	62
GRÁFICO 14	Vehículo que compraría	63
GRÁFICO 15	Cuota mensual que podría pagar	64
GRÁFICO 16	Plazos en meses	65
GRÁFICO 17	Precio que podría pagar	66
GRÁFICO 18	Precio del auto	67
GRÁFICO 19	Lugar que prefiere comprar el vehículo	68
GRÁFICO 20	Recursos para la compra de un vehículo	69
GRÁFICO 21	Actividad en la que utiliza su vehículo	70
GRÁFICO 22	Motivación para adquirir un auto	71
GRÁFICO 23	Principal característica antes de adquirir un auto	72
GRÁFICO 24	Producción mundial de vehículos	73
GRÁFICO 25	Venta de vehículos del Ecuador en el 2013	75
GRÁFICO 26	Importación de vehículos del Ecuador 2012-2013	78
GRÁFICO 27	Exportaciones de vehículos	79
GRÁFICO 28	Importaciones y exportaciones	80
GRÁFICO 29	Establecimientos dedicados a actividades de comercio automotriz	81 84

GRÁFICO 30	Participación por marca 2013	89
GRÁFICO 31	Distribución del ingreso familiar	99
GRÁFICO 32	Distribución relativa del ingreso corriente No monetario mensual	100
GRÁFICO 33	Ingreso familiar	101
GRÁFICO 34	Ingreso familiar en UDS	102
GRÁFICO 35	Proyecciones	106

RESUMEN

La oferta y demanda de un bien, es importante en el análisis económico del mercado, y en el presente trabajo de investigación se estudió el nivel de ingresos de las familias de la provincia de Chimborazo, y como estas pueden adquirir un nuevo auto, a partir de un diagnóstico situacional para medir el aporte y cumplimientos de actividades, de manera cualitativa, cuantitativa de los resultados que se obtuvieron de la observación de campo y de la aplicación de las encuestas a las familias de la provincia de Chimborazo. .

Este trabajo de investigación denominado “Estudio de la demanda de automóviles y su relación con el ingreso familiar de los habitantes de la Provincia de Chimborazo durante el periodo 2012 – 2013” está dividido en cinco capítulos que se estructuran de la siguiente manera:

El primer capítulo corresponde al marco referencial, en donde se encuentra la formulación y el planteamiento del problema, los objetivos, tanto generales como específicos, además de la justificación de la investigación desarrollada, tomando en cuentas las realidades del lugar en la que se desarrolló la investigación.

En el segundo capítulo, se expone el marco teórico, en la que se consideró la bibliografía de varios libros, revistas, informes y boletines entregados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador, así como la consulta de páginas electrónicas.

Este capítulo abarca diferentes unidades que ayudaron en el desarrollo de esta investigación, y analiza como unidades la oferta y demanda, el nivel de ingresos, el mercado automotor del Ecuador y de la Provincia de Chimborazo, y las características del lugar de estudio.

El tercer capítulo es el marco metodológico, en la que se abarca métodos, técnicas a seguir para el manejo adecuado de la información obtenida, y para la determinación de la muestra y a la vez la comprobación de hipótesis planteada.

En el cuarto capítulo se expone los resultados de la investigación, realizando unos análisis comparativos de los últimos años, y estudiando el nivel de ingresos de las familias de la provincia de Chimborazo, además se realizó una proyección del cual será la demanda de vehículos para los próximos años en la provincia.

En el Quinto Capítulo se plantea las conclusiones y recomendaciones, en este capítulo se plasman las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó al realizar esta investigación.



ABSTRACT

The supply and demand of a good is important in the economic analysis of the market and in the present research work the income level of families in the province of Chimborazo and the way people can buy a new car was studied, with the application of a situational analysis, to measure the contribution and fulfilment of activities, in a qualitatively and quantitatively way from the results obtained from field observation and implementation of household surveys in the province of Chimborazo. .

This research entitled "Study of the demand for automobiles and their relationship to the family income of the inhabitants of the province of Chimborazo during the period 2012 - 2013" is divided into five chapters and structured as follows:

The first chapter corresponds to the framework, where the formulation and approach to the problem, the objectives; both general and specific are applied, and also the addition to the justification of the research developed, taking into account the realities of the place where it was developed.

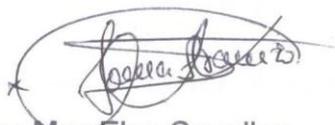
In the second chapter, the theoretical framework discussed in the literature of several books, journals, reports and newsletters delivered by the National Institute of Statistics and Censuses of Ecuador, as well as consultation of web pages were considered.

This chapter covers different units, helping in the development of this research, and it analyzes as supply units and demands, the income level, the automobile market in Ecuador and Chimborazo Province, and the characteristics of the study site.

The third chapter is the methodological framework in which methods; and techniques were used to handle the information obtained, and to determine the sample to corroborate the hypothesis.

The results of the research are shown In the fourth chapter, making a comparative analysis of recent years, and studying the income of families in the province of Chimborazo, plus a projection which will determine the demand for vehicles in the coming years in the province.

Conclusions and recommendations are shown in the fifth chapter of this summary.



Reviewed by: Mes Elsa Cevallos.



INTRODUCCIÓN

El crecimiento del parque automotor en el Ecuador y la provincia de Chimborazo es continuo, y las familias buscan conseguir el mejor precio para la compra de nuevo auto, en la cual se busca comodidad para su familia además de conseguir el mejor provecho en el trabajo y en las actividades diarias.

El crecimiento de la demanda de automotores también es un reto para la administración municipal, y las ciudades constantemente están diseñando mejores soluciones para mejorar la movilidad de la personas, lo que obliga a las administraciones municipales a buscar maneras de ordenarlos, de tal manera que la economía este en constante crecimiento.

El sector con la oferta y demanda de autos tiene una participación importante en la economía del país debido ya que es importante generadora de empleo directo e indirecto, además de los ingresos que genera en todas las actividades económicas directas e indirectas que involucra desde el ensamble hasta la distribución y venta. Sólo en el caso de impuestos se estima que son de alrededor de USD 400 millones, de dólares son los que se recibe anualmente.

La demanda de autos en la provincia de Chimborazo está relacionada por el poder adquisitivo de las familias, pero a esto se suma los altos cargos de impuestos y aranceles que se cobra en la compra de autos, por lo que de alguna manera se trata de desmotivar el consumo de autos en el Ecuador para así evitar la salida de las divisas del país.

De acuerdo a la información del Censo Nacional Económico 2010, existen 29.068 establecimientos económicos dedicados a actividades de comercio automotriz, de los cuales el 70% corresponden a establecimientos 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; venta al por menor de combustibles y venta de vehículos, (INEC, 2010)

La investigación quiere conocer cuáles son los factores importantes que influyen en la demanda de vehículos, además de como las familias distribuyen sus ingresos y que facilidades tiene para la adquisición de un auto, es así que se busca conocer los ingresos, y su nivel de vida con respecto a otras ciudades del país.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Ecuador a partir del año 2000 con la implementación de la dolarización, comenzó un proceso de incremento paulatino de adquisición de nuevos vehículos, ya que los ciudadanos vieron nuevas oportunidades, y muchos mejoraron su nivel de ingresos, pero a partir del año 2011 la situación cambió por diferentes situaciones: reducción de los puestos de trabajo e incremento de los precios de los automóviles, iniciando un proceso de reducción de ventas, pasando de 139.893 unidades vendidas, a 113.812 en el 2013 con una reducción de cerca del 19%, a consecuencia de la medida de control implementada por el gobierno (AEADE, 2015)

Entre los autos más vendidos en el Ecuador y en la provincia de Chimborazo están los autos de uso familiar, en la que la marca que encabeza la lista es la Chevrolet con el 44% siendo de estos el modelo Aveo, y el Sail, los que sobresalen en ventas, también se encuentran los vehículos Kia con el 10,8% y el podio se completa con Hyundai que tiene el 8,46% del mercado, por lo que la investigación se enfocará en este sector de vehículos familiares, que están en el rango de 10.000 a 27.000 mil dólares que sería vehículos populares.

De acuerdo a la Agencia Nacional de Tránsito en la provincia de Chimborazo el número de vehículos particulares tipo automóviles, en el 2012 fue de 43.511 unidades y para el siguiente año 2013 se dio un incremento de aproximadamente de 2500 vehículos llegando a los 45.909 automóviles, además, hay que considerar que el incremento de precio que se da en el transcurso del tiempo, por ejemplo el vehículo Sail de Chevrolet en el 2012 tenía un precio de \$15.410 y en el 2013 en mismo vehículo se vende a \$17.290 dólares existiendo un incremento del 12.20% (Comercio, 2014).

Al considerar que la demanda de autos está relacionada directamente con los ingresos de las familias, en el Ecuador los ingresos promedio fue de \$893 y

su gastos son \$809 según los datos del (INEC, 2013), mismos ingresos se ha visto afectada, por la composición de los de gastos entre los distintos rubro se considerando que el 24,4% de los ingresos es destinado a los alimentos y bebidas no alcohólicas, 14.6 % para el transporte, 9,9% bienes y servicios diversos y prendas de vestir, calzado, hoteles y restaurantes con el 8%, siendo los rubros más representativos teniendo una capacidad de ahorro de \$83,3 para adquirir un automóvil.

También otro problema que enfrenta el sector de mercado automovilístico es, el aumento de aranceles y disminución de cupos dispuesto por el Comité de Comercio Exterior (COMEX, 2013) , que pasó del 35% al 40% en el año 2012 y que se mantiene hasta el 2014, añadiendo que el en 2013 se establece la obligatoriedad de la matriculación por parte de la concesionaria, afectando así a los ingreso de las familias ya que tienen que destinar más recursos para obtener el automóvil.

Por estas razones se puede establecer que no existe un análisis microeconómico y la falta de estudios en el área no se ha podido conocer de una manera precisa la realidad del parque automotor en la Provincia de Chimborazo.

Esto motiva a que se busque conocer la relación del ingreso familiar con la demanda de automóviles para buscar alternativas que permitan fortalecer este sector tan importante de la economía.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la relación entre la demanda de automóviles y el ingreso familiar de los habitantes de la Provincia de Chimborazo durante el periodo 2012 - 2013?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar cómo la demanda de automóviles se relaciona con el ingreso familiar de los habitantes de la Provincia de Chimborazo durante el periodo

2012 – 2013 a fin de determinar su nivel de incidencia y sus principales factores.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir el comportamiento de la oferta y la demanda de automóviles en la provincia de Chimborazo.
- Determinar el nivel de ingreso familiar de los habitantes de la provincia de Chimborazo.
- Determinar la relación existente entre el nivel de ingresos y la demanda de vehículos en la provincia de Chimborazo.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El presente trabajo de investigación se justifica, ya que en la provincia de Chimborazo no se ha realizado un estudio econométrico sobre la demanda de autos existentes, y su relación con el nivel de ingresos familiares, permitiendo lograr un análisis enriquecedor y significativo que ayude a los ciudadanos en general.

Para lograr el éxito de este trabajo es importante contar con un análisis completo del nivel de ingresos familiares, a analizarlos con rigor profesional y ético, incluso para la identificación de estrategias que deben aplicarse para lograr un estudio microeconómico, de la demanda de vehículos, y realizar una proyección con la utilización de un modelo econométrico que ayude a obtener mejores conclusiones del trabajo.

Por lo tanto, es importante esta investigación, que consistirá en generar conocimiento a través de datos cuantificables de las condiciones de vida de las familias, y esta información puede servir de modelo para interpretar otras realidades similares o parecidas en el del país.

En el campo práctico servirá para aprovechar correctamente información real sobre aspectos de la demanda y comercialización de vehículos que fortalezca el perfil del investigador y se convierta en una fuente de consulta para quienes

estén involucrados en este tema, incluso ayudo a conocer el nivel de movilidad para los futuros años en la provincia.

La investigación permitirá estudiar la posibilidad que tienen las familias de la provincia en adquirir un nuevo auto, y como este afectara a su capacidad de pago, y que esfuerzos realiza la familia en caso de adquirir el vehículo con crédito, además cabe destacar que la realización de la investigación es factible, ya que se cuenta con toda la información necesaria para su desarrollo.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

El presente trabajo de investigación se fundamenta en la teoría del profesor (Bruckman, 2008, págs. 43-53) en su libro: Hacia una reformulación de la Economía Contemporánea “establece que la demanda de los individuos por bienes depende, no solamente de sus ingresos, como postula la teoría económica contemporánea, sino también de sus necesidades. Si el ingreso del individuo es menor que el valor de sus necesidades de bienes, la demanda será igual a su ingreso.

2.2. EL INGRESO Y EL GASTO

El Ingreso como el gasto están presentes en todos los niveles económicos, desde el individuo, pasando por las familias hasta llegar al Estado, que tendrán que saber cómo administrar tanto los ingresos como los gastos, para así evitar problemas económicos que desequilibren sus economías, es por eso la importancia de conocer cada uno de los términos planteados.

2.2.1. Los ingresos.

El ingreso es la “cantidad de dinero que recibe una persona, una familia, entre otros, por la venta de sus productos”, Considerándose entre los principales ingresos monetarios: salarios, ganancias, beneficios, intereses, renta" (Mendez, 2011, pág. 132)

Los ingresos son un factor importante en el desarrollo o crecimiento de una economía, es por eso que las familias al igual que los Estados, busca cada vez tener más ingresos por sus actividades, de esta manera podrán sustentar también su continuos gastos, y poder destinar si fuera el caso dinero para ahorros. En su sentido más amplio, “el ingreso viene a ser el dinero o los bienes que recibe un individuo o un grupo de personas, una empresa o una economía, a través de un período específico originado ya sea por la venta de

servicios productivos, salarios, sueldos, intereses, ganancias y rentas” (Velásquez, 2012, pág. 78).

Los ingresos de los hogares comprenden todas las entradas en efectivo o en especie (bienes y servicios) percibidas por el hogar o por sus miembros a título individual a intervalos anuales o más frecuentes. Estas entradas percibidas por los hogares pueden utilizarse para el consumo corriente y no reducen el patrimonio neto del hogar mediante una reducción de su dinero en efectivo, la enajenación de otros activos financieros o no financieros o un aumento de su pasivo. Excluyen las ganancias imprevistas y otras entradas que se perciben en forma no periódica y, normalmente, una sola vez. Deberá indicarse el ingreso bruto de los hogares, es decir, antes de la deducción del impuesto sobre la renta y de otros impuestos y las cotizaciones de seguridad social. (LABORSTA, 2014)

En el ingreso también se considera a cualquier partida u operación que afecte los resultados de una empresa aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas, ya que al inicio de una actividad económica el ingreso que se tenga puede ir destinado a cubrir el pago de las deudas contraídas para el inicio de la actividad. Es decir el ingreso se entenderá por ingreso económico la recepción de ingresos monetarios y no monetarios que tienen las personas o las familias; como consecuencia del desgaste físico y mental realizado. Hay que tener en cuenta que puede haber entrada sin ingreso, como cuando se consigue un préstamo bancario. En tal caso se está recibiendo pasivo y los resultados no se afectan. Puede haber ingreso sin entrada, como en el caso de una venta a crédito, en donde no se ha recibido aún dinero y consecuentemente sólo se afectan los resultados con el abono a Ventas sin tener entradas, ya que no se ha recibido aún ninguna cantidad. Finalmente, pueden coexistir las entradas con los ingresos como en el caso de una venta al contado. El cargo a Bancos registra la entrada y el abono a Venta registra en Ingreso. (ZAVALA, 2010, pág. 45)

2.2.1.1. Tipos de ingresos

Existen algunos tipos de ingresos al igual que una diferente clasificación, y en primera parte se verá la clasificación que según (KIYOSAKI, 2009) lo clasifica en el ingreso ganado, el ingresos portafolio, y el ingresos pasivo.

- Ingreso ganado: El ingreso ganado es el ingreso que se recibe cuando se trabaja por dinero, es el ingreso que viene en la forma de un cheque con tu pago. También es el tipo de ingreso cuando se pide un aumento, bono, pago de tiempo extra, comisiones y gratificaciones. (KIYOSAKI, 2009)
- Ingreso de portafolio: El ingreso de portafolio es generalmente el ingreso de activos de papel como acciones, bonos y fondos de inversión. Una gran mayoría del total de cuentas de retiro están contando con el ingreso de portafolio en el futuro.
- Ingreso pasivo: El ingreso pasivo generalmente es el ingreso que proviene de los bienes raíces. También pueden ser los ingresos provenientes de regalías, de patentes o del uso de tu propiedad intelectual como canciones, libros u otros objetos de valor Un excelente medio de ingresos pasivos es en Mercadeo en Red.

Otra clasificación del ingreso está dada por el ingreso real, el ingreso nacional y el ingreso familiar.

2.2.1.1.1. El ingreso Real

El ingreso real, refleja la cantidad de bienes o servicios que puede adquirir un consumidor, con un ingreso monetaria, mientras que la renta monetaria es la cantidad de dinero o ingreso que percibe una persona o economía doméstica en un determinado período de tiempo, es un flujo monetario. La renta real por el contrario muestra los bienes que puede adquirir con su renta monetaria. (LABORSTA, 2014, pág. 45).

La renta real es importante en el estudio, y esta renta real depende de la renta monetaria y de los precios de los productos, si la renta monetaria sube, permaneciendo constante el precio de los productos, sube la renta real. Y lo mismo ocurre pero a lo contrario, si sube la renta monetaria pero el nivel de

precios de los productos sube en la misma proporción, la renta real del sujeto permanece constante, puesto que con la nueva renta monetaria puede comprar los mismos bienes que con la anterior renta monetaria. También se puede incrementar la renta real del sujeto sin que varíe su renta monetaria, cuando permaneciendo constante ésta, desciende el nivel de precios de los productos. (GHOSH J, CORNIA G., 2011, pág. 34).

El ingreso real tiene una diferencia con el ingreso nominal, el cual es aquel que esta expresado en unidades monetarias del periodo en el que se recibe el ingreso, mientras que el ingreso real es aquel que mantiene su valor o poder adquisitivo a través del tiempo, es por eso que a pesar de que el ingreso nominal podría ser mayor después del transcurso de algunos años, pero en términos de ingreso real llegar a ser igual. (Gollas, 2008, pág. 43).

2.2.1.1.2. El ingreso nacional

El ingreso esta dado de diferentes fuentes al igual que existen variaciones en los términos de ingresos, es así que el ingreso nacional, es un término macroeconómico, que se utiliza a nivel general en un país.

El ingreso nacional de un país es el total de los ingresos, sueldos y salarios, intereses, dividendos, arriendos y utilidades, recibidos por los factores productivos nacionales y son destinados al consumo o al ahorro dentro del país. (SANFUENTES, 2007, pág. 168).

El ingreso Nacional Se calcula a partir del Producto Nacional Bruto (PNB). El PNB es la suma total de bienes y servicios producidos en un país, medidos en precios corrientes.

En el cálculo del Ingreso Nacional (IN) o Producto Nacional Neto (PNN) se resta del PNB las sumas requeridas para reemplazar y amortizar el equipo de capital de la sociedad que se gasta (lo que, en los países desarrollados representa entre un 10 y un 20 % del PNB), y sumándole o restándole las ganancias o pérdidas netas obtenidas en las transacciones comerciales con el

resto del mundo (en los países desarrollados representan entre un 5 y un 10 % del PNB). (Gavira, 2012, pág. 31).

El sector público, en los países capitalistas desarrollados, participa del Ingreso Nacional aproximadamente en un 40 % y posee el 30 % del capital social, sobretodo en forma de obras de infraestructura. Controla en forma directa aproximadamente el 10 % de la fuerza de trabajo

2.3. INGRESO FAMILIAR

El ingreso total familiar, “lo componen los ingresos que provienen del trabajo, del capital y de las transferencias (pensiones, donativos). Numerosos estudios muestran que el ingreso total de las familias está sistemáticamente relacionado con las características personales de sus miembros: la edad, la localización geográfica, la naturaleza del trabajo, el nivel educativo, etcétera. Este tipo de análisis explica cuánto de la desigualdad total está asociada a variaciones en los factores que determinan el nivel del ingreso como la educación, la edad y la localización geográfica, entre otros”. (Gollas, 2008, pág. 56)

Existen diversos criterios respecto al concepto del Ingreso, no obstante, la definición que se utilizó para la ENIGHUR es la que se describe a continuación

De acuerdo a (ENIGHUR 2013) los ingresos de los hogares comprenden todas las entradas en efectivo o en especie (bienes y servicios) percibidas por el hogar o por alguno de sus miembros a intervalos anuales o más frecuentes, pero no las ganancias imprevistas y otras entradas que se perciben en forma no periódica y, normalmente, una sola vez. Las entradas percibidas por los hogares pueden utilizarse para el consumo corriente, y no reducen el patrimonio neto del hogar mediante una reducción de su dinero en efectivo, la venta o disposición de otros activos financieros o no financieros o un aumento de su pasivo”

El ingreso familiar disponible neto es la cantidad de dinero que una familia percibe o gana cada año después de impuestos. Representa el dinero del que dispone una familia para gastar en bienes o servicios

De acuerdo al (INEC, 2013) el Ingreso Corriente del hogar dice que se toman en cuenta tres principios básicos asociados al período de referencia especificado para el cálculo del ingreso que son:

Las entradas regulares de recursos

- Se considera que los ingresos deben contribuir al bienestar económico efectivo corriente, es decir, se pueden destinar a la adquisición inmediata de cualquier bien o servicio;
- No se considera como ingreso las entradas que se obtienen a partir de la reducción del patrimonio neto.

2.3.1. COMPOSICIÓN DEL INGRESO FAMILIAR

El ingreso familiar disponible, y este se compone de los ingresos provenientes de la actividad económica (sueldos y salarios); beneficios de aquellos que trabajan en su propia empresa; ingresos provenientes de propiedades, beneficios sociales en efectivo como de la seguridad social (pensiones por jubilación, beneficios por desempleo, asignaciones familiares, subsidios para bajos ingresos, etc.) y transferencias sociales en especie (bienes y servicios como servicios de salud, educación y vivienda, recibidos de manera gratuita o a precios reducidos). (Banco Mundial, 2014).

Es necesario anotar que cada familia y cada individuo necesitan preparar un presupuesto para poder administrar y usar de forma más eficiente el dinero que ganan. El presupuesto es una herramienta muy valiosa que permite establecer metas financieras y planear cómo alcanzarlas.

La composición del ingreso familiar no es la misma en todas las familias, ya que “varía dependiendo de donde proviene el ingreso y de la cantidad que puede recibir, ya que una familia con pocos ingresos no pagaría el impuesto a la renta, mientras que otras si lo tendrán que pagar, al igual que unas podrán recibir algún tipo de subsidio y otras no lo recibirán”. (Panero, 2014, pág. 56)

Los ingresos familiares pueden venir de diferentes fuentes, que al final terminan aportando a los gastos que tiene la familia, estos ingresos no siempre son seguros, ya que pueden venir se fuentes extraordinarias como ventas de un bien, o por compensaciones extras durante un periodo, que después se pierden.

De acuerdo a (GHOSH J, CORNIA G., 2011) distintos tipos de ingresos individuales de los habitantes de los domicilios fueron agregados a cuatro componentes

- a) Ingresos laboral
- b) Ingreso de la seguridad social
- c) Ingreso de los programas de transferencia y
- d) Otros ingresos

- El ingreso laboral se lo denomina como todo ingreso obtenido por cualquier tipo de trabajo, tanto monetario como no monetario (pago por trabajo en bienes y servicios). El ingreso de la seguridad social fue detenido como todos ingresos de jubilación y pensiones, aunque puede incluir también algunos programas de transferencias ingreso sin condición.
- El ingreso de los programas de transferencias ha sido previamente definido. Por último, en la categoría otros ingresos se encuentran todos los ingresos que no fueron clasificados en los tres primeros. Incluye principalmente alquileres, intereses y otros ingresos de capital, y transferencias privadas como donaciones e ingresos recibidos del

exterior (transferencias de ingresos sin condicionalidad también puede estar dentro de este último componente, en los casos en que no había forma de distinguirlos para agregarlos en los ingresos de la seguridad social. (GHOSH J, CORNIA G., 2011, pág. 401)

De acuerdo a la clasificación que da el Instituto de estadísticas y censos del Ecuador, (INEC 2012) los ingresos pueden ser por

2.3.1.1. Ingreso por trabajo Independiente

Corresponden fundamentalmente a los ingresos de los propietarios de empresas no constituidas en sociedad que trabajan en dichas empresas. Quedan excluidos los beneficios de la inversión de capital de socios que no trabajan en dichas empresas, dividendos y honorarios del personal directivo pagados a los propietarios de empresas constituidas en sociedad. La actividad de una persona con empleo autónomo puede tener pérdidas. (Bruckman, 2008, pág. 78).

La base de la definición de ingresos del empleo independiente es el concepto de ingresos mixtos procedentes tal como se define en el Sistema de Cuentas Nacionales que corresponden al valor de la producción bruta una vez descontados los gastos de explotación. (Eco-finanzas, 2011)

Los ingresos del empleo independiente incluyen los conceptos de autoconsumo y auto suministro.

- Autoconsumo: se refiere a los productos que el hogar produce por su cuenta con el fin de destinarlos para su propio consumo y no para venderlos en el mercado. Estos productos se valoran a precio de mercado.

2.3.1.2. Ingreso proveniente del trabajo

Se considera al ingreso de la persona en condición de asalariado, el ingreso proveniente de las empresas no constituidas en sociedades de capital y

administradas por sus dueños y los honorarios o ganancias del trabajador por cuenta propia.

2.3.1.3. Trabajo Dependiente (Asalariado)

Los ingresos del empleo asalariado comprenden los pagos en dinero y en especie realizados por los empleadores a sus asalariados, en concepto de remuneración por el trabajo o labor realizada durante un período determinado.

Se considera como remuneración en especie aquellos bienes y servicios que recibe un trabajador como contraprestación por un trabajo realizado. La valoración de estos bienes se efectúa a precios de mercado minorista y al mismo tiempo que constituye un ingreso en especie se considera un gasto cuando lo consume.

Auto suministro: se refiere a los productos que el trabajador independiente retira de su propio negocio para satisfacción de necesidades propias del hogar. Estos productos también se valoran a precios de mercado.

2.3.1.4. Ingresos de otros trabajos

Se refiere al ingreso monetario que recibieron los integrantes del hogar por el desempeño por algún (os) trabajo(s) diferente(s) al trabajo principal o secundario, durante el período de referencia.

2.3.1.5. Ingresos por Renta de la Propiedad

Las rentas son pagos recibidos por el uso de activos no producidos, como arriendos de la tierra, casas, departamentos, patentes, derechos de autor.

2.3.1.6. Ingresos por Renta de Capital

Son intereses procedentes de cuentas bancarias, cooperativas de crédito y otras instituciones financieras, certificados de depósitos, préstamos otorgados a terceros, valores por bonos, dividendo de acciones.

2.3.1.7. Medición de la situación económica de los hogares

El cálculo de los ingresos de los hogares no tiene en cuenta el valor de los bienes y servicios que son fruto del trabajo doméstico, ni los intercambios de servicios entre familiares, amigos o vecinos.

El ingreso total de los hogares incorpora los ingresos monetarios y no monetarios derivados del trabajo en el mercado y de la rentabilidad de sus activos, los beneficios que se obtienen a través del sistema de seguridad social como, por ejemplo, el acceso a servicios de salud o los que brinda en especie el Estado, como las canastas de alimentos. (ESPINO A. SALVADOR S. Y QUEREJETA M., 2010, pág. 7).

Por lo tanto, no se considera el valor del trabajo no remunerado que se realiza para el cuidado de las personas y de los hogares principalmente realizado por mujeres, que es un insumo esencial para todo el funcionamiento del sistema económico y social.

La situación económica de las familias está relacionada con el poder adquisitivo que está determinado por una cantidad de bienes y servicios que pueden ser comprados con una suma específica de dinero, dados los precios de estos bienes y servicios. (ESPINO A. SALVADOR S. Y QUEREJETA M., 2010).

Así, cuanto mayor sea la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos con determinada suma de dinero, mayor será el poder adquisitivo de las familias.

2.3.2. EL GASTO

De acuerdo a (RODRIGUEZ MARÍN, 2015), dice que el gasto es un consumo voluntario de activo a cambio de una contraprestación, en el caso de que dicho consumo fuera involuntario y sin contraprestación se incurriría en una pérdida. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el

mundo exterior que dan lugar a alteraciones negativas en el patrimonio neto de la misma.)

El gasto también es un término que se utiliza en los cálculos contables por lo que el Plan General de Contabilidad (PGC), en su primera parte, Marco Conceptual, define los gastos como: “Decrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos, o de reconocimiento o aumento del valor de los pasivos, siempre que no tengan su origen en distribuciones, monetarias o no, a los socios o propietarios, en su condición de tales”.

Los gastos, también se definen como los componentes negativos del resultado, pueden definirse como los decrementos en el patrimonio neto durante el ejercicio, ya sean en forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos, o de reconocimiento o aumento de los pasivos, siempre que no tengan su origen en distribuciones a los socios o propietarios. En la figura siguiente se delimita el concepto de gasto. (MUÑOZ JIMÉNES, 2008, pág. 88)

2.3.2.1. Tipos de gastos

Contablemente los conceptos asociados a cada “Tipo de Gasto” se describen a continuación:

1. Administrativos: se refiere a los gastos asociados con actividades de dirección, planeación y apoyo logístico de la entidad (sueldos y salarios, contribuciones imputadas y efectivas, aportes de la nómina, generales e impuestos).

2. Operativos: se refiere a los gastos asociados con el desarrollo de las operaciones básicas o principales de la entidad, siempre que no se registren como costo o gasto público social (Grupo 52: sueldos y salarios, contribuciones imputadas y efectivas, aportes de la nómina, generales e impuestos)

3. Otros: Corresponden a la compra de Inventario, de Propiedades, planta y equipo, Transferencias, Servicio de la deuda, Operaciones de Crédito Público

(del Grupo 24 intereses y comisiones), pensiones, gasto público social y Otros gastos.

4. Costos y Gastos por distribuir para bienes: corresponde a la utilización de la subcuenta 589701 Bienes producidos, que "(...) representa el valor de los costos y gastos incurridos por la entidad contable pública que no pueden identificarse directamente con un centro de costos productivo o administrativo, para lo cual debe adelantarse un proceso de distribución. Este proceso debe efectuarse como mínimo al finalizar el mes, momento en el cual el saldo de la cuenta debe ser igual a cero" (AVILA Y LUGO, 2010).

5. Costos y Gastos por distribuir para servicios: corresponde a la utilización de la subcuenta 589723 Servicios, que "(...) representa el valor de los costos y gastos incurridos por la entidad contable pública que no pueden identificarse directamente con un centro de costos productivo o administrativo, para lo cual debe adelantarse un proceso de distribución. Este proceso debe efectuarse como mínimo al finalizar el mes, momento en el cual el saldo de la cuenta debe ser igual a cero"

El Clasificador por Tipo de Gasto relaciona las transacciones públicas que generan gastos con los grandes agregados de la clasificación económica presentándolos en Corriente, de Capital y Amortización de la deuda y disminución de pasivos. (CONAC, 2011).

1.- Gasto Corriente

2.- Gasto de Capital

3.- Amortización de la deuda y disminución de pasivos

A continuación se conceptualizan las siguientes categorías:

2.3.2.2. Gasto Corriente

Son los gastos de consumo y/o de operación, el arrendamiento de la propiedad y las transferencias otorgadas a los otros componentes

institucionales del sistema económico para financiar gastos de esas características.

Se compone del gasto de consumo final de los hogares, más su gasto 'de no consumo' o 'no imputable al consumo'. En la ENIGHUR se lo presenta como gasto monetario, mientras el gasto no monetario corresponde a la contrapartida de los ingresos no monetarios. (INEC, 2013)

Los hogares tienen necesidades y deseos personales que se satisfacen directamente mediante el consumo de bienes y servicios resultantes de actividades que son productivas en sentido económico (SCN 1993, 6.6 pág. 121).

Estos bienes y servicios se conocen como bienes y servicios de consumo y su valor individual se define como gasto de consumo en ese bien o servicio

2.3.2.3. Gasto de Capital

Son los gastos destinados a la inversión de capital y las transferencias a los otros componentes institucionales del sistema económico que se efectúan para financiar gastos de éstos con tal propósito.

2.3.2.4. Gasto de Consumo

Es el valor de los bienes y servicios de consumo adquiridos (utilizados o pagados) por un hogar para la satisfacción directa de las necesidades de sus miembros. Estas adquisiciones se las puede hacer mediante compras monetarias directamente en el mercado, así como también a través de regalos, salario en especie y mediante el autoconsumo o auto suministro.

La agregación que se utiliza para el Gasto de Consumo, se basa en la Clasificación de Consumo Individual por Finalidades (CCIF):

- Alimentos y bebidas no alcohólicas
- Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes
- Prendas de vestir y calzado

- Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles
- Muebles, artículos para el hogar y la conservación ordinaria del hogar
- Salud
- Transporte
- Comunicaciones
- Recreación y Cultura
- Educación
- Restaurantes y Hoteles
- Bienes y Servicios Diversos

2.3.2.5. El Gasto familiar

El gasto familiar es el caudal monetario que destina el hogar y cada uno de sus miembros al pago de bienes y servicios considerados de consumo, con destino en el mismo hogar o para ser transferidos gratuitamente a otros hogares o instituciones. Tomado de (<http://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=400&m=m&lang=es>).

Del concepto anterior se puede decir que el gasto familiar son todos los gastos, y pagos que realiza el grupo familiar para cubrir la compra o adquisición de bienes y servicios, en un determinado tiempo,

Las familias promedio suelen tener muchos gastos y estos van cambiando de acuerdo a las circunstancias, por ejemplo los gastos pueden cambiar cuando llegan los hijos, y crecer aún más cuando los mismos ingresan a estudiar, lo que no ocurriría con una pareja que no tiene hijos, pero hay algunos gastos que son fijos y es necesario tenerlos en cuenta.

Entre los gastos más importantes de la familia se encuentra los servicios. Es decir el costo de la renta es uno de ellos, así como los gastos de luz, agua, gas, teléfono, Internet y similares que puedas tener contratados y se paguen mensualmente como la TV satelital, o por cable, por ejemplo.

La educación es otro gasto importante de la familia, en la que los hijos deben ser tenidos en cuenta, como por ejemplo el pago de préstamos estudiantiles, o el pago de pensiones, útiles escolares, transporte, colación, etc.

2.3.2.6. Criterios utilizados para la valoración del gasto

El organismo más importante en el Ecuador encargado de medir el gasto de las familias es el INEC, y los criterios adoptados por las diferentes metodologías utilizadas, para captar los gastos del hogar son: consumo adquirido, consumo efectivo y consumo pagado.

Consumo adquirido: Es el valor total de los bienes y servicios adquiridos para el consumo de los hogares durante el periodo de referencia, independientemente de que se hayan consumido o pagado durante el mismo.

Consumo efectivo: Es el valor de los bienes y servicios realmente consumidos durante el periodo de referencia establecido, independientemente del momento en que se adquirieron o se pagaron.

Consumo pagado: Es el valor del pago de los bienes y servicios efectuados e imputados durante el periodo de referencia, independientemente del momento de su consumo.

El criterio utilizado para la ENIGHUR fue el consumo adquirido.

Tratamiento de valores negativos En la construcción del agregado del Ingreso Corriente, los ingresos negativos provenientes de las pérdidas de los negocios de los hogares de los

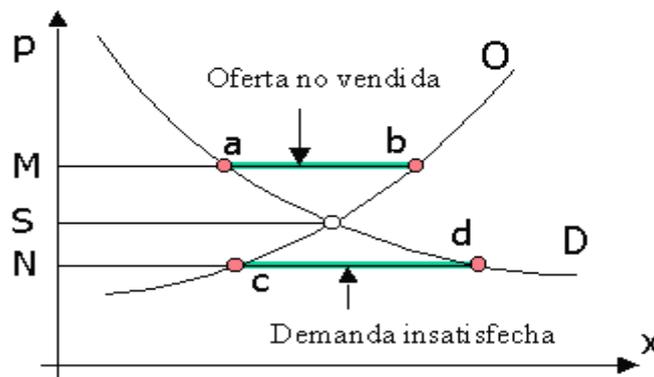
Trabajadores Independientes, se imputaron los valores correspondientes; de tal forma, que la diferencia entre el ingreso y el gasto o deducciones sea cero.

2.4. LA OFERTA Y LA DEMANDA

La oferta y demanda es un “modelo económico básico postulado para la formación de precios de mercado de los bienes, usándose para explicar una gran variedad de fenómenos y procesos tanto macro como microeconómicos. Además, sirve como base para otras teorías y modelos económicos” (MOCHON B, 2007, pág. 78)

Al realizar el estudio de la oferta y la demanda existe varios factores que afectan a cada una de las funciones y que determinan el aumento o disminución de cada uno de ellos.

ILUSTRACIÓN 1
LA OFERTA Y DEMANDA



Fuente: PARKIN M. 2006 p 73

La oferta y la demanda se relaciona entre el precio de un bien o servicio y las ventas del mismo y asume que en un mercado de competencia perfecta, el precio de mercado se establecerá en un punto llamado punto de equilibrio, lo que sería lo deseable y en el cual se produce un vaciamiento del mercado, es decir, todo lo producido se vende y no queda demanda no satisfecha. Lo que implica tres leyes para su cumplimiento.

- Cuando, al precio, la demanda excede la oferta, el precio tiende a aumentar. Inversamente, cuando la oferta excede la demanda, el

precio tiende a disminuir, a esto se lo conoce como una relación inversamente proporcional.

- Un aumento en el precio tiende, más tarde o más temprano, a disminuir la demanda y aumentar la oferta. Inversamente, una disminución en el precio tiende, más tarde o más temprano, a aumentar la demanda y disminuir la oferta.
- El precio tiende al nivel en el cual la demanda iguala la oferta.

La teoría de la oferta y demanda proporciona una herramienta de gran utilidad para analizar los factores que influyen sobre los precios y las cantidades compradas y vendidas. De acuerdo con esta teoría, surge un cambio en el precio ya sea por un cambio de la demanda, por un cambio en la oferta, o por un cambio en ambas. (PARKIN, 2010, pág. 73)

A continuación se estudiara la oferta y demanda de manera individual para dar una mejor comprensión a cada uno de los temas.

2.4.1. OFERTA

La cantidad ofrecida es el monto de un producto en particular que las empresas estarían dispuestas a ofrecer para su venta a un precio específico durante un período determinado. Un programa de oferta indica la cantidad de un producto que las empresas venderán a precios alternativos (FAIR, CASE, & OSTER, 2012, pág. 91).

Otro concepto dice que la oferta “es la cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o por un conjunto de individuos de la sociedad” La relación directa entre el precio y la cantidad (AVILA Y LUGO, 2010, pág. 162)

La oferta en el mercado de bienes y servicios son esenciales en el funcionamiento del mercado, de la cantidad ofertado dependerá los precios, al igual que de la demanda, de la interacción de la oferta y demanda,

dependerá de la cantidad de bienes que se producen a corto, mediano y largo plazo. La oferta se presenta de manera individual o colectiva.

La oferta individual de un producto cualquiera es la tabla de las cantidades del mismo que su poseedor estaría dispuesto a cada uno de los precios diversos.

La ley de la oferta establece que si los demás factores permaneces constantes, cuanto más altos sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofrecida de dicho bien; y mientras menor sea el precio de un bien, menor será la cantidad ofrecida. (PARKIN, 2010, pág. 66)

De acuerdo a Montoya Restrepo de la Universidad Nacional de Colombia dice que la oferta de determinado artículo se define como “las diferentes cantidades que los productores estarán dispuestos y en condiciones de ofrecer en el mercado en función de los distintos niveles de precios posibles, en determinado tiempo.”

Dos aspectos básicos condicionan los productores o vendedores:

- El deseo de obtener mayores utilidades que los lleva a buscar formas de minimizar los costos.
- El hecho de que un aumento desmedido en la producción puede conducir a un aumento proporcional mayor en los costos.

El precio para el productor es el que determina el ingreso que le permite cubrir los costos de producción o adquisición del producto y las ganancias esperadas, de tal manera que cuando los precios suben los oferentes se motivan a ofrecer mayor cantidad de productos y viceversa.

2.4.1.1. Curva de la oferta

Es la representación gráfica que muestra la cantidad total de un producto que los productores están dispuestos a producir o vender, en un determinado período de tiempo, a diversos precios del producto, cuando los demás factores de la oferta permanecen constantes. La curva de la oferta

normalmente tiene pendiente positiva que muestra una relación directa entre los precios y las cantidades.

Un movimiento en esta curva se da solo si hay variación de los precios, si hay cambios en otras variables afectarán toda la curva causando un desplazamiento en la misma. (MONTROYA, 2013, pág. 67).

La curva de la oferta representa la gráfica del plan de la oferta que muestra la relación entre la cantidad ofertada y el precio del bien. (KRUGMAN; OLNEY; WELL O, 2008, pág. 98) .

La relación que existe entre los precios y las cantidades ofrecidas, hacen que la curva se mueva cuando los precios son altos, se produce mucho por lo que las cantidades ofrecidas son altas mientras que si los precios disminuyen, la cantidad ofrecida disminuirá, las curvas de oferta suelen presentar una curvatura cóncava hacia arriba.

Una curva de oferta se describe con combinaciones de precios y cantidades ofrecidas que pueden darse cuando todos los demás factores que influyen en la oferta se mantienen constantes, que en la realidad no se da, y se utiliza la expresión latina "ceteris paribus" para aludir a esa condición de "que todo lo demás permanece igual". (Bruckman, 2008).

En esas circunstancias, cuando lo único que modifica la cantidad ofrecida es el precio, es cuando las curvas de oferta son una representación útil y sirven para analizar el efecto de los precios sobre la cantidad ofrecida. Se dice entonces que se producen "movimientos a lo largo de la curva de oferta" en vez de "desplazamientos de la curva".

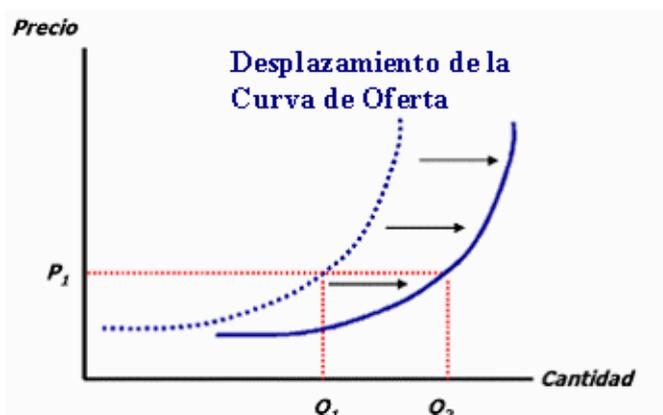
2.4.1.2. Desplazamientos de la curva de la oferta

La forma de la curva de oferta de todos los bienes y servicios normales es siempre creciente como consecuencia de que los precios más altos permiten obtener más beneficios y por ende mejorar sus ganancias e ingresos, lo que hace más atractivo el comercio de bienes y servicios. (HERNANDEZ, 2006)

Siempre habrá más productores dispuestos a producir más cuando el precio de éste suba, lo que hará que se mueva la curva de la oferta, habitualmente la curva de oferta es convexa hacia el eje de abscisas (las cantidades) y cóncava hacia el de ordenadas (los precios).

ILUSTRACIÓN 2

LA CURVA DE LA OFERTA



Fuente: Montoya R. 2012 p 1
Elaboración: Montoya R. 2012 p 1

El desplazamiento de la curva de la oferta puede darse por varias razones, como cuando se modifican los precios de los factores productivos, la tecnología o las expectativas empresariales, cambios en los gustos etc.

Cada bien tendrá su curva de demanda característica, lo que puede variar en el transcurso del tiempo de igual manera por diferentes razones, y podrá ser más o menos inclinada, más o menos convexa. Además, la posición de la curva, más alta, más baja, desplazada hacia la izquierda o hacia la derecha, de acuerdo al comportamiento del mercado y dependerá de varios factores: (AVILA Y LUGO, 2010).

- Los precios de los factores productivos

- La tecnología
- Las expectativas o previsiones sobre el futuro

Si disminuye el precio de los factores productivos o avanza el conocimiento y la tecnología, o mejoran las expectativas empresariales, la curva de oferta se desplazará hacia la derecha, es decir, al mismo precio, para todos los precios, se producirá más cantidad, lo que ayudara a los consumidores.

Obsérvese, sin embargo, que las variaciones en el precio del producto no provocan desplazamiento de la curva ya que la curva está indicando precisamente las cantidades ofrecidas a cualquier precio. Si los factores citados son constantes, entonces la curva de oferta no se moverá y se podrá medir exactamente el efecto de las variaciones en los precios sobre las cantidades ofrecidas, que se representarán mediante movimientos a lo largo de la curva.

2.4.1.3. Determinantes Básicos de la oferta

Los determinantes básicos de la oferta de acuerdo a (Bowles, 2010, pág. 78) son:

- **Impuestos y subsidios.** Un aumento en las ventas provoca un incremento en los impuestos, por lo que el oferente se ve obligado a aumentar el costo de producción reduciendo su capacidad de oferta. En cambio, los subsidios se tienen como impuestos en reserva que más bien son beneficios para el oferente, dando por consecuencia una disminución en los costos de producción, incrementando la oferta.
- **Técnicas de producción.** Mientras mejor equipamiento tenga el oferente, mejor será su capacidad para elaborar bienes y servicios, teniendo ventajas competitivas en su oferta.
- **Precios de los insumos.** Si la materia prima en su costo es elevada, el productor tendrá que decidir la cantidad de producto a elaborar, si el precio en el mercado del producto terminado es benéfico para su negocio, quizá pueda optar por realizar la cantidad que el mercado demanda.

- **Expectativas.** Lo que se espera a futuro en la oferta de bienes y servicios puede afectar las decisiones actuales de la oferta en el mercado. Aunque en este análisis es más difícil determinar de qué manera el aumento de los precios futuros pueda afectar la oferta actual del producto. Este análisis es más tangible en el estudio de la demanda.
- **Precios de otros bienes.** Una disminución en algún producto o servicio puede generar que aumente la oferta de otros bienes. Por ejemplo, si en la canasta básica mexicana hay escasez de frijol, puede generar el aumento de la oferta del arroz.
- **Número de vendedores.** Cuanto mayor sea el número de proveedores, mayor será la oferta en el mercado, y mientras más industrias del mismo bien o producto se sumen en el mercado, la oferta aumentará generando un desplazamiento de la curva de la oferta hacia la derecha, ya que la posibilidad de encontrar esos determinados bienes será abundante (mayor competencia, mejor elección de los compradores). En cambio, cuando las empresas dejan de producir y vender ciertos bienes o productos, dejando a unos pocos oferentes el mercado, la curva de la oferta se desplaza hacia la izquierda. (Bowles, 2010, pág. 67)

2.4.2. DEMANDA

Cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico. (Branky, 2011, pág. 54)

La demanda muestra la cantidad de bienes que los consumidores están dispuestos a comprar para cada nivel de precio. (KRUGMAN P, 2007, pág. 58)

La demanda muestra las distintas cantidades de un bien que un consumidor está dispuesto a adquirir, por unidad de tiempo, a los diferentes precios alternativos posibles, ceteris paribus (el resto de variables permanecen constantes).

Por otro lado la demanda que una persona, una familia, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciada por un gran número de factores que determinarán la cantidad de producto solicitado o demandado o, incluso, si éste tiene demanda o no. “Es decir, la ley de la demanda indica que existe una relación inversa entre el precio y la cantidad demandada de un bien durante un cierto periodo; es decir, si el precio de un bien aumenta, la demanda por éste disminuye; por el contrario, si el precio del bien disminuye, la demanda tenderá a subir (existen excepciones a esta ley, dependiendo del bien del que se esté hablando)” (KRUGMAN P, 2007).

2.4.2.1. CURVA DE LA DEMANDA

Es una curva que muestra las cantidades de un bien que un consumidor está dispuesto a pagar y puede hacerlo, para comprar a diferentes niveles de precios.

Un desplazamiento de la curva de la demanda, Si el precio de un bien permanece constante, pero cambia alguno de los otros factores que influyen sobre los planes sobre los compradores, Hay un cambio en la demanda de ese bien, se ilustra un cambio en la demanda como un desplazamiento de la curva de la demanda. (PARKIN, 2007, pág. 65) .

En un mercado ideal, de libre competencia, tanto si es de bienes y servicios como si es de factores, llegarán los demandantes tratando de obtener la mayor cantidad de bienes al precio más bajo posible, por lo que el que vende pretenderá el mayor precio, y el que compra pretenderá el menor precio, así se configura la demanda, y así el precio es el principal determinante del desplazamiento de la demanda, y lo que determinara el aumento o la disminución de la demanda.

De la definición de la demanda se puede deducir “que es la cantidad demandada por un bien, en un tiempo dado, depende del comportamiento de los precios. Manteniendo la influencia de los demás determinantes

invariables. Por lo tanto podemos expresar la demanda como una función sencilla donde la cantidad se constituye en una variable dependiente del precio, siendo este por consiguiente una variable independiente”. (ROSALES, 2009, pág. 25) Elementos de Microeconomía.

$$D = f(P)$$

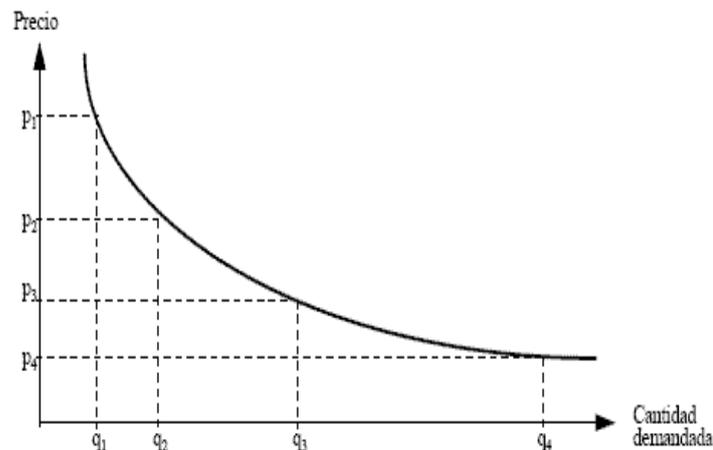
Dónde:

D= Demanda

f= En función de

P= Precio del bien

ILUSTRACIÓN 3 CURVA DE LA DEMANDA



Fuente: Montoya R. 2012 p 1

Para dar un mejor entendimiento al tema como ejemplo el mercado de un país con cualquier producto imaginario. Los consumidores estarán dispuestos a comprar más si el precio es bajo que si el precio es alto.

Como ejemplo que se relaciona al tema de investigación se puede decir que si el precio del vehículo fuese, de 18 mil dólares, los consumidores del país estarían dispuestos a consumir 100.000 vehículos al año. Si el precio de la

tonelada bajase a 10 mil dólares, se podría comprar más, por ejemplo, 150.000 al año. Si bajase aún más, el consumo aumentaría a 170.000 unidades. Y a menor precio la demanda aumentaría más.

2.4.2.2. DETERMINANTES DE LA DEMANDA

Los determinantes de la demanda son aquellos factores o variables que pueden ejercer una influencia en la evolución de la misma. Estos factores pueden agruparse en dos tipos principales: factores controlables y factores incontrolables.

De acuerdo a (PARRA GUERRERO, 2009) . Los factores controlables son aquellos factores variables sobre los que la empresa puede actuar para influir la demanda de acuerdo con sus objetivos. Estos factores son muy numerosos, siendo principalmente los siguientes: precio, promoción, publicidad, distribución, número de vendedores, calidad del producto, nivel de existencias, gama de productos, plazos de entrega, servicio postventa, etc.

Los factores incontrolables son aquellos sobre los que la empresa no ejerce ningún control y, por lo tanto, no pueden ser utilizados por esta para influir en la demanda.

2.4.2.2.1. Precio del bien

Al aumentar el precio de un bien disminuye la cantidad demandada y viceversa.

2.4.2.2.2. Precio de bienes sustitutos

Si el precio de un bien Y, un bien sustituto del bien X, aumenta, entonces la demanda del bien X va a aumentar, y si el precio del bien Y (bien sustituto de X) disminuye, la demanda de X va a disminuir. Por ejemplo, si aumenta el precio de los radios de audio, podrá aumentar la demanda de discos compactos.

2.4.2.2.3. Precio de bienes complementarios

Si el precio de un bien Y, un bien complementario al bien X, aumenta, entonces la demanda de X va a disminuir y viceversa. Por ejemplo, si aumenta el precio de la gasolina, podría disminuir la demanda de autos que usan gasolina, pues la gente preferirá vehículos que usen combustibles más baratos.

2.4.2.2.4. Ingreso de los consumidores

En los bienes normales, al aumentar el ingreso de los consumidores la demanda por un bien va a aumentar y viceversa. Por el contrario, en los bienes inferiores, al aumentar el ingreso del consumidor, la demanda del bien va a disminuir.

2.4.2.2.4. Gustos y preferencias

Al aumentar las preferencias por un bien (ya sea por moda, temporada, etc.) la demanda del mismo va a aumentar.

2.4.2.2.5. Población

Al aumentar la población es de esperar que la demanda por un bien aumente ya que existe mayor número de consumidores con la misma necesidad.

2.4.2.2.6. Precios futuros esperados

Si se espera que el precio de un bien aumente a un cierto plazo, la demanda inmediata de este bien va a aumentar. Por otra parte, si se espera que el precio disminuya en el futuro la demanda va a disminuir ahora, pues la gente pospondrá su decisión de compra hasta que el precio baje.

2.4.2.3. La elasticidad de la oferta y la demanda

En general la elasticidad es una medida de qué tan sensible es una variable económica a los cambios en la otra con la cual se relaciona, que participa la oferta y la demanda.

La elasticidad se define como un indicador de respuesta de los consumidores y productores ante los cambios de precios. Es la medición de qué tan sensible es la cantidad de un bien que demandan las personas o que ofrecen las empresas al precio del bien. (Bayas P. 2009 p 34)

Es por ello que la elasticidad se puede entender o definir como la variación porcentual de una variable del eje de la X en relación con una variable del eje de la Y. Si la variación porcentual de la variable dependiente de la variable Y es mayor que la variable independiente X, se dice que la relación es inelástica, ya que la variable dependiente del eje Y varía en mayor cantidad que la de la variable del eje de la X. Por el contrario, si la variación porcentual de la variable X es mayor que Y, la relación es elástica para lo cual se utiliza la fórmula que determinara si es o no elástica. (PARRA GUERRERO, 2009)

La elasticidad es uno de los conceptos más importantes utilizados en la teoría económica, y es “parte del estudio microeconómico del consumo, es empleada en el estudio de la demanda y los diferentes tipos de bienes que existen en la teoría del consumidor, con el estudio de la elasticidad se puede tomar decisiones y ayuda a proyectar la producción”. (Bayas P. 2009 p 34)

La elasticidad es también de importancia en el análisis de la distribución del bienestar, en particular, el excedente del consumidor y el excedente del productor, y al iniciar el estudio de la elasticidad se iniciara con el precio de la demanda.

2.4.2.4. Elasticidad de precio en la Demanda

La elasticidad del precio de la demanda mide que tanto la cantidad demandada responde a cambios de precio, demanda tiende a ser más elástica entre más sustitutos cercanos estén disponibles, o si el bien más de un lujo sea una necesidad, o si el mercado está minuciosamente definido, o si los compradores tienen los suficientes tiempo para reaccionar al cambio de precio. (Gregroy, 2012, pág. 107)

La ley de la demanda establece que una variación hacia el alza de los precios provoca consecuentemente una disminución en las cantidades demandadas de un producto, bien o servicio, sin embargo el grado o sensibilidad de esa variación no es igual en todos los productos y varía considerablemente de un producto a otro de acuerdo con el tipo de producto.

Para ciertos productos una pequeña variación de los precios puede provocar una reacción fuerte en los consumidores, dando como resultado grandes disminuciones en las cantidades lo que hace que el producto sea muy sensible a los cambios, en otros puede ocurrir exactamente lo contrario, donde una variación significativa de los precios no alcanza a tener grandes modificaciones en las cantidades ya que son indispensables o no tienen productos que los replacen.

Cada artículo o cada grupo de artículos puede tener diferente pendiente o inclinación, a lo cual en forma abreviada se le conoce como “elasticidad de la demanda”.

La elasticidad precio de la demanda es calculada como el “cambio porcentual de la cantidad demandada dividiendo por el cambio porcentual del precio, si la cantidad demandada se mueve proporcionalmente menos que el precio, entonces la elasticidad es menor que 1 y se dice que la demanda es inelástica, si la cantidad demandada se mueve proporcionalmente más que el precio, entonces la elasticidad es mayor a 1 se dice que la demanda es elástica”. (Gregroy M. , 2012, pág. 107)

La elasticidad de precio de la demanda es la respuesta o sensibilidad de los consumidores a un cambio en el precio de un producto, es decir la medición de cuánto cambia la cantidad demandada cuando cambia el precio de ese producto lo que puede ser para arriba o para abajo, y se puede cuantificar a través del concepto formal de elasticidad precio de la demanda que se calcula como la proporción existente.

Por ejemplo, si el precio de un bien aumenta a 106 desde un precio base 100 (el cambio es del 6%), y la cantidad demandada cae de 100 a 90 (una reducción del 10%) siendo la elasticidad igual a $10/6$, es decir, 1,66.

Para calcular la variación porcentual se divide tanto en el precio como en la cantidad, los cambios registrados sobre los valores originales.

Como el precio y la cantidad demandada están inversamente relacionados, y el uno varía dependiendo del otro, el coeficiente siempre será con signo negativo, por lo que se toman los valores absolutos para evitar la ambigüedad, lo cual no se presenta en el caso de la oferta puesto que la relación de precio y cantidad para este caso es positiva.

2.4.2.5. TIPOS DE DEMANDA.

Se puede interpretar el coeficiente de elasticidad del precio de la demanda de cuatro maneras diferentes:

- Demanda elástica
- Demanda inelástica
- Demanda unitaria
- Demanda perfectamente elástica e inelástica.

2.4.2.5.1. Demanda elástica

Cuando el resultado del coeficiente es superior a 1 se dice que la demanda del bien es elástica respecto al precio del mismo, es decir, un cambio porcentual en el precio da lugar a un cambio porcentual mayor en las cantidades; por lo tanto, aunque el precio del bien ha aumentado, el gasto total en el consumo de ese bien disminuirá.

De acuerdo a resultados se explica cómo ($E_d > 1$) cuando la cantidad demandada varía proporcionalmente más que el precio y esta es mayor a 1.

Ejemplo: A un precio de \$ 8000 dólares se demandan 6000 autos, se decide realizar una promoción disminuyendo su precio unitario a \$ 6000, lo cual hace elevar la cantidad demandada a 12000.

Entonces, esto indica que mientras el precio tuvo una reducción porcentual de sólo un 25%, se produjo un incremento porcentual en la cantidad demandada de un 100 %, dando como resultado un coeficiente de elasticidad mayor que uno, se le denomina demanda elástica.

2.4.2.5.2. Demanda inelástica

La demanda es inelástica es cuando un cambio porcentual en el precio da lugar a un cambio porcentual menor en la cantidad demandada, siendo el resultado del coeficiente menor que uno, lo que es el contrario de la elasticidad elástica.

De acuerdo a la Gran Enciclopedia de Economía dice que es inelástica ya que la “demanda que se caracteriza porque la variación en el precio de un bien determinado apenas afecta a la variación de la cantidad demandada de ese bien, de forma que queda manifiesta la rigidez de su demanda. En ocasiones esta relación es incluso inexistente, y entonces se habla de total rigidez de la demanda”.

En una mayor cantidad de productos, por lo normal suele ser inelástica. Mientras que en la demanda suele ser elástica en el rango de precios altos es decir para bajas cantidades y para el rango de precios bajos.

2.4.2.5.3. Demanda unitaria

Cuando el cambio porcentual en el precio y el cambio porcentual en la cantidad demandada son exactamente iguales. Ejemplo: Ante una variación porcentual de un 20% en los precios, se da una variación en las cantidades también del 20 %, el coeficiente es igual a uno y se dice que la elasticidad es unitaria, situación que no es muy común. (Navarro Villoslada 2004 p 34)

La demanda de elasticidad unitaria significa que el porcentaje de variación del precio y de la cantidad demandada son iguales, aunque de signo contrario: si el precio aumenta (disminuye), por ejemplo, un 20%, la cantidad demandada disminuye (aumenta) un 20%.

2.4.2.5.4. Demanda perfectamente elástica e inelástica

La demanda perfectamente elástica e inelástica es la que menos se presenta en el mercado y son dos casos extremos en los cuales no se produce ningún tipo de cambio en las cantidades, pese a la variación en los precios, y se lo conoce como demanda perfectamente inelástica, es el caso de productos como la sal, en la un cambio en el precio no produce ninguna variación en las cantidades que se consumen, igualmente de algunas drogas indispensables para la salud. La elasticidad es de cero porque cuando cambia el precio no se produce cambio alguno en la cantidad demandada.

Esto significaría que los consumidores estarían dispuestos a consumir una cantidad indefinida al precio P_0 , pero ninguna a un precio superior. La curva (recta) de demanda será horizontal si existe un bien sustitutivo perfecto, ya que sin dos bienes son sustitutos perfectos (no existen diferencias entre uno y otro), los consumidores elegirán el más barato. (TIRADO BENNASAR, 2006, pág. 123).

Por ejemplo: un producto que tiene las mismas características y calidad de la marca X y de la marca Y, en la que si el precio de la marca X sube. Todo el mundo se pasará a la marca Y. De igual forma si el precio de la Y es más caro que el de la X todo el mundo se pasara a la marca X.

Por lo tanto, una pequeña variación en el precio del bien provoca una variación muy grande (∞) en la cantidad demandada.

Por todo lo anotado se puede decir que la demanda perfectamente elástica es aquella situación extrema en la cual una pequeña reducción en el precio induce a que los consumidores aumenten sus compras de ese producto desde cero hasta la cantidad que pueda adquirir.

Una curva de la demanda perfectamente inelástica es una vertical a una cierta cantidad de unidades; la cantidad demandada es completamente insensible al precio.

Una curva de la demanda perfectamente elástica es una línea plana a un cierto precio; un aumento en el precio por encima de ese nivel reduce a cero la cantidad demandada y a ese precio constante se eleva hasta el máximo que es posible adquirir en el corto plazo.

Debido a que la cantidad demandada está relacionada en forma negativa al precio a lo largo de una curva de demanda la elasticidad de la demanda es un número negativo. Cuando el cambio de P/P es positivo, el cambio de Q/Q es negativo. Entonces cuando se analiza la elasticidad por lo general no se toma el signo negativo, teniéndose en cuenta solo el valor absoluto. Por el contrario en la elasticidad de la oferta el signo es positivo, por tratarse de una relación positiva entre las dos variables.

2.4.2.5.5. Elasticidad cruzada

De acuerdo a la Aula de economía, la elasticidad cruzada de la demanda es una medida de sensibilidad de la demanda de un bien ante el cambio en el precio de un bien sustituto o un complemento, *ceteris paribus*. Esta elasticidad cruzada va a ser positiva cuando se trata de un bien sustituto y va a ser negativa cuando se trata de un bien complementario, (Bowles, 2010)

El coeficiente de elasticidad es calculado como la variación porcentual en la cantidad del bien A con respecto a la variación en el precio del bien B:

La elasticidad cruzada del precio y de la demanda mide cómo evoluciona y se modifica la demanda de un bien cuando cambia el precio de otro. La elasticidad cruzada se calcula dividiendo el cambio porcentual de la cantidad demandada del bien X por la variación porcentual del precio del bien Y. (Branky, 2011)

Si los bienes son sustitutos (por ejemplo, distintas marcas de automóviles) el aumento del precio de la marca X puede aumentar las ventas de la marca Y, por lo que la elasticidad cruzada será positiva. Si los bienes son complementarios, por ejemplo, los computadores y el software, el aumento del precio de uno disminuirá las ventas del otro, por lo que la elasticidad

cruzada será negativa. Si los bienes son independientes, por ejemplo, teléfonos y cepillos de dientes, por mucho que aumente el precio de uno no variará la demanda del otro, por lo que la elasticidad cruzada será cero. (MONTROYA, 2013, pág. 72)

2.4.2.6. Factores que influyen en la elasticidad

Los factores que influyen en que la demanda de un bien sea más o menos elástica de acuerdo a (ARBOLEDA, 2009, pág. 87) son:

1) Tipo de necesidades que satisface el bien. Si el bien es de primera necesidad la demanda es inelástica, se adquiere sea cual sea el precio; en cambio si el bien es de lujo la demanda será elástica ya que si el precio aumenta un poco muchos consumidores podrán prescindir de él.

2) Existencia de bienes sustitutos. Si existen buenos sustitutos la demanda del bien será muy elástica. Por ejemplo, un pequeño aumento en el precio del aceite de oliva puede provocar que un gran número de amas de casa se decida por usar el de girasol.

3) Importancia del bien en términos de coste. Si el gasto en ese bien supone un porcentaje muy pequeño de la renta de los individuos, su demanda será inelástica. Por ejemplo, el lápiz. Las variaciones en su precio influyen muy poco en las decisiones de los consumidores que desean adquirirlos.

4) El paso del tiempo. Para casi todos los bienes, cuanto mayor sea el período de tiempo considerado mayor será la elasticidad de la demanda. Puede ser que al aumentar el precio de la gasolina, su consumo no varíe mucho, pero al pasar el tiempo podrá ser substituida en algunos de sus usos por el carbón, en otros usos por el alcohol, de forma que la disminución en la demanda sólo se nota cuando pasa el tiempo.

5) El precio. Finalmente hay que tener en cuenta que la elasticidad de la demanda no es la misma a lo largo de toda la curva. Es posible que para precios altos la demanda sea menos elástica que cuando los precios son más bajos o al revés, dependiendo del producto de que se trate.

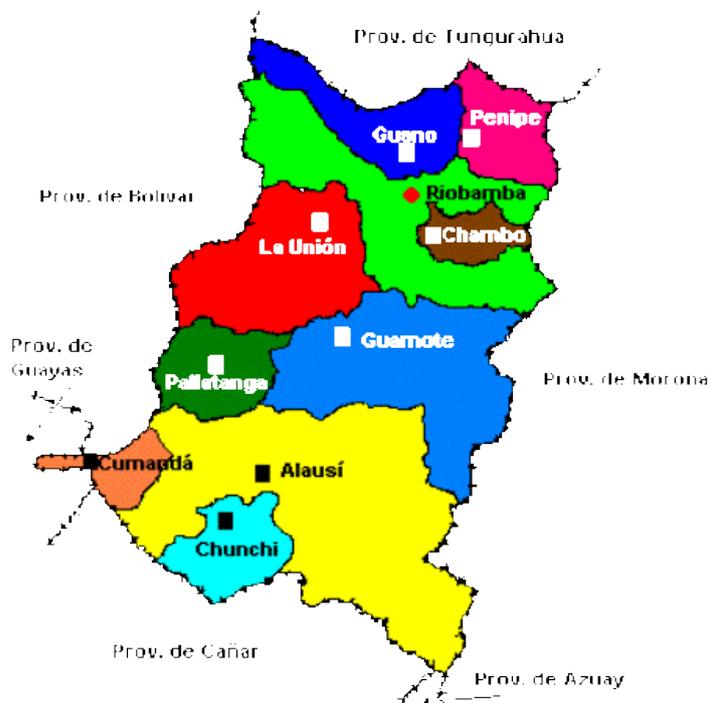
2.5. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR DE ESTUDIO

2.5.1. Características Geográficas

La provincia de Chimborazo, está ubicada en la zona central de Ecuador conocido como el callejón interandino. Tiene una extensión de 6.569 kilómetros cuadrados y sus límites son: al norte la Provincia de Tungurahua, al sur la provincia del Cañar y parte del Guayas, al este la provincia Oriental de Morona Santiago y al oeste las provincias de Bolívar y Guayas, como se evidencia en el mapa que se presenta en estos Anexos. La provincia presenta una variedad de nichos ecológicos con diferente altura, clima, vegetación, hidrografía y potencial productivo. Diversidad que influye en las características productivas, sociales y culturales. Las diferentes zonas, están ubicadas a alturas que van desde los 295 hasta los 6.310 msnm.

ILUSTRACIÓN 4

MAPA DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO



Fuente: Ecuador en cifras

2.5.2. Población

La población de la provincia de Chimborazo según él (INEC, 2010) es de 452.352 habitantes, de los cuales 245.852 viven en las parroquias rurales lo cual es menor al año 2000 en la que registraba seis de cada diez personas residen en las zonas rurales, y cerca del 80% del total de la población urbana de la provincia reside en la ciudad de Riobamba, que es la capital de la provincia. (POT, 2013).

Según datos de (INEC, 2010) los cantones que concentran mayor población son Riobamba, Alausí, Colta, Guamote y Guano, de la misma manera es importante considerar que la provincia cuenta con una población joven, el mayor peso poblacional se encuentra concentrado en el rango de 1 a 30 años de edad, en un porcentaje del 60,1% en relación a la población total de la provincia.

De acuerdo a lo que se observa en la pirámide, la población de 0 a 14 años presenta un incremento considerable tanto en hombres como en mujeres. De 15 a 30 años se presentan entrantes en la pirámide, este fenómeno podría justificarse por la salida que tiene este grupo de población fuera de su provincia por motivos de estudio, trabajo u otros. De 31 a 40 años la población se incrementa, esto puede ser por el ingreso de población extranjera al país. A partir de los 41 años en adelante la población va disminuyendo. (INEC, 2010).

CUADRO 5

TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL DE CHIMBORAZO

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	956	0,2%	340	0,1%
De 90 a 94 años	1.154	0,3%	1.018	0,2%
De 85 a 89 años	2.264	0,6%	2.598	0,6%
De 80 a 84 años	3.916	1,0%	5.418	1,2%
De 75 a 79 años	6.311	1,6%	7.742	1,7%
De 70 a 74 años	8.570	2,1%	10.318	2,2%
De 65 a 69 años	10.567	2,6%	13.309	2,9%
De 60 a 64 años	12.100	3,0%	14.889	3,2%
De 55 a 59 años	12.882	3,2%	17.420	3,8%
De 50 a 54 años	15.878	3,9%	18.586	4,1%
De 45 a 49 años	17.335	4,3%	21.393	4,7%
De 40 a 44 años	19.542	4,8%	23.061	5,0%
De 35 a 39 años	21.693	5,4%	25.935	5,7%
De 30 a 34 años	23.496	5,8%	28.462	6,2%
De 25 a 29 años	25.755	6,4%	34.485	7,5%
De 20 a 24 años	32.777	8,1%	40.221	8,8%
De 15 a 19 años	41.440	10,3%	48.338	10,5%
De 10 a 14 años	49.837	12,3%	50.710	11,1%
De 5 a 9 años	50.426	12,5%	49.074	10,7%
De 0 a 4 años	46.733	11,6%	45.264	9,9%
Total	403.632	100,0%	458.581	100,0%

Fuente: Ecuador en cifras

Elaborado: Ecuador en Cifras

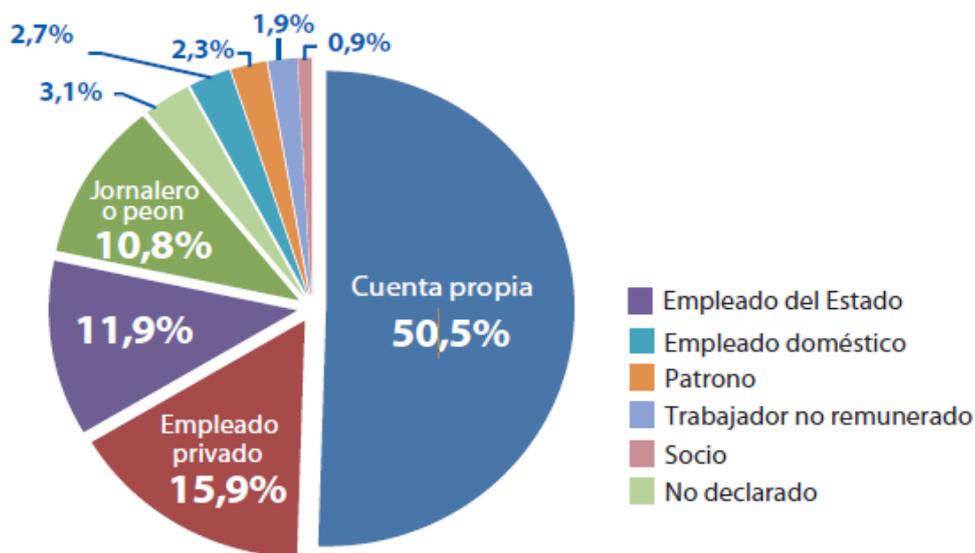
2.5.3. Economía

La provincia es una zona de gran cultura artesanal y un sector de mucho desarrollo turístico. La artesanía está muy desarrollada, sobre todo en la zona del Cantón Guano, donde las manufacturas con lanas, cueros y textiles constituyen las principales actividades económicas y por ende la riqueza de esta región.

En Chimborazo se cultiva cebada, maíz, fréjol, trigo, cacao, plátano, papa y algunas frutas. En ganadería se desarrolla la cría de ganado ovino, bovino de carne, leche, y la industrialización de los productos lácteos.

Respecto a la minería, Chimborazo tiene yacimientos de plata, cobre, oro, mármol, hierro, piedra caliza y azufre. En la provincia también existe la presencia de industrias como cemento, cerámica, techos, tuberías, madera, entre otras.

ILUSTRACIÓN 5 PRINCIPALES ACTIVIDADES



Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado: Ecuador en Cifras

De acuerdo a los datos del (INEC, 2010) las principales actividades de los habitantes de la provincia de Chimborazo están, con el 50,5% es los trabajadores por cuenta propia, el 15,9% es empleado privado, el 11,9% es empleado del Estado, el 10,8% es jornalero o peón. Etc.

Según los datos obtenidos de la Superintendencia de Compañías, al año 2010, del total nacional de las industrias que asciende a 40.202, la provincia de Chimborazo representa el 0,5% (204 industrias), de las cuales el transporte, comercio, actividades inmobiliarias, empresariales y la construcción, constituyen los sectores formales más representativos, llama la atención que siendo una provincia agrícola solo el 3,9% del total provincial se dedican a la agroindustrias.

La actividad de comercio al por mayor y al por menor aporta con el mayor porcentaje a la producción provincial con el 18,9%, ocupando al 11,2% de la población económicamente activa. Según la información recopilada por la

corporación CRECER al 2010 se estima que en la ciudad de Riobamba existen 8.604 establecimientos comerciales.

La construcción es considerada como una actividad muy importante en la economía puesto que este sector genera cadenas de valor en gran parte de las ramas industriales y comerciales a más de demandar mano de obra, en la provincia esta actividad tiene un crecimiento importante a la producción provincial que va desde 4,8% en el 2001 al 11,3% en el 2008, concentra al 4,6 % de la población económicamente activa, de igual forma se evidencia un incremento en el número de compañías que va desde siete en el 2001 a veinte en 2010 (Superintendencia de Compañías 2010) .

2.5.4. La Capital Provincial

Riobamba es la capital de la provincia de Chimborazo y está ubicado a 2.754 metros sobre el nivel del mar. La temperatura promedio es de 14° C. Las más altas temperaturas registradas corresponden al mediodía con 23° C. y se encuentra ubicada en las faldas del volcán Chimborazo, por lo que se constituye un atractivo turístico para propios y extraños, que tienen la oportunidad de conocer este magnífico atractivo.

El cantón Riobamba cuenta con cinco parroquias urbanas: Lizarzaburu, Maldonado, Velasco, Veloz y Yaruquíes y 11 parroquias rurales: Cacha, Calpi, Cubijíes, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan.

Tabla 1

PARROQUIAS DEL CANTÓN RIOBAMBA

No	Parroquias rurales	Parroquias urbanas
1	Cacha	Lizarzaburu,
2	Calpi,	Maldonado
3	Cubijíes	Velasco
4	Flores	Veloz
5	Licán	Yaruquíes
6	Licto	
7	Pungalá	
8	Punín	
9	Químiag	
10	San Juan	
11	San Luis	

Elaborado: El investigador

La población en el cantón Riobamba, es joven, y el índice de natalidad en la última década está reduciendo, y la tendencia se mantiene y en el transcurso del tiempo la población se ira envejeciendo.

2.6. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.6.1. Hipótesis

La demanda es una función creciente del ingreso familiar de los habitantes de la provincia de Chimborazo durante el periodo 2012 – 2013

2.6.2. Variables

2.6.2.1. Variable Independiente

Ingreso

2.6.2.2. Variable Dependiente

Demanda

2.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 2 Operacionalización de las variables

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
Demanda	La cantidad de un bien o servicio que demandan los consumidores depende del precio y otros factores, como la renta de los consumidores y el precio de otros bienes. (Perloft, 2010, págs. 15-16)	Demanda Precio	Parque automotor Desempleo Índice de precios de los automóviles Tasa de interés Tamaño del mercado	Estadísticas Registro(información secundario)
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
Ingresos	El ingreso son todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia por concepto de una actividad que realiza(FINDOM-RSE 2012)	Ingresos Familias	Ingresos Familiares % destinados al consumo % destinado al ahorro # de integrantes	Encuesta Cuestionario o Guía de Encuesta Investigación de campo

Fuente: Plan de tesis
Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. MÉTODO

3.1.1. INDUCTIVO

La investigación fue inductivo, porque es un método que permitió la observación de los hechos en el mercado automotriz, en lo referente a la oferta y demanda de los mismos.

Además se pudo experimentar los datos que se presentaron en el mercado nacional, con los datos que se puedan recabar de la aplicación de la encuesta que se realizó a los consumidores de vehículos en la provincia de Chimborazo, para que pueda ser observado en condiciones óptimas, y está conformado por las siguientes fases, primero se analizó cual es la demanda de autos en el Ecuador y en la provincia, segundo se estableció cuál es el ingreso promedio de las familias y la predisposición de comprar un auto, y tercero se establecerá los resultados y conclusiones del trabajo de investigación.

3.1.1. DEDUCTIVO

Es deductivo porque se estudió conceptos, principios, afirmaciones o definiciones de las cuales van siendo extraídas de datos nacionales como el INEC, o de los boletines publicados por el Banco Central del Ecuador, para luego analizarlos y compararlos con la oferta y demanda de vehículos en la provincia de Chimborazo, es decir, de lo abstracto a lo concreto, y a través de la investigación de campo, con el estudio del análisis profundo de los resultados particulares de cada una de las variables, para llegar a las conclusiones de la investigación.

3.1.2. MÉTODO ANALÍTICO

El método analítico, se utilizó al distinguir los elementos de un fenómeno que sucede en la compra y venta de vehículos, con el nivel de ingresos y se revisó ordenadamente cada uno de ellos por separado, a partir de la

experimentación y el análisis de gran número de casos, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, las relaciones entre las mismas.

3.2. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. EXPLORATORIA

La investigación fue de tipo exploratorio, porque permitió conocer, cuál es el nivel de ingresos de las familias de la provincia de Chimborazo y cómo influye en la demanda de vehículos, dinamizando así la economía del sector.

3.2.2. DESCRIPTIVA

La investigación fue de tipo descriptiva, porque interpreta los hechos como características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitieron poner de manifiesto su estructura o comportamiento, de esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada tal como son y se encuentran en la realidad, del sector automotor, facilitando la toma de conocimientos para poder elaborar conclusiones y recomendaciones del estudio.

3.2.3. EXPLICATIVA

Es explicativa ya que se utilizó para determinar los orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos, que ocurren en la economía familiar, entre los que se encuentran los ingresos y gastos, con el objetivo de conocer por que suceden ciertos hechos a través de la delimitación de las relaciones causales existentes, o al menos, de las condiciones en que ellas producen, de esa forma facilitar la comprensión en las diferentes terminologías planteados.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1. BIBLIOGRÁFICA Y DOCUMENTAL

La investigación documental es importante y primordial en el desarrollo de la investigación y ayudara en la elaboración del marco teórico y obtención de resultados en las consultas que se realice para sustentar la investigación.

3.3.2. DE CAMPO

El presente trabajo fue de campo, porque se precisó de un estudio de los hechos en el lugar en el que se producen, con visitas a las ferias de carros en los diferentes cantones de la provincia, además de la visita a concesionarios de autos, buscando el contacto directo del investigador con la realidad, utilizando técnicas como la observación y la encuesta, con sus respectivos instrumentos, dirigido a la Provincia de Chimborazo y sus cantones.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.4.1. POBLACIÓN.

La población de total del lugar de estudio, que en este caso es la provincia de Chimborazo está compuesta de 509.352 habitantes. Y de acuerdo al INEC cada familia está compuesta por 3.9 integrantes, dando así un resultado de 130603 familias en la provincia, lo que constituye el tamaño de la población, para este proyecto de investigación.

3.4.2. MUESTRA

Dónde:

n= Tamaño de la Muestra?

e= margen de error (0,05)

m= Total de Población. (130603)

$$n = \frac{m}{e^2(m - 1) + 1}$$

$$n = \frac{130603}{e^2(m - 1) + 1}$$

$$n = \frac{130603}{0.0025 (130603 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{130603}{0.0025 (130602) + 1}$$

$$n = \frac{130603}{327.5}$$

$$n = 399 \text{ encuestas}$$

Según la fórmula de la muestra, las encuestas se orientaran a 399 familias en la provincia de Chimborazo.

Cuadro Nº 1
Población para la aplicación
de las encuestas

Cantón	Familias	Nº- de encuestas
Alausí	14748	45
Chambo	2953	9
Chunchi	3688	11
Colta	11077	34
Cumandá	3104	9
Guamote	10353	32
Guano	12084	37
Pallatanga	2859	9
Penipe	2453	7
Riobamba	67285	206
Total de encuestas		399

Elaborado por: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. TÉCNICAS

✓ **Entrevistas.-** Ayudo a interrelacionar en forma de diálogo con el presidente de la asociación de concesionarios de vehículos en la Provincia que nos proporcionara información relevante sobre la cantidad de vehículos vendido y cuáles son los vehículos más demandados por la población de Chimborazo.

✓ **Encuestas.-** Es un medio que permitió obtener información y los datos para la investigación referente al ingreso familiar la demanda de vehículos y las preferencias al momento de adquirir un automóvil en la provincia de Chimborazo.

3.5.2. INSTRUMENTOS

- ✓ Guía de entrevistas
- ✓ Cuestionarios de encuestas

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE DATOS

3.6.1. PROCESO PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS.

Para analizar el comportamiento de la oferta y la demanda de automóviles de la provincia de Chimborazo, abordado en el objetivo uno, se utilizarán los datos secundarios que proporcionan el INEC, BCE, AEADE, Revista CARBURANDO.

Para determinar el nivel de ingreso familiar de los habitantes de la provincia de Chimborazo, abordado en el objetivo dos, se aplicó métodos investigativos como encuestas, entrevistas con la finalidad de conocer sus ingresos y egresos.

Para determinar la relación entre el ingreso y demanda, abordado en el objetivo tres, se empleó un modelo de regresión múltiple para demostrar

las variables que afectan a la demanda de automóviles de la provincia de Chimborazo y pronosticar la demanda de automóviles.

Técnicas estadísticas.- Permitió la tabulación de los resultados obtenidos para cada indicador; a través de los cuadros y gráficos estadísticos; los mismos ayudaron a la interpretación y análisis de los datos recopilados.

3.7. Procesamiento y discusión de resultados.-

Los resultados obtenidos de acuerdo a lo establecido fueron tabulados y posteriormente discutida con los actores quienes intervienen en los procesos de la investigación. Los gráficos se presentarán en pasteles y en barras para su respectiva interpretación y análisis.

Excel, Será utilizado más a manera de apoyo para realizar contrastes de información en caso de ser necesario, así como la elaboración de gráficos y/o tablas que requiera el estudio para el análisis de nuestra investigación.

3.7.1. Resultado de las encuestas

1. ¿Cuál es su género de la población de Chimborazo?

CUADRO 5

GÉNERO DE LA POBLACIÓN DE CHIMBORAZO

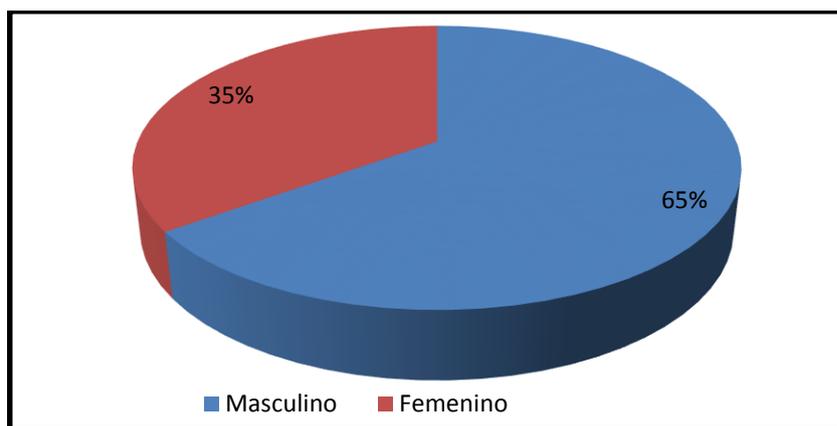
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Masculino	259	65%
Femenino	140	35%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 7

GÉNERO DE LA POBLACIÓN DE CHIMBORAZO



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

ANÁLISIS

De las encuestas realizadas a la ciudadanía en general, en la provincia de Chimborazo, sobre la demanda de vehículos, el 65% se realizó a hombres y el 35% se realizó a mujeres, lo que permitió conocer la evolución del sector además de las preferencias de los consumidores en la provincia.

INTERPRETACIÓN

La participación de hombres, es mayor parte de conductores en la provincia son hombres, además que por cuestiones de trabajo son más los hombres que trabajan en el sector de transporte o carga.

2 ¿Cuál es su edad la población de Chimborazo?

CUADRO 6

EDAD DE LA POBLACIÓN DE CHIMBORAZO

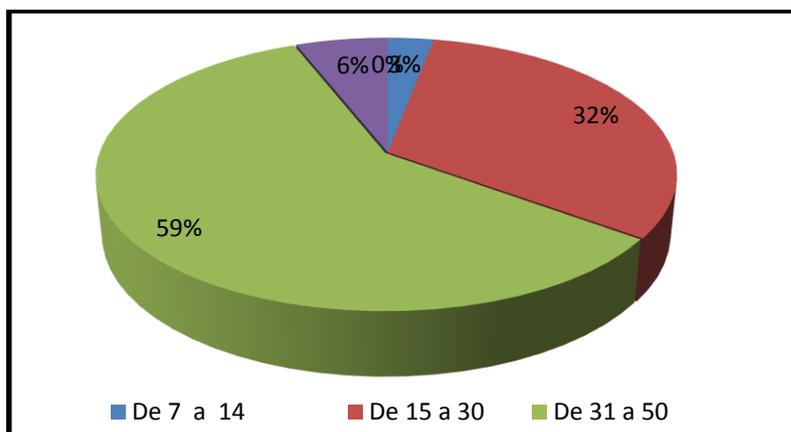
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
De 16 a 30	177	44%
De 31 a 45	161	40%
De 46 a 64	61	15%
65 o mas	2	1%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 8

EDAD DE LA POBLACIÓN DE CHIMBORAZO



Fuente: Las encuesta

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

ANÁLISIS

De las encuestas realizadas a los habitantes de la provincia de Chimborazo, el 44% respondió que su rango de edad al momento de contestar la encuesta se encuentra entre los 16 a 30 años, el 40% se encuentra entre los 31 y 45 años y el 15% tiene entre 46 a 64 años y el 1% tiene 65 o más años de edad.

INTERPRETACIÓN

La edad necesaria para poder obtener la licencia de conducir es de 18 años, aunque con autorización de los padres se puede obtener a los 16, es por esa razón que se tomó esa edad para la aplicación del estudio.

2. ¿Cuál es su estado civil de la población de Chimborazo?

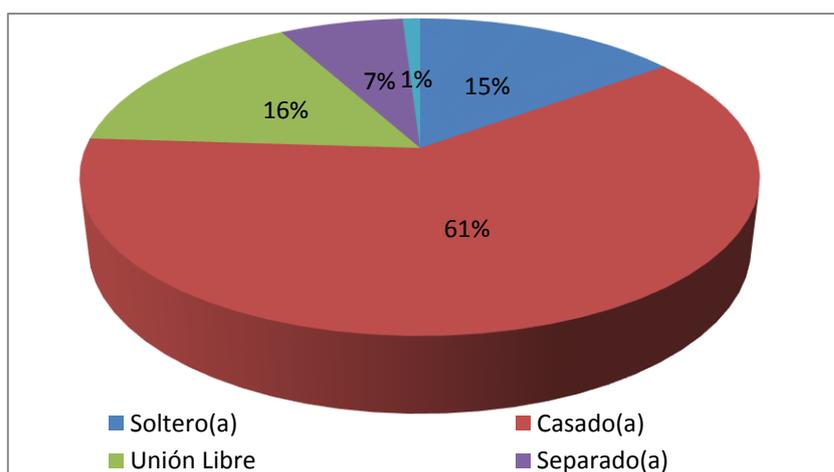
CUADRO 7
ESTADO CIVIL DE LOS CHIMBORACENSES

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Soltero(a)	60	15%
Casado(a)	243	61%
Unión Libre	64	16%
Separado(a)	28	7%
Viudo(a)	4	1%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 9
ESTADO CIVIL DE LA POBLACIÓN DE CHIMBORAZO



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS

De la pregunta tres relacionada a su estado civil, el 15% contestó que es soltero o soltera, el 61% está casado, el 16% está en unión libre, es decir tiene pareja, pero no han formalizado su relación, 7% está separado y el 1% esta viudo.

INTERPRETACIÓN

El vehículo es importante para el transporte, por lo que las familias consideran indispensable para trasladarse a su trabajo, y es parte también de las familias.

3. ¿Aproximada mente cuales son los ingresos familiares?

CUADRO 8

**INGRESOS FAMILIARES DE LOS HABITANTES DE CHIMBORAZO
(EN USD)**

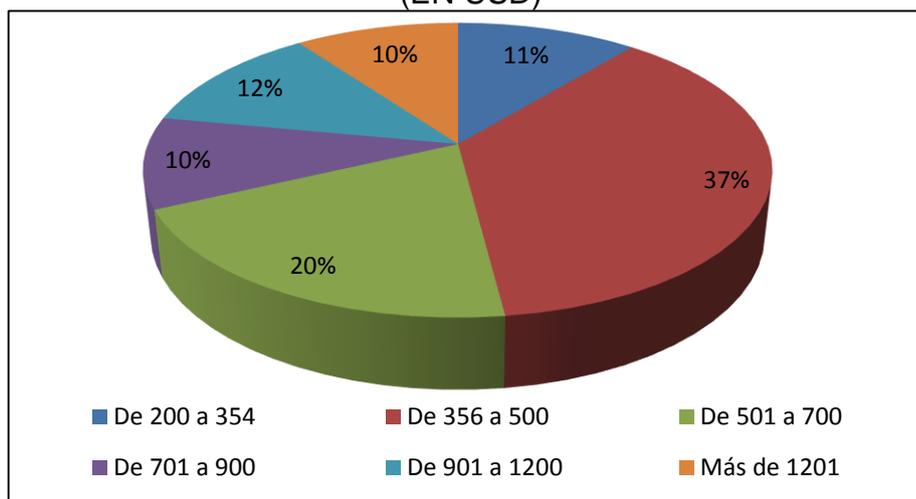
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
De 200 a 354	44	11%
De 356 a 500	148	37%
De 501 a 700	80	20%
De 701 a 900	40	10%
De 901 a 1200	47	12%
Más de 1201	80	10%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 10

**INGRESOS DE LOS HABITANTES DE CHIMBORAZO
(EN USD)**



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

Los ingresos familiares de acuerdo a las encuestas dicen que el 11% tienen ingresos de 200 a 354 dólares, el 37% tienen ingresos de 356 a 500 dólares, que es el sector mayoritario, el 20% tiene ingresos de 501 a 700 dólares, el 10% tiene ingresos de 701 a 900 dólares.

INTERPRETACIÓN

Los ingresos familiares son importante en la demanda de bienes, por lo que conocer este dato es importante, y si el ingreso aumenta la demanda también, o si el ingreso disminuye la demanda también tiende a disminuir.

4. ¿A qué se dedica o trabaja los habitantes de Chimborazo?

CUADRO 9

ACTIVIDAD LABORAL DE LOS CHIMBORACENSE

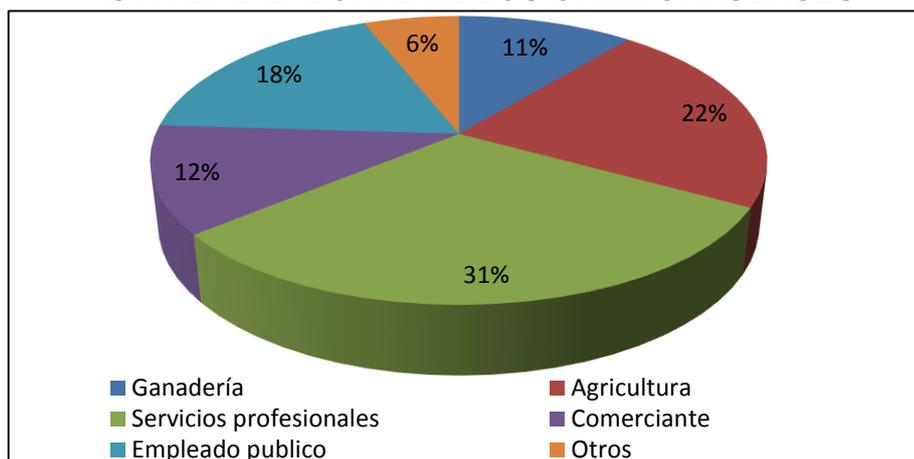
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Ganadería	44	11%
Agricultura	88	22%
Trabajo autónomo y servicios profesionales	123	31%
Comerciante	48	12%
Empleado publico	72	18%
Otros	24	6%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 11

ACTIVIDAD LABORAL DE LOS CHIMBORACENSES



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

Al preguntar a los encuestados la ocupación o laboral el 11% contestó que se dedica a la ganadería, el 22% también se dedica a la agricultura, el 31% tiene como principal ingreso es como trabajo autónomo y/o servicios profesionales, el 12% es comerciante, el 18% es empleado público o privado etc.

INTERPRETACIÓN

La provincia de Chimborazo, cuenta con muchos emprendimientos, por lo que las personas continuamente están creando negocios, sea en la agricultura o en diferentes áreas.

5. ¿De acuerdo a sus ingresos, que destino tienen los mismos?

CUADRO 10

DESTINO DE LOS INGRESOS DE LOS CHIMBORACENSES

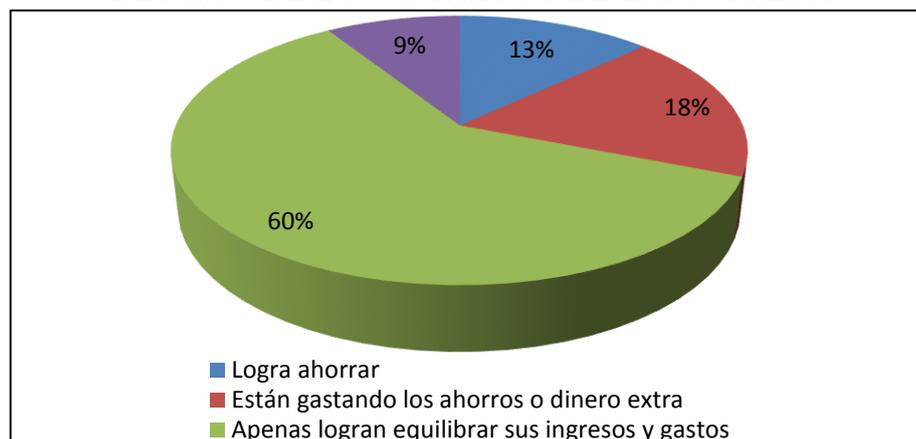
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Logra ahorrar	52	13%
Están gastando los ahorros o dinero extra	72	18%
Apenas logran equilibrar sus ingresos y gastos	239	60%
Se ven obligados a endeudarse	36	9%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 12

DESTINO DE LOS INGRESOS DE LAS FAMILIAS



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

El destino de los ingresos de acuerdo a las encuestas dice que el 13% puede ahorrar, el 18% están perdiendo o reduciendo los ahorros pasados, el 60% logra equilibrar sus ingresos y gastos, el 9% están endeudados.

INTERPRETACIÓN

En la compra de bienes no siempre es factible realizarlo a contado, por lo que es importante tener ahorros, además las instituciones financieras dan las mejores posibilidades de adquirir un crédito y con eso las familiar tratan de acceder un automóvil.

6. ¿Usted ha pensado comprar un vehículo nuevo o usado en los próximos meses?

CUADRO 11

**DEMANDA DE VEHÍCULOS DE LOS CHIMBORACENSES
(PORCENTAJE)**

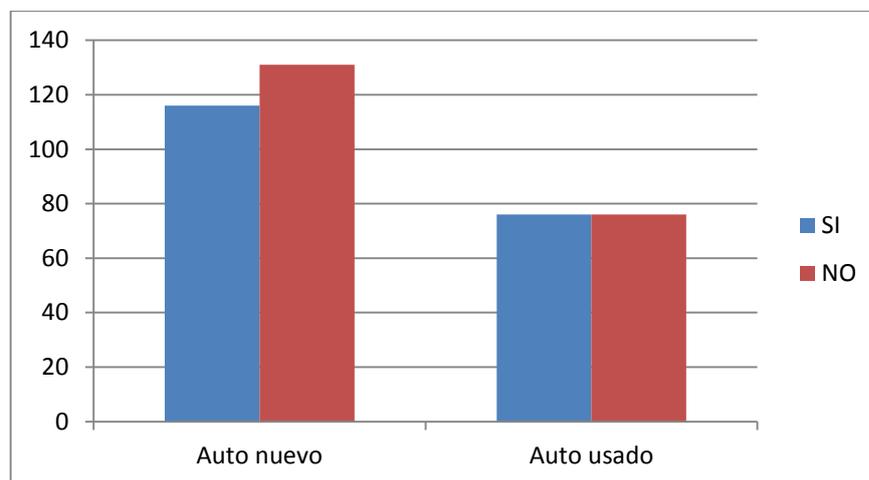
RESPUESTAS	SI	%	NO	%
Auto nuevo	116	29%	131	33%
Auto usado	76	19%	76	19%
Total	192	48%	207	52%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 13

DEMANDA DE VEHÍCULOS DE LOS CHIMBORACENSES



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

Al consultar si han pensado comprar un vehículo nuevo o usado en los próximos meses, el 29% contestó que si ha pensado comprar un auto nuevo, y el 19% contestó que si quiere comprar un auto usado, mientras que el 33 % dice que no ha pensado comprar un auto, por lo que se podría decir que el 48% de encuestados es un potencial demandante de auto en los próximos meses.

INTERPRETACIÓN

Las personas siempre buscan una manera de progresar y el poder adquirir un auto nuevo o usado es parte de esas expectativas.

7. ¿Si su respuesta fue NO indique una razón?

CUADRO 12

RAZÓN POR LA QUE NO COMPRARÍA UN AUTO

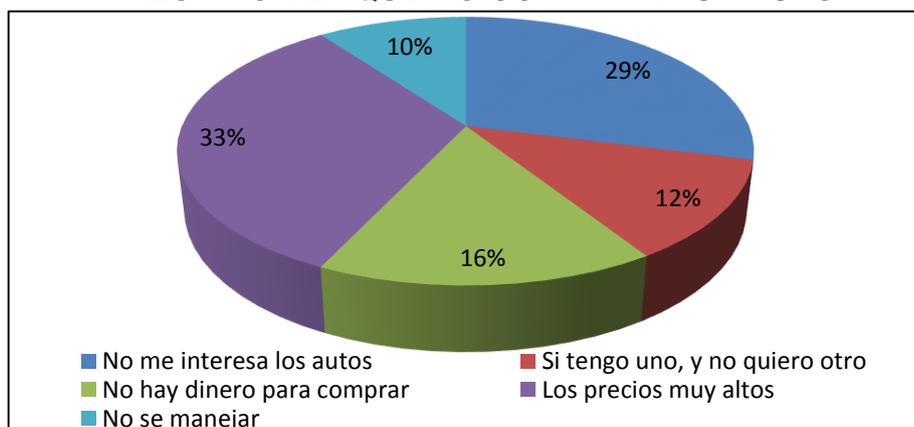
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
No me interesa los autos	60	29%
Si tengo uno, y no quiero otro	25	12%
No hay dinero para comprar	33	16%
Los precios muy altos	69	33%
No se manejar	21	10%
Total	207	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 14

RAZÓN POR LA QUE NO COMPRARÍA UN AUTO



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

Al consultar la razón por la cual no le interesa comprar un auto en los próximos meses, el 29% contestó que no le interesa, el 12% contestó que si tienen auto y no tiene necesidad de otro auto, el 16% contestó que no tiene dinero para realizar una compra, el 33% contestó que los precios son muy altos para su economía.

INTERPRETACIÓN

Las personas que no desean un auto, de alguna manera, ya están acostumbrados a una manera de movilizarse, por lo que no les hace falta un auto, ya que las posibilidades económicas es muy difícil para el núcleo familiar por eso prefieren movilizarse a pie o en bus que es más económico.

8. ¿Qué tipo de vehículo compraría las familias de Chimborazo?

CUADRO 13

VEHÍCULO QUE COMPRARÍA LAS FAMILIAS

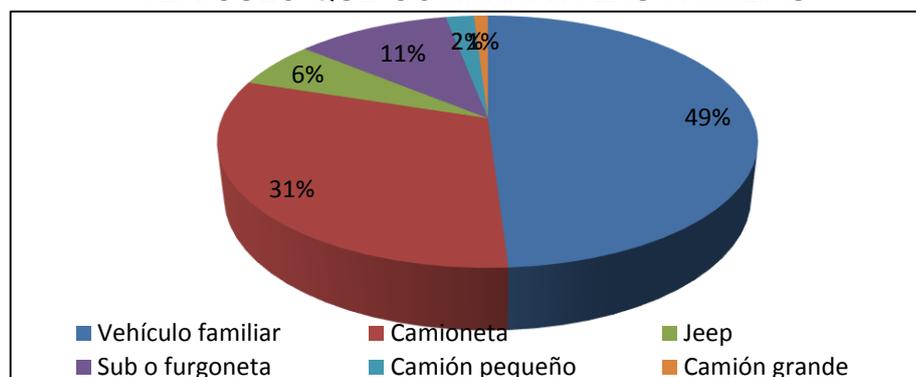
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Vehículo familiar	196	49%
Camioneta	124	31%
Jeep	24	6%
Sub o furgoneta	44	11%
Camión pequeño	8	2%
Camión grande	3	1%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 15

VEHÍCULO QUE COMPRARÍA LAS FAMILIAS



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

Al consultar qué tipo de vehículo compraría, de acuerdo a sus necesidades, el 49% contestó que compraría un auto familiar, el 31% contestó que compraría una camioneta, el 6% dice que compraría un Jeep el 11% prefiere una sub o furgoneta, el 2% prefiere un camión pequeño y el restante 1% prefiere un camión grande.

INTERPRETACIÓN

Los vehículos familiares son los más apreciados por las familias, pero la compra se realiza más por el nivel adquisitivo, por lo que los vehículos económicos son los que más se demandan.

9. ¿En caso de comprar un vehículo a crédito, cuál sería la cuota mensual que podría pagar?

CUADRO 14

CUOTA MENSUAL QUE PODRÍA PAGAR

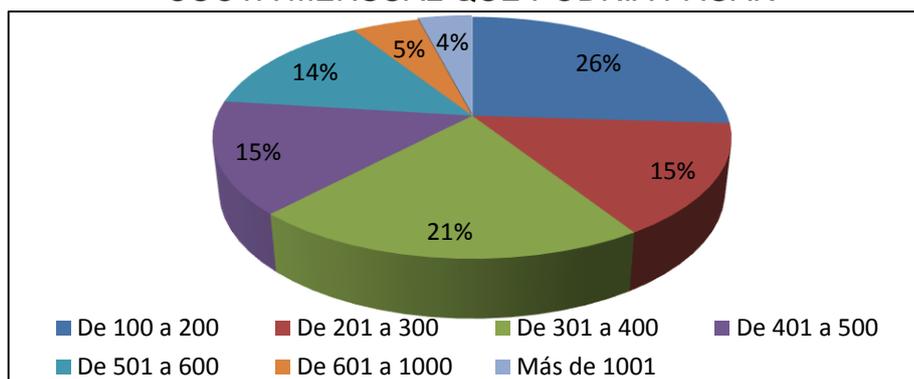
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
De 100 a 200	104	26%
De 201 a 300	60	15%
De 301 a 400	84	21%
De 401 a 500	59	15%
De 501 a 600	56	14%
De 601 a 1000	20	5%
Más de 1001	16	4%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 16

CUOTA MENSUAL QUE PODRÍA PAGAR



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

En caso de comprar un vehículo a crédito, el 26% dijo que la cuota mensual que podría pagar de 100 a 200 dólares mensuales, el 15% contestó que podía pagar cuotas de 201 a 300 dólares mensuales, el 21% contestó que sus cuotas son de 301 a 400 dólares, el 15% contestó que sus cuotas serían de 401 a 500 dólares, el 14% contestó que las cuotas son de 501 a 600 dólares.

INTERPRETACIÓN

El acceso a crédito puede hacer la diferencia en la compra de un auto, por lo que es mucho mejor si este crédito tiene mejores condiciones de pago, en cuanto a plazos y cuotas.

10. ¿En caso de comprar un vehículo a crédito, cuál sería el plazo en meses que podría pagar?

CUADRO 15

PLAZO AL COMPRAR UN VEHÍCULO

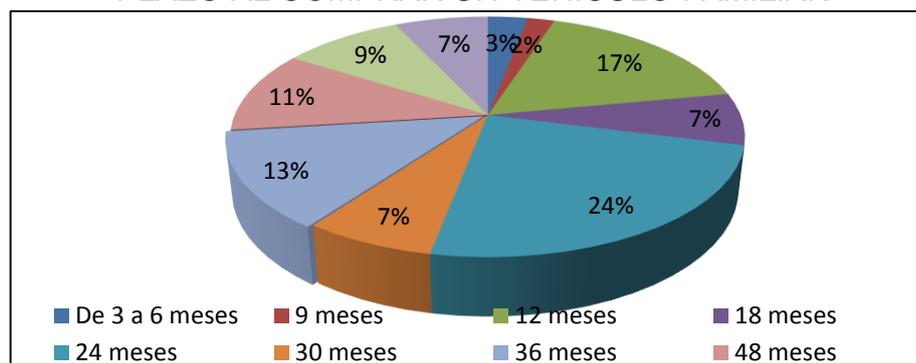
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
De 3 a 6 meses	13	3%
9 meses	8	2%
12 meses	68	17%
18 meses	28	7%
24 meses	96	24%
30 meses	27	7%
36 meses	52	13%
48 meses	43	11%
60 meses	36	9%
72 meses	28	7%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 17

PLAZO AL COMPRAR UN VEHÍCULO FAMILIAR



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

En caso de comprar un vehículo a crédito, el 3% contestó que necesita un plazo de 3 a 6 meses, el 2% necesitaría 9 meses, el 17% contestó que necesitaría 12 meses, el 7% opina que serían 18 meses, el 24% necesita 24 meses, el 7% dice que necesita 30 meses, el 13% contestó que sería 36 meses, el 11% opina que 48 meses.

INTERPRETACIÓN

Los plazos para la compra de vehículos están limitado a 72 meses en el mayor número de casos, por lo que los demandantes deben ajustarse a estas condiciones.

11. ¿Indique el precio que usted estaría dispuesto pagar para la compra de un vehículo?

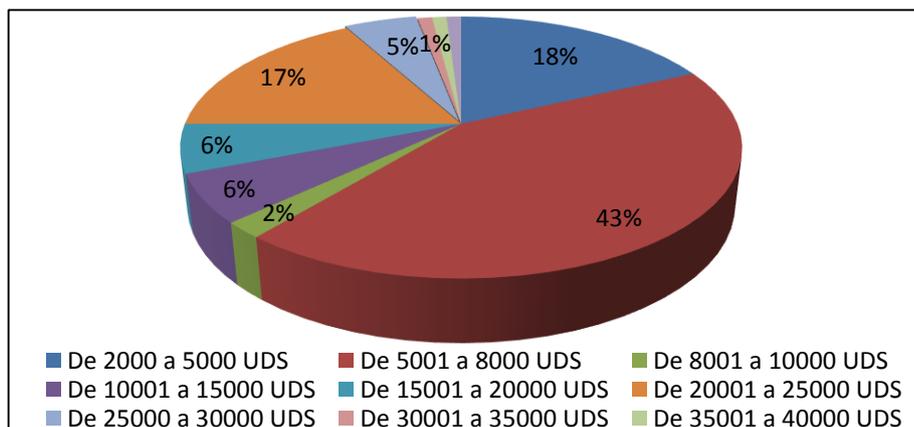
CUADRO 16

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
De 2000 a 5000 UDS	72	18%
De 5001 a 8000 UDS	173	43%
De 8001 a 10000 UDS	9	2%
De 10001 a 15000 UDS	24	6%
De 15001 a 20000 UDS	24	6%
De 20001 a 25000 UDS	68	17%
De 25000 a 30000 UDS	20	5%
De 30001 a 35000 UDS	4	1%
De 35001 a 40000 UDS	3	1%
Más de 40001	2	1%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 18



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

El 18% contestó que el precio que estaría dispuesto pagar para la compra de un vehículo es de 2000 a 5000 UDS, el 43% contestó que sería de 5001 a 8000 UDS, el 2% contestó que de 8001 a 10000 UDS el 6% dijo que prefiere de 10001 a 15000 UDS, el 6% contestó que de

15001 a 20000 UDS, el 17% dice que de 20001 a 25000 UDS, el 5% contesto que de 25000 a 30000 UDS

INTERPRETACIÓN

Los autos más económicos son más apreciados por los consumidores, pero también dependerá de varios factores como el año de fabricación, el estado, la placa.

12. ¿En caso de comprar un auto usado, y de acuerdo a su presupuesto que auto compraría?

CUADRO 17

PRECIO DEL AUTO FAMILIAR

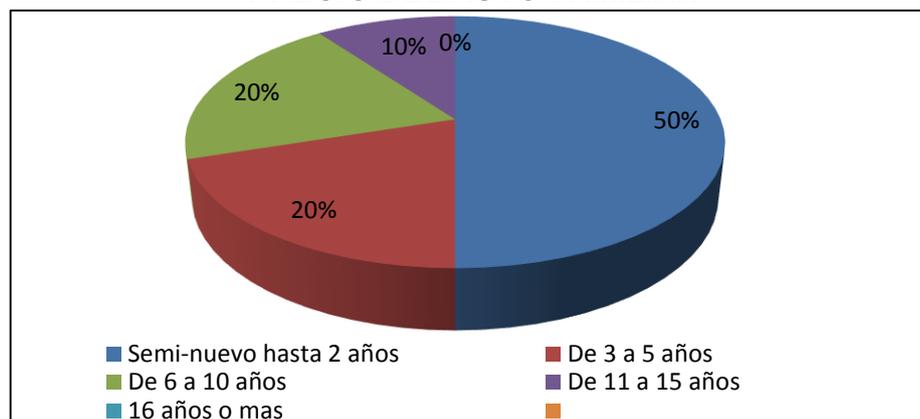
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Semi-nuevo hasta 2 años	199	50%
De 3 a 5 años	80	20%
De 6 a 10 años	79	20%
De 11 a 15 años	41	10%
16 años o mas	0	0%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 19

PRECIO DEL AUTO FAMILIAR



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

En caso de comprar un auto usado, y de acuerdo a su presupuesto que auto compraría el 50% prefiere un auto semi nuevo menor a 2 años de uso, el 20% opina que compraría un auto que este entre los 5 años de

uso, el 20% contestó que podría ser de entre 6 y 10 años de uso, el 10% dijo que podría ser de 11 a 15 años.

INTERPRETACIÓN

Los vehículos semi-nuevos son los más apreciados por los demandantes, ya que de esta manera se aseguran que no tendrán problemas serios en los autos, además que tienen una mejor vida útil.

13. ¿En qué lugar prefiere comprar el vehículo familiar?

CUADRO 18

LUGAR QUE PREFIERE COMPRAR EL VEHÍCULO

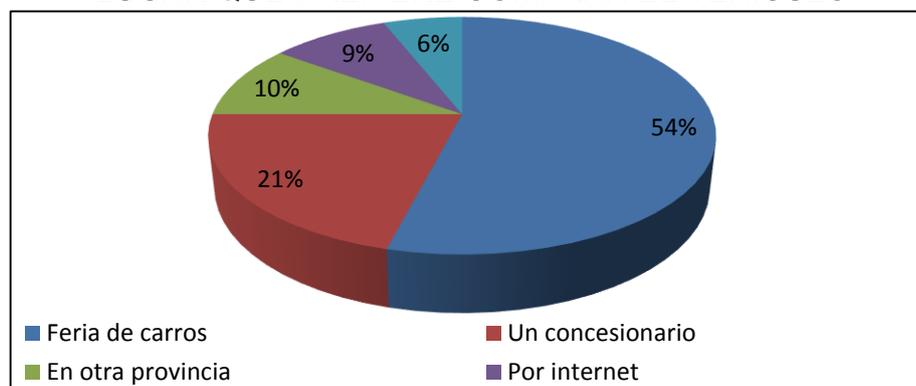
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Feria de carros	215	54%
Un concesionario	84	21%
En otra provincia	40	10%
Por internet	36	9%
Anuncios publicitarios, periódicos etc.	24	6%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 20

LUGAR QUE PREFIERE COMPRAR EL VEHÍCULO



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

Con respecto a la pregunta del lugar en que prefiere comprar el vehículo el 54% prefiere buscarlo en la feria de autos local de venta de autos usados, siendo la principal la que se realiza en la ciudad de Riobamba, el 21% lo prefiere en un concesionario, el 10% prefiere en otra provincia, el

9% lo busca por internet y el 6% lo busca en anuncios publicitarios o periódicos.

INTERPRETACIÓN

El lugar de compra es importante para los demandantes, por lo que es mejor conocer a las personas y el lugar en la que realizan la compra, y de esta manera son apreciados las ferias y los patios de autos.

14. ¿De dónde provienen sus principales recursos para la compra de un vehículo FAMILIAR?

CUADRO 19

RECURSOS PARA LA COMPRA DE UN VEHÍCULO FAMILIAR

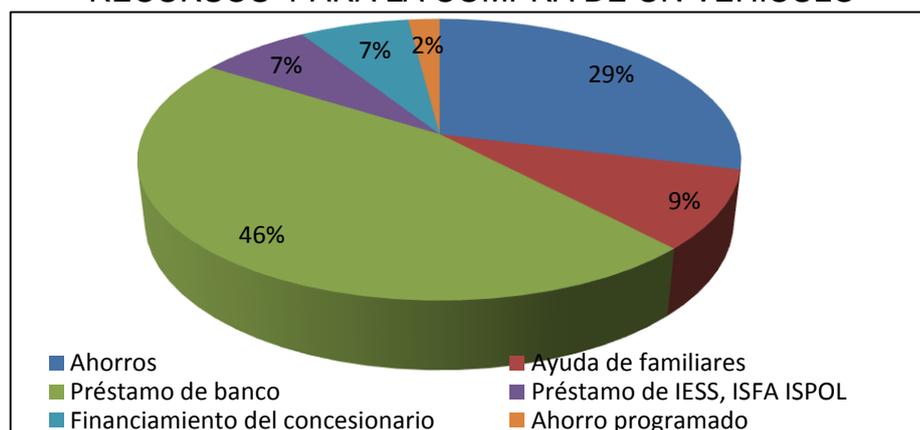
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Ahorros	116	29%
Ayuda de familiares	36	9%
Préstamo de banco, mutualista, cooperativa	184	46%
Préstamo de IESS, ISFA ISPOL	28	7%
Financiamiento del concesionario	27	7%
Ahorro programado	7	2%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 21

RECURSOS PARA LA COMPRA DE UN VEHÍCULO



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

Al consultar que de dónde provienen sus principales recursos para la compra de un vehículo, el 29% contestó que de ahorros personales, el 9% contestó que de ayuda de familiares, 46% dice que de préstamo bancario,

mutualista o cooperativas de ahorro y crédito, el 75 dice que de préstamo en el IESS, ISFA ISPOL, el 7% de financiamiento del concesionario, y el 2% dice que de ahorros programado.

INTERPRETACIÓN

La demanda de vehículos dependerá mucho del circulante monetario en el país, ya que si existe crecimiento la demanda aumenta, además de que existen mejores condiciones para el crédito.

15. ¿En qué actividad usted utiliza su vehículo familiar?

CUADRO 20

ACTIVIDAD EN LA QUE UTILIZA SU VEHÍCULO FAMILIAR

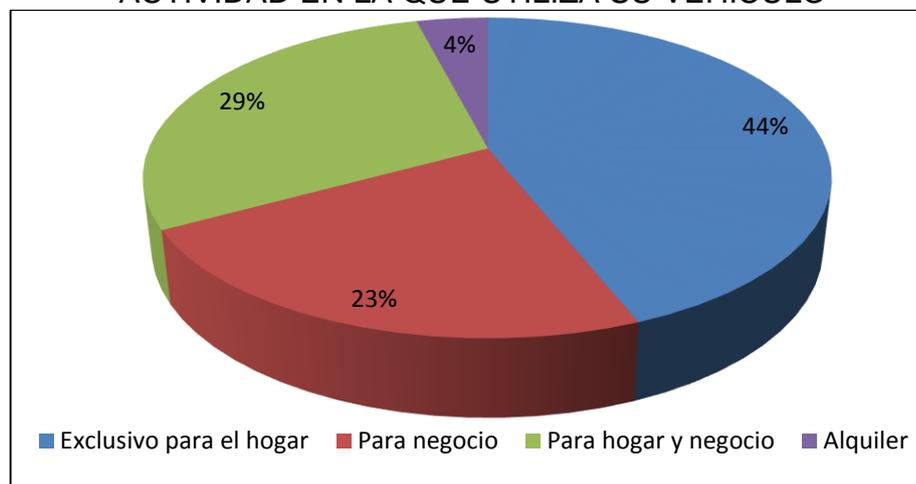
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Exclusivo para el hogar	176	44%
Para negocio	92	23%
Para hogar y negocio	116	29%
Alquiler	15	4%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 22

ACTIVIDAD EN LA QUE UTILIZA SU VEHÍCULO



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

Con respecto a la pregunta de la principal actividad en la que utilizará vehículo el 44% dijo que necesita un vehículo familiar, el 23% dijo que un

vehículo para el trabajo, el 29% necesita para el hogar y negocio, y el 4% dijo que para alquiler.

INTERPRETACIÓN

Los vehículos son utilizados en lo principal como un medio de transporte familiar, y las familias podrán decidirse por un auto, de acuerdo al número de miembros del grupo familiar además de los ingresos.

16. ¿Cuál es la principal motivación para adquirir un auto?

Cuadro 21

Motivación para adquirir un auto

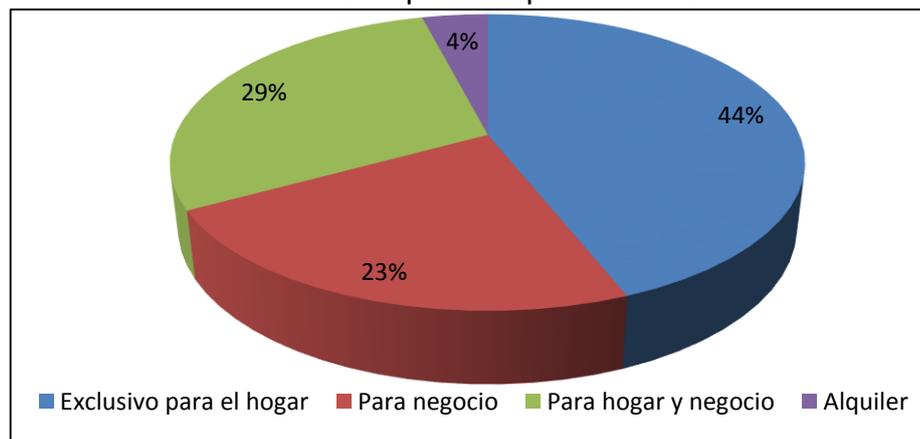
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Por trabajo	184	46%
Facilita la movilización	128	32%
Prestigio	3	1%
Gusto	12	3%
Por la familia	60	15%
Otras	12	3%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

Gráfico 23

Motivación para adquirir un auto



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

La principal motivación para adquirir un auto, en un 46% dijo que por cuestiones de trabajo, el 32% contestó que por que facilita la movilización, el 1% contestó que por prestigio, el 3% contestó que por gusto, el 15%

dijo que por cuestiones de familia, y el 3% dijo que por otras motivaciones especiales.

INTERPRETACIÓN

La motivación es un factor importante en la demanda de productos, y los vehículos tienen algunas características únicas que hacen necesario su compra, como el transporte y el trabajo, además de otras que no se encuentran en otro producto.

17. ¿Cuál es la principal característica antes adquirir un auto?

CUADRO 22

PRINCIPAL CARACTERÍSTICA ANTES ADQUIRIR UN AUTO

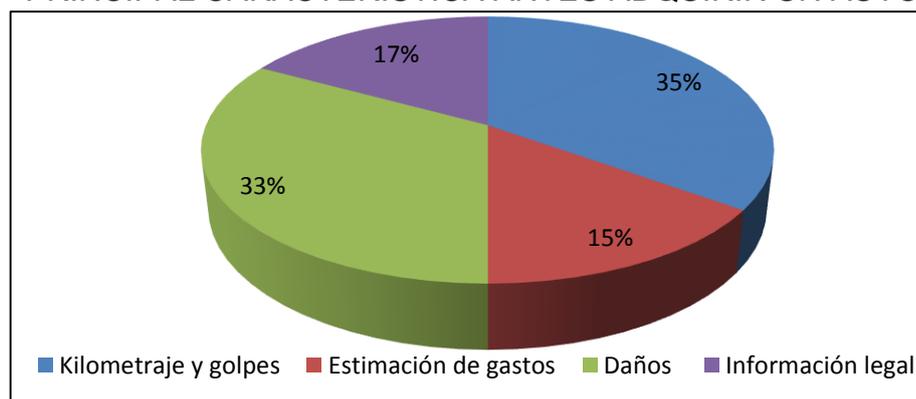
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Kilometraje y golpes	140	35%
Estimación de gastos en los próximos 6 meses	60	15%
Daños	131	33%
Información legal	68	17%
Total	399	100%

Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 24

PRINCIPAL CARACTERÍSTICA ANTES ADQUIRIR UN AUTO



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

ANÁLISIS:

Con respecto a la principal motivación para adquirir un auto, el 35% dijo que le interesa conocer sobre el kilometraje y golpes, el 15% le interesa saber la estimación de gastos en los próximos 6 meses, el 33% le

interesa saber si tiene daños, el 17% le interesa la información legal, que son datos importantes para saber qué es lo que está buscando el cliente al momento de decidirse por comprar un auto.

INTERPRETACIÓN

Además de conocer el año de fabricación del auto, es importante también conocer las condiciones físicas y mecánicas, como también saber cuál es su kilometraje, ya que eso traerá consigo una mejor decisión antes de comprar.

3.7.2. OFERTA Y DEMANDA DE AUTOMÓVILES

El sector automotor, es de mucha importancia en el desarrollo del país es reconocida por su influencia en la economía como en el desarrollo de los pueblos. El sector genera una importante contribución al crecimiento del Producto Interno Bruto del Estado, que contribuye significativamente en aranceles, impuestos, además es creadora de mano de obra, ya que emplea a un gran número de personas tanto calificada como no calificada, por lo que es un importante dinamizador de la economía del Ecuador y el mundo.

La producción de autos en el mundo cuenta con importante participación de China, Japón, Alemania y Estados Unidos, en la que se encuentran las principales marcas comercializadoras, y su distribución se da a nivel mundial.

CUADRO 23
PRODUCCIÓN MUNDIAL DE VEHÍCULOS
(MILLONES DE UNIDADES)

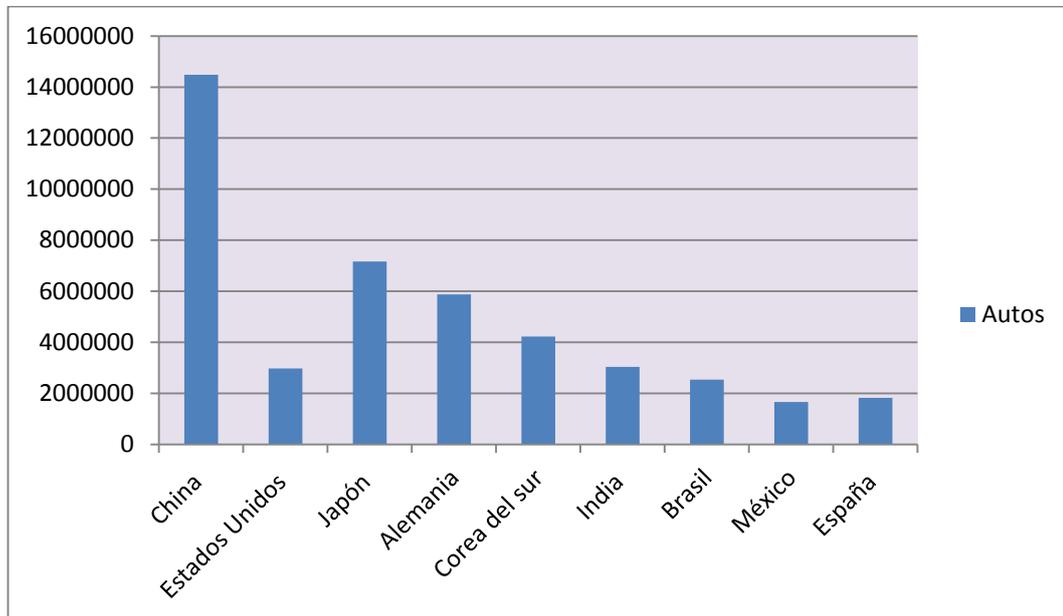
Posición	País	Autos	Vehículos Comerciales	Total	% Cambio frente a 2010
1	China	14485326	3933550	18418876	0.8%
2	Estados Unidos	2966133	5687427	8653560	11.5%
3	Japón	7158525	1240129	8398654	-12.8%
4	Alemania	5871918	439400	6311318	6.9%
5	Corea del sur	4221617	435477	4657094	9.0%
6	India	3038332	888185	3926517	10.4%
7	Brasil	2534534	871616	3406150	0.7%
8	México	1657080	1022957	2680037	14.4%
9	España	1819453	534229	2353682	-1.4%
10	Francia	1931030	363859	2294889	2.9%
TOTAL		45683948	15416829	61100777	

Fuente: Organización Mundial de Productores de Automotores, OICA.

Elaboración: Dirección de Estadísticas Económicas

De acuerdo con estas estadísticas de la producción de vehículos a escala mundial, en el año 2011 se produjeron 80.107.564 entre autos y vehículos comerciales, lo que representa un crecimiento del 3.1% frente a lo registrado en el año anterior.

CUADRO 24
PRODUCCIÓN MUNDIAL DE VEHÍCULOS
(MILLONES DE UNIDADES)



Fuente: Organización Mundial de Productores de Automotores, OICA.
Elaboración: Dirección de Estadísticas Económicas

Los países que lideran la producción mundial son: China que ocupa el primer lugar al producir 18.418.876 de unidades, seguido por Estados Unidos con 8.653.560; Japón con 8 millones 398,654; Alemania con 6.311.318 unidades; Corea del Sur con 4.657.094; la India con 3.926.517; y Brasil con 3.406.150 vehículos

En Latino América la Comunidad Andina de Naciones (CAN), durante el año 2011 se produjeron 230 mil vehículos, un 13% más que en el año anterior. Mientras que se exportaron 33 mil vehículos, manteniéndose sin variación frente al 2010

El sector automotor durante varios años mostro señales del dinamismo. Su crecimiento en el 2006 muestra niveles muy positivos, y se ha desarrollado en un escenario económico bastante favorable, este año terminó con un PIB ligeramente superior a los 40.000 millones de dólares, lo cual representa en términos reales que la economía creció 4.3%, con respecto al año pasado al 2005, mientras que el PIB del sector para el año 2012 se ubicó en los 147.882.752.

La oferta de autos eléctricos también está en continuo crecimiento a nivel mundial, y para el 2014 existen alrededor de 50 vehículos eléctricos, y para el año 2020 serán alrededor de 80, lo que refleja la importancia de esta tecnología y la preocupación y atención que se le da al tema del medio ambiente y a la eficiencia de la tecnología.

Actualmente se vive una transición muy interesante, primeramente con la comercialización de vehículos eléctricos, con la evolución de las baterías, con el desarrollo de la siguiente generación de autos eléctricos, híbridos, Plug-in, con el desarrollo de las infraestructuras, con los incentivos en los diversos mercados, y con la siguiente generación de clientes de este tipo de vehículos, lo que representara un importante cambio para el sector.

3.7.2.1. Mercado automotor

Gracias a la estabilidad económica en Ecuador creada por la dolarización, el negocio automotor ha seguido experimentando un desenvolvimiento sostenido en nuestro país, que solo se ha visto afectado por los cupos y salvaguardias de los últimos años.

El sector automotor en el mundo entero ha sufrido importantes cambios en las últimas décadas al pasar de un sector de minoría sin importancia a una industria que maneja miles de millones de dólares por concepto de ventas a nivel mundial.

Tanto la actividad industrial como en su actividad comercial, son importantes al estudiar la economía de un país. Sin embargo, un examen detallado del impacto de dicho sector en la economía del Ecuador, debe considerar también el análisis de variables que forman parte de su dinamismo del sector entre los que se encuentran la oferta y demanda de automóviles, ya que son muchos los factores que pueden influir para que estas variables se vean afectadas, como pueden ser los impuestos, las salvaguardias, las políticas ambientales, las restricciones entre otras.

Dentro de las políticas también se puede anotar en el país, el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT) que después paso a ser (SPPAT), que son maneras en los que el gobierno aumenta los requisitos para matricular un auto en el país, como también la implementación de un impuesto verde que se cobra igualmente en la matriculación de un automotor, que de alguna manera tienden a modificar el comportamiento de la oferta y demanda.

En los últimos años, existen cambios más notorios y que impactaron significativamente al sector, como son los aranceles y las restricciones al ingreso de vehículos al país, en este sentido se estableció un cupo anual, y ya no podrían entrar libremente los vehículos al país por lo que la oferta de vehículos nuevos se ve limitada al cupo establecido, que conjuntamente con el cambio de políticas de seguridad también están produciendo una subida de precios en los vehículos, como es la obligación en la que todos los autos deben incluir frenos ABS, Airbag entre otras.

3.7.2.2. Comportamiento de la oferta y la demanda de automóviles en Ecuador

El desempeño del sector en el Ecuador entre 2013 y 2014 las ventas de vehículos nuevos existió reducción al pasar de 120.060 autos nuevos comercializados en 2014, a 113812 vehículos en el 2013.

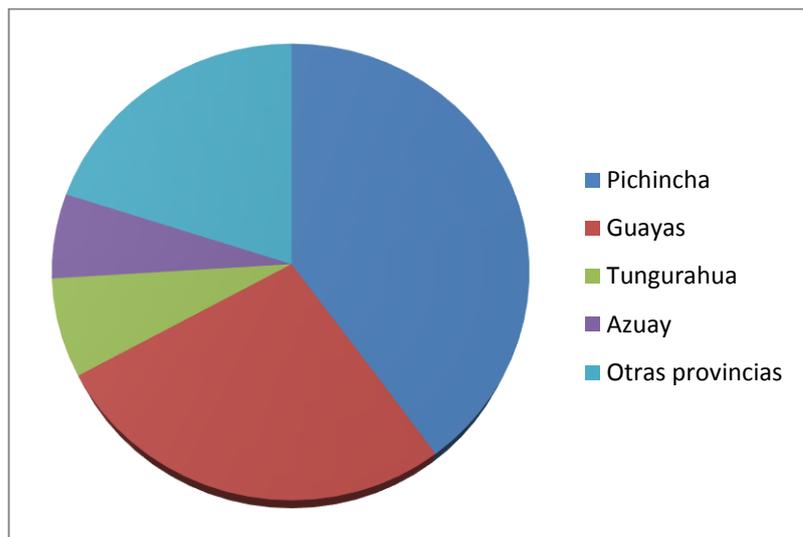
El 41% se distribuyó en Pichincha; menos del 6% correspondió al Azuay. En el Ecuador las mayores ventas fueron en Pichincha con el 40,8%; en Guayas el 27%; en Tungurahua el 7%; en Azuay el 5,6%; y, el restante porcentaje en las demás provincias. Con relación a 2012, la participación por provincias fue casi similar.

CUADRO 25
VENTAS DE VEHÍCULOS DEL ECUADOR EN EL 2013
(PORCENTAJE)

Provincias	%
Pichincha	40.8%
Guayas	27.0%
Tungurahua	7.0%
Azuay	5.6%
Chimborazo	2.3%
Otras provincias	19.6%

Fuente: Banco Central del Ecuador 2014
Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

GRÁFICO 25
VENTAS DE VEHÍCULOS DEL ECUADOR EN EL 2013



Fuente: Banco Central del Ecuador 2014
Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

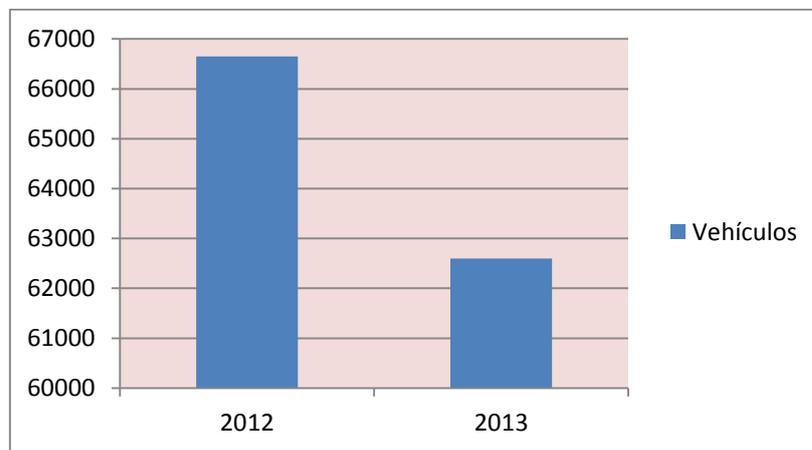
La Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) indica que para 2014 subió el número de autos nuevos comercializados a nivel nacional, en total 120.060 y las ventas por provincias también fueron parecidas al año anterior.

Los datos muestran que tanto en 2013 como en 2014 el segmento de vehículos nuevos más demandados por la gente fue el de los automóviles

y con un 25% le siguió (en cuanto a preferencia de la gente) el llamado SUVs (automóvil todoterreno, de turismo y afines).

En cuanto a importaciones de vehículos armados (CBU) en 2013 fue de 62.595 unidades, mostrando una reducción del 6% en comparación con las 66.652 unidades importadas en 2012. Entonces, el 51% de la demanda nacional fue atendida con esos importados.

GRÁFICO 26
IMPORTACIÓN DEL VEHÍCULOS DEL ECUADOR
PERIODO 2012 – 2013
(MILES DE UNIDADES)



Fuente: Banco Central del Ecuador 2014
Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

En 2014, en cambio, este tipo de importaciones registró un total de 57.093 unidades, lo que reflejó una reducción aún mayor, del 9%, en comparación al año anterior. En consecuencia, el 48% de la demanda nacional fue resuelta con estos autos.

Hay que anotar también que en Ecuador existen empresas ensambladoras de vehículos, pero que un gran porcentaje de piezas tienen que importar y en este sentido el 2013 y 2014 el principal país proveedor de CBU del mercado ecuatoriano fue Corea con el 24%; seguido (con menores porcentajes y en este orden) por Japón, China, México, Colombia, EE.UU., y otros.

Las ensambladoras nacionales AYMESA, MARESA y OMNIBUS BB, en 2013, fue de 67.336 unidades; a esto se sumaron desde ese mismo año 846 unidades de la ensambladora de chasis CIAUTO. La producción nacional abasteció al 49% (55.509 unidades) del consumo local. El 66% de la producción nacional se concentró en automóviles.

En 2014, la producción nacional bajó a 62.689 unidades y abasteció al 52% (61.855) del consumo local. También esta producción se centró en automóviles. (ACR)-(I)

En cuanto a las exportaciones de estas empresas ensambladoras existe una reducción, y las ensambladoras nacionales OMNIBUS BB, AYMESA Y MARESA exportaron un total de 7.213 vehículos en 2013, lo que significó una reducción del 71% en comparación con las 24.815 unidades exportadas en 2012.

GRÁFICO 27
EXPORTACIONES DE VEHÍCULOS PERIODO 2013-2014
(MILES DE UNIDADES)



Fuente: Banco Central del Ecuador 2014

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

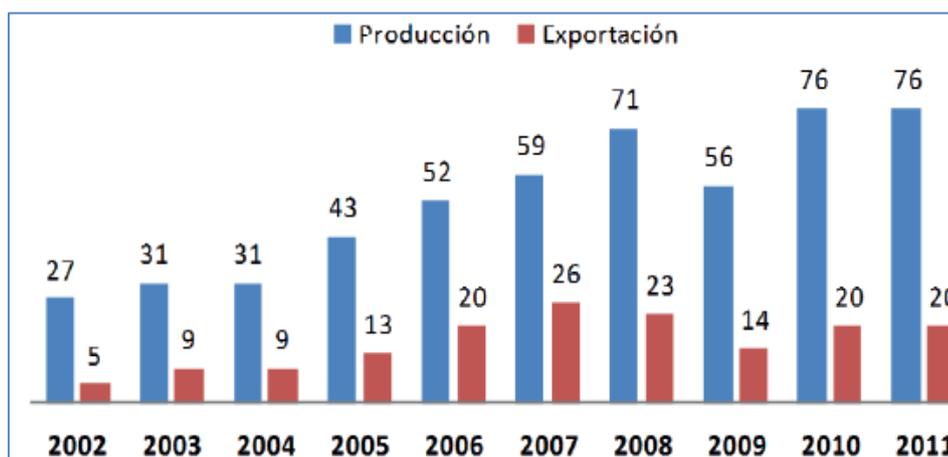
Uno de los factores que influyó en la reducción de las importaciones del Ecuador fue el proceso de apertura comercial de la economía colombiana, con otros países, lo que ocasionó que los precios sean más competitivos materializado a través de la suscripción de Tratados de Libre

Comercio con México y Corea, en 2013 incidieron negativamente en su demanda de vehículos ecuatorianos, ya que registraron una reducción del 57% en comparación con el volumen exportado al mercado de Colombia en 2012.

También la exportación de autos ecuatorianos a Venezuela tuvo una caída del 87% en comparación con 2012. No se exportaron vehículos nacionales a otros mercados, en 2013. En 2014, AYMESA y OMNIBUS BB exportaron 8.368 vehículos y el destino del 100% de las exportaciones de autos nacionales fue Colombia.

Desde el segundo semestre de 2013 la demanda de autos experimentó una desaceleración que al final de año permitió a las empresas, a pesar del esquema restrictivo, contar con un inventario final que se sumó a la oferta total (cupos) de 2014.

GRÁFICO 28
IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE VEHICULOS
(MILLONES DE UNIDADES)



Fuente: Banco Central del Ecuador 2014
Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

De acuerdo a, los datos presentados en el Ecuador mayor es el número de autos que se producen en el país, que los autos que se importan, es decir que el mercado ecuatoriano esta abastecido por una buena producción nacional, que en su mayor parte corresponde a la marca Chevrolet, la producción de vehículos en el país mantiene una tendencia

creciente entre los años 2002 y 2011, llegando a producir 76 mil vehículos tanto en 2010 como en 2011. Los principales vehículos que se ensamblan son camionetas y automóviles de las marcas: Kia, Chevrolet y Mazda en cuanto a las exportaciones, en los últimos diez años se vendieron 16 mil vehículos, en promedio. Por año, las ventas oscilaron entre 5.000 en el año 2002, 13.000 en el año 2005, 23.000 en el 2008 hasta llegar a los años 2010 y 2011 con una exportación anual de 20.000 vehículos. El nivel más alto se alcanzó en 2007 con 26.000.

3.7.2.3. Aranceles al sector automotor

El sector automotriz, en Ecuador está sujeto a varias políticas restrictivas de importaciones de vehículos desde el año 2009 mediante la aplicación de aranceles e impuestos. También, con Resolución No. 049-2014 de 29 de diciembre de 2014, el Comité de Comercio Exterior resolvió prorrogar hasta el 31 de diciembre de 2015 la vigencia de las resoluciones del COMEX No. 65 y 66 del año 2012 y 011-2014, así como sus respectivas reformas, mismas que guardan relación con la restricción cuantitativa a la importación de CKDs y vehículos.

Las empresas buscan potenciar los servicios post-venta, para reducir los impactos, de éste tipo de medidas, también en los casos de empresas comercializadoras de vehículos ensamblados en el país, se plantea el incremento en las ventas de vehículos ensamblados localmente, de esta manera se incentiva la producción nacional.

La aplicación de aranceles o sobretasas tienen un impacto relevante en la economía nacional, por ello, es preciso determinar los sectores más vulnerables a la medida para precautelar el sector externo, y en este punto es donde se ven afectados tanto las importaciones como las exportaciones del sector automotor.

Es importante también anotar que hay sectores favorecidos y desfavorecidos tales como los consumidores, debido a que las salvaguardias hacen énfasis en bienes de consumo, provocando una

contracción de la misma. Otro de los sectores afectados son las empresas importadoras.

En el 2015 el COMEX aplicó incrementos arancelarios a sub partidas del sector automotor: el arancel mínimo es del 15% para CKDs de automóviles y SUVs de gasolina (menor o igual a 1500cc) y para CKDs de camionetas.

Además, un arancel mínimo del 14,38% para la importación de CKDs de automóviles y SUVs de gasolina con cilindraje superior a 1500 cc. Gravó con 5% a tracto camiones, motocultores, tractores de oruga y otros.

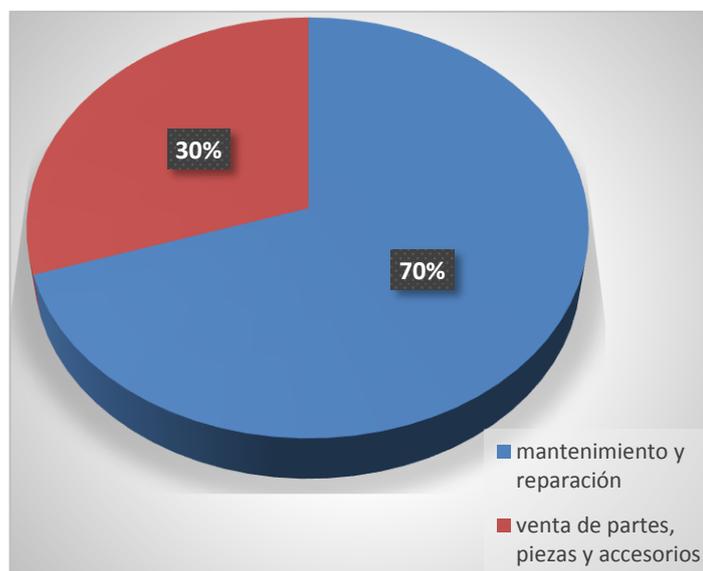
Un arancel mínimo del 15% para CDKs de vehículos híbridos; gravó también con el 10% los chasis en CKD de camiones con un peso bruto vehicular de más de 5T y de menos de 6,2T. Esto, según la Resolución dictada por el COMEX.

Actualmente, las empresas multinacionales han liderado la transferencia y asimilación de tecnologías en empresas de autopartes y de ensamblaje de automóviles, lo cual se ve reflejado en el desarrollo tecnológico alcanzado por la industria automotriz ecuatoriana.

A nivel nacional con base en la información del Censo Nacional Económico 2010, existen 29.068 establecimientos económicos dedicados a actividades de comercio automotriz, (70,00% mantenimiento y reparación y 30,00% venta de partes, piezas y accesorios).

GRÁFICO 29

ESTABLECIMIENTOS DEDICADOS A ACTIVIDADES DE COMERCIO AUTOMOTRIZ



Fuente: Banco Central del Ecuador 2014

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

3.7.2.4. Número de vehículos por provincias en el Ecuador

El número de vehículos en el Ecuador ha estado en continuo crecimiento, de tal forma que muchas de las ciudades están congestionadas y cada vez se complica más la circulación de los mismos, aumentando así el número de horas que las familias tienen que pasar en su vehículo.

De acuerdo la página web Ecuador en cifras el número de vehículos matriculados por provincia en el Ecuador es el siguiente cuadro 25 en anexos.

CUADRO 27

**NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS,
POR MODELO, SEGÚN SERVICIO
(MILES DE UNIDADES)**

MODELO	TOTAL	USO DEL VEHÍCULO			
		PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPIO
TOTAL	1.717.886	1.633.693	56.703	21.003	6.487
2003 Y ANTERIORES	536.781	521.156	11.000	3.442	1.183
2004	47.537	45.051	1.778	483	225
2005	65.351	61.323	2.939	824	265
2006	83.230	79.319	2.531	1.009	371
2007	91.940	87.917	2.713	886	424
2008	96.118	90.661	3.156	1.878	423
2009	118.361	108.327	5.379	4.068	587
2010	116.248	109.313	4.656	1.772	507
2011	161.182	150.045	7.560	2.677	900
2012	174.562	165.739	5.423	2.297	1.103
2013	176.156	166.976	7.320	1.436	424
2014	50.420	47.866	2.248	231	75

Fuente: Banco Central del Ecuador 2014

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

Según la información disponible con corte a diciembre 2013, la participación por marcas muestra que Chevrolet, se ubicó como la marca líder en ventas a nivel nacional con un 48,00% de participación en el

mercado, seguido de Kía con un 12,00%, Hyundai 9,00%, y el resto de marcas presentó una participación igual o inferior al 6,00%.

Un componente en la oferta de vehículos principalmente de vehículos livianos lo conforman las ensambladoras, que en el país son: General Motors Ómnibus BB GM-OBB, MARESA, AYMESA, y CIAUTO productoras de vehículos de las marcas Chevrolet, Mazda. Kía y Great Wall respectivamente.

CUADRO 28
PARTICIPACIÓN POR MARCA PERIODO 2013
(PORCENTAJE)

Marca	Porcentaje
Chevrolet	48%
Kia	12%
Hyunday	9%
Nissan	6%
Toyota	6%
Mazda	6%
Ford	4%
Hino	4%
Renault	3%
Volkswagen	2%

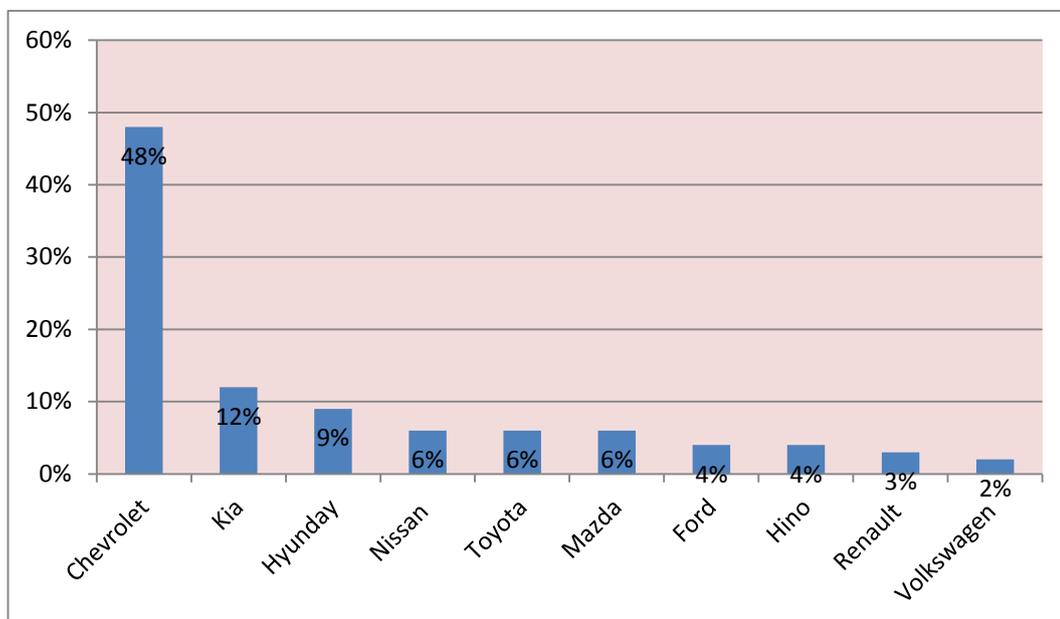
Fuente: Banco Central del Ecuador 2014

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

Estas ensambladoras presentan un alto nivel de tecnificación que les permiten ser reconocidos por sus productos de calidad que incluso exportan, cifra que entre enero y septiembre de 2014 ascendió a 6.212 unidades exportadas a Colombia en 59,00%, y Venezuela 39,00%. Omnibus BB, aportó con el 74,00% de la producción nacional, Aymesa el 16,00%, Maresa 10,00%.

GRÁFICO 30

PARTICIPACIÓN POR MARCA 2013 (PORCENTAJE)



Fuente: Banco Central del Ecuador 2014

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

3.7.3. Comportamiento de la demanda de automóviles en la provincia de Chimborazo.

En el Ecuador existe un total de 1.717.886 lo que daría un aproximado de un vehículo por cada 10 habitantes del Ecuador, y entre ellos los automóviles 563.859, que representa la cifra más significativa en el país, después se tiene las camionetas con un total de 305590, las cuales son utilizadas tanto para el transporte de carga liviana como para el transporte de personas de acuerdo a su capacidad, por lo que es muy apreciada para negocios pequeños.

Los vehículos tipo jeep, son un total de 275790, convirtiéndose en un importante representante automotor, el número de los camiones es de 111266, las furgonetas que son transporte de pasajeros con 33560 o de carga pequeña son de 23569, los buses están presente con 8281 unidades a nivel nacional, y por último los colectivos con 1.511, tal como lo muestra el cuadro en anexos.

El transporte de carga ha constituido un factor estratégico para el desarrollo económico del país, además de un modo de integración nacional; es así que el transporte sobresale de diferentes modos de transporte existentes, ya que, moviliza la carga doméstica que se traslada por tierra y además del total de carga de comercio exterior. La flota vehicular, del Ecuador está conformada por:

CUADRO 30
NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR CLASE, SEGÚN CAPACIDAD DE CARGA

CLASE	TOTAL DE TONELADAS	TOTAL DE VEHÍCULOS	CAPACIDAD EN TONELADAS				
			1 A 3	3 A 6	6 A 10	10 A 15	15 Y MÁS
TOTAL	1.247.151	472.528	387.223	45.409	18.346	9.979	11.571
CAMIÓN	388.829	111.266	70.427	26.765	9.382	3.465	1.227
CAMIONETA	319.076	305.590	304.783	806	1	-	-
FURGONET A C	107.164	23.569	8.379	11.135	3.015	1.040	-
TANQUERO	29.031	2.719	39	853	796	624	407
TRAILER	194.273	12.766	1.228	3.277	1.785	1.616	4.860
VOLQUETE	181.351	12.284	40	1.969	2.925	2.824	4.526
OTRA CLASE	27.426	4.334	2.327	604	442	410	551

Fuente: Banco Central del Ecuador 2014

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

En la provincia de Chimborazo existe un total de 138.055 totales de asientos disponibles en el transporte terrestre de personas, lo que corresponde a 27.274 unidades de vehículos, tal como se muestra en la tabla a continuación.

CUADRO 31
NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR
PROVINCIA, SEGÚN CAPACIDAD DE ASIENTOS

PROVINCIA	TOTAL DE ASIENTOS	TOTAL DE VEHÍCULOS	CAPACIDAD DE ASIENTOS				
			1 A 10	11 A 20	21 A 30	31 A 40	41 Y MÁS
TOTAL	5.343.572	1.245.358	1.219.699	16.370	1.238	3.561	4.490
AZUAY	341.374	70.327	69.304	808	44	90	81
BOLÍVAR	34.648	7.578	7.378	92	12	37	59
CAÑAR	105.761	23.946	23.451	309	37	105	44
CARCHI	58.950	12.901	12.701	98	11	40	51
CHIMBORAZO	138.055	27.274	26.488	473	23	151	139
COTOPAXI	133.206	32.368	31.737	409	13	81	128
EL ORO	154.009	50.156	49.488	470	35	93	70
ESMERALDAS	85.464	29.170	28.642	294	44	70	120
GALÁPAGOS	1.214	451	428	14	9	-	-
GUAYAS	1.520.351	338.045	329.618	5.446	365	919	1.697
IMBABURA	153.624	32.445	31.668	453	27	117	180
LOJA	121.541	26.587	26.175	240	38	95	39
LOS RÍOS	134.581	62.214	61.488	384	39	156	147
MANABÍ	370.448	100.136	97.541	1.160	73	621	741
MORONA SANTIAGO	18.929	4.757	4.647	45	13	44	8
NAPO	13.839	3.567	3.474	51	9	16	17
ORELLANA	20.825	7.783	7.595	99	37	33	19

PASTAZA	24.658	5.790	5.651	88	10	18	23
PICHINCHA	1.497.257	306.162	300.908	4.119	296	374	465
SANTA ELENA	41.934	11.412	11.068	104	20	107	113
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	70.809	23.929	23.537	206	6	100	80
SUCUMBIOS	34.399	15.828	15.557	118	36	81	36
TUNGURAHUA	253.111	49.320	48.044	843	23	184	226
ZAMORA CHINCHIPE	14.585	3.212	3.111	47	18	29	7

Fuente: Banco Central del Ecuador 2014

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

CUADRO 32

VARIACION DE PRECIOS DE VEHÍCULOS PERIODO 2010 – 2013 (MILES DE DOLARES)

MARCA	MODELO	Año			
		2010	2011	2012	2013
CHEVROLET					
	Spark 5p	10475	11990	12990	13340
	Spark		11190	13790	14140
	Spark Gt		16299	16690	16890
	Aveo Emotion advance	16090	18590	19990	22290
	Aveo Emotion gls ac tm 4p	16610			19690
	Aveo Family	13290		15990	16190
	Aveo Family STD 1.5 4p	12590			15190
	Sail STD 4p		16710	17290	17650
	Sail STD 5p		15410	16860	17050
	PROMEDIO		14644	16229	16937
GREANT WALL					
	Wingle 5 CS semi	16990	18690	19290	21490
	Wingle 5 CS semi	21400	22990	23490	23990
	Wingle 5 CS semi	23400	25490	25490	
	Wingle 5 CS semi	18400	20690	25990	25990
	Haval H3		24290	24790	24790
	Haval H5		25690	26990	26990
	florid	15323	16990		

	voleer C30		17690	18190	18190
	PROMEDIO		21565	23461	23573
HYUNDAI					
	i10 5P 1.1	11990	11990	13390	13390
	i10 5P 1.1 ac	12990	12990	14390	14390
	i10 5P		14590	15990	15990
	new accent 4P	16590	19990	21990	21990
	new accent 4P	17590	20990	22990	22990
	New Elantra 16	18990	24990		
	New Elantra 1.8	19990	25990		126730
	tucson ix 5p tm	25990			
	PROMEDIO		18353	17750	31683
KIA					
	Picanto r 10 l lx	11490	13259	13790	15990
	Picanto ac	12290	14259		
	Rio Stylus 4DRS LS 1.5	13490	14790	14790	14390
	Rio 4DR GLS EX		19990	20144	
	rio r 1.4l ex 4p		20222		22030
	Cerato Forte 1.6}	19990	22038		22990
	Soul	22490	21944	23990	26190
	Sportage	19990	25990	25990	27790
	Sportage	23490	26990	24990	20990
	Rondo	22590	24544	25640	
	PROMEDIO		20403	21333	21481
MAZDA					
	Mazda 2 sedan	18990	22990	22990	22990
	Mazda 3 sedan	25490	29990	29990	35990
	BT-50	17490	19990	19990	19990
	BT-50 simple 4x2	18990	20990	20990	20990
	BT-50 doble 4x2	20990	22990	22990	22990
	PROMEDIO		23390	23390	24590
NISSAN					
	March Driver		15490	18626	18550
	Sentra 1.6 tm	13885	15290	15565	
	TIIDA	19990	17990	19865	20130
	TIIDA	19990		18265	20990
	Versa		17990	22190	23580
	PROMEDIO		17623	18902	20813
RENAULT					
	Logan expression	12990	15590	15510	15990
	Logan expression	13700	16390	16410	16890
	Logan Dynamique	14790	17640	17775	18255
	Logan Familiar	11990	14340	14350	14950
	Logan Familiar	12550	14990	14990	15590

	Sandero expression	13790	17290	16990	17390
	Sandero Dynamique	14990	18690	18550	18950
	duster		22990	23310	23590
	Duster		25990	26300	26590
	PROMEDIO		18212	18243	18688
TOYOTA					
	Prius		21990	24990	26250
	PROMEDIO		21990	24990	26250
Volkswagen					
	Gol Hatch 1.6	14990	15990		
	Gol Hatch 1.6 AC	15690	16790		
	Gol Hatch 1.6 plus	18790	17390		
	Gol Hatch Plus AC	17990	17990		
	Gol Especial	19990		19990	
	jetta europa	19990	21770		
	Jetta Trendline	24950	24950		
	saveiro cabina simple	17199			
	saveiro cabina simple a/c	17990			
	Vogage Especial			19999	19990
	PROMEDIO		23360	19995	19990

Fuente: CARBURANDO 2010-2013

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

3.7.4. Nivel de ingreso familiar de los habitantes de la provincia de Chimborazo.

En el análisis del ingresos familiar, es importante tener en cuenta lo que dice el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC), la que así se tendrá una idea más clara de lo que se quiere, en este sentido dice que “es la unidad social conformada por una persona o un grupo de personas que se asocian para compartir el alojamiento y la comida. Es decir, que el hogar es el conjunto de personas que residen habitualmente en la misma vivienda o en parte de ella (viven bajo el mismo techo), que están unidas o no por lazos de parentesco y que cocinan en común para todos sus miembros (comen de la misma olla).” (INEC 2011)

Existen también unos criterios más amplios que se les consideran Miembros de Hogar a las siguientes personas:

a) Los residentes habituales presentes en el momento de la entrevista que viven permanentemente en el hogar, es decir que duermen la mayor parte del tiempo en él; incluyendo aquellos que al tiempo de la entrevista se encuentra temporalmente ausente por diferentes razones (trabajo, vacaciones, enfermedades, etc.), siempre que su ausencia sea por un período menor a seis meses.

b) Las personas sin parentesco con el jefe del hogar o familiares de éste, que vivan habitualmente la mayor parte del tiempo en el hogar, siempre que no tengan otro lugar de residencia.

c) Los servidores domésticos que son residentes habituales del Hogar y sus familiares que viven con ellos (puertas adentro).

d) Personal de las Fuerzas Armadas destacado en el lugar y que vive habitualmente en el hogar la mayor parte del tiempo.

e) Extranjeros que trabajan o estudian en el país desde hace seis meses, por lo menos, y que permanecerán viviendo la mayor parte del tiempo en el hogar en forma habitual.

f) En el caso de la persona que sea reconocida como jefe (a) en dos o más hogares, deberá considerarla como miembro del hogar donde vive la mayor parte del tiempo, respecto al momento de la entrevista.

g) Las personas que estudian fuera de la ciudad donde vive el resto de la familia, serán considerados como miembros del hogar en las ciudades donde realizan sus estudios, independientemente de que estos regresen con frecuencia o no a sus hogares de origen.

Del ingreso total mensual de los hogares del país estimados en 3.502.915.573 dólares, el 79,3% corresponde al ingreso monetario, la diferencia, el 20,7% al ingreso no monetario.

CUADRO 33
INGRESOS FAMILIARES DEL ECUADOR
(PORCENTAJE)

Fuentes de ingresos	Ingresos mensuales en dólares	%
Ingresos corriente monetario	2.779.199.821	79.3
Ingresos no corriente monetario	723.715.752	20.7
Ingresos corriente total	3.502.915.573	100

Fuente: ENIGHUR 2013

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

El 83,5% del ingreso monetario de los hogares, tienen como fuente el trabajo (asalariado o independiente), el segundo rubro en importancia son las transferencias corrientes (12,5%), le siguen la renta de la propiedad y del capital (2,6%) y otros ingresos (1,4%).

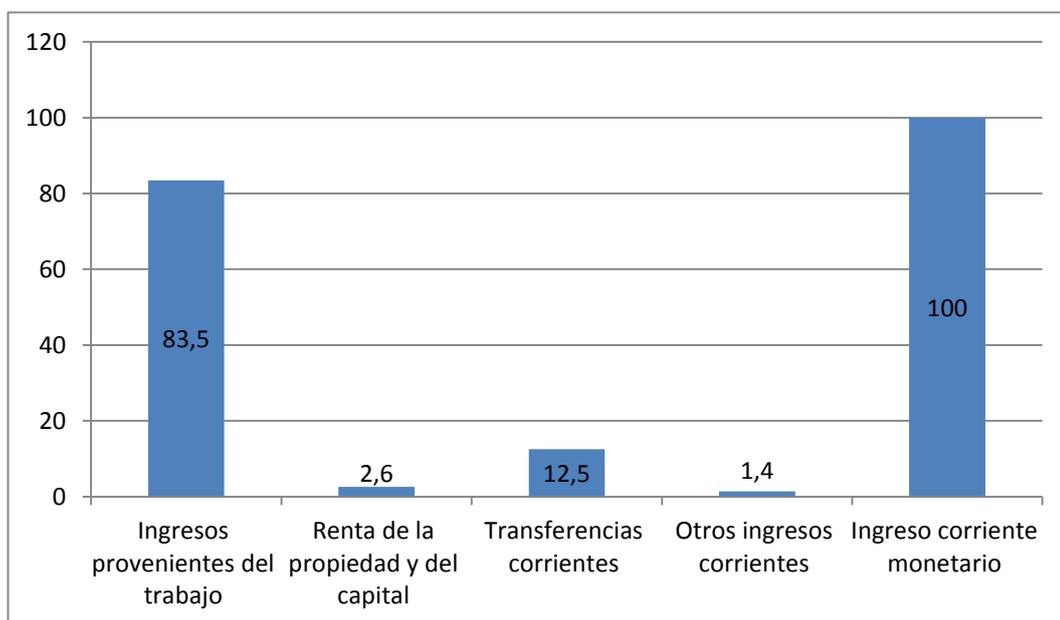
CUADRO 34
DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO FAMILIAR DEL ECUADOR
(PORCENTAJE)

Fuentes de ingresos monetarios	Ingresos corrientes mensuales en dólares	%
Ingresos provenientes del trabajo	2.320.077.203	83.5
Renta de la propiedad y del capital	71.903.425	2.6
Transferencias corrientes	348.700.533	12.5
Otros ingresos corrientes	38.518.661	1.4
Ingreso corriente monetario	2.779.199.821	100

Fuente: ENIGHUR 2013

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

GRÁFICO 31
DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO FAMILIAR



Fuente: ENIGHUR 2013

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

Del total de los ingresos no monetarios de los hogares, en orden de importancia, el 45,8% corresponde al valor imputado de la vivienda propia y cedida, el 29,6% son regalos recibidos, el 15,4% proviene del salario en especie y el 9,2% del autoconsumo y auto suministro.

CUADRO 35
FUENTES DE INGRESO NO MONETARIO
DE HOGARES DEL ECUADOR
(PORCENTAJE)

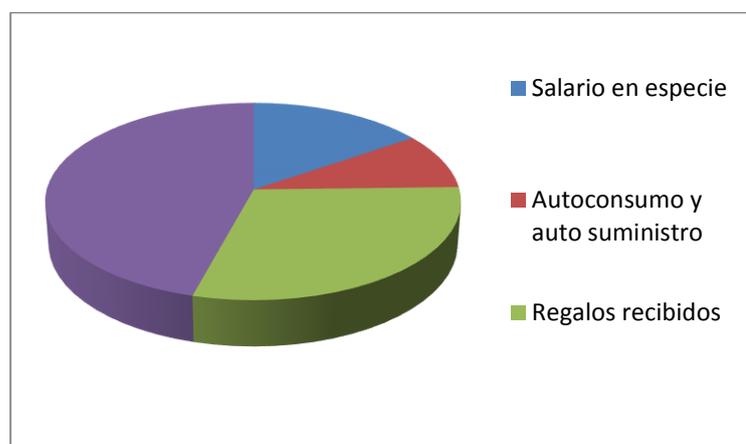
Fuentes de ingresos NO monetarios	Ingresos mensuales en dólares	%
Salario en especie	111.444.729	15,4
Autoconsumo y auto suministro	66.778.956	9,2
Regalos recibidos	214.215.387	29,6
Valor imputado de la vivienda propia y cedida	331.276.680	45,8
Ingresos corriente no monetario	723.715.752	100

Fuente: ENIGHUR 2013

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

GRÁFICO 32

Distribución relativa del ingreso corriente NO monetario mensual



Fuente: ENIGHUR 2013

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

El ingreso total (monetario y no monetario) mensual en el país tiene un promedio de 893 dólares por hogar a nivel nacional, siendo superior en el área urbana con 1.046 dólares, mientras en el área rural el ingreso promedio es de 567 dólares. Por otro lado, el ingreso promedio mensual monetario, es de 709 dólares a nivel nacional, 841 dólares en el área urbana y 428 en el área rural, esto es, casi la mitad del ingreso promedio urbano.

Al considerar el tamaño del hogar y el ingreso total, se obtiene el ingreso per cápita de los hogares, el mismo que a nivel nacional es de 230 dólares promedio, en el área urbana es de 274 dólares y en el área rural 141 dólares por persona.

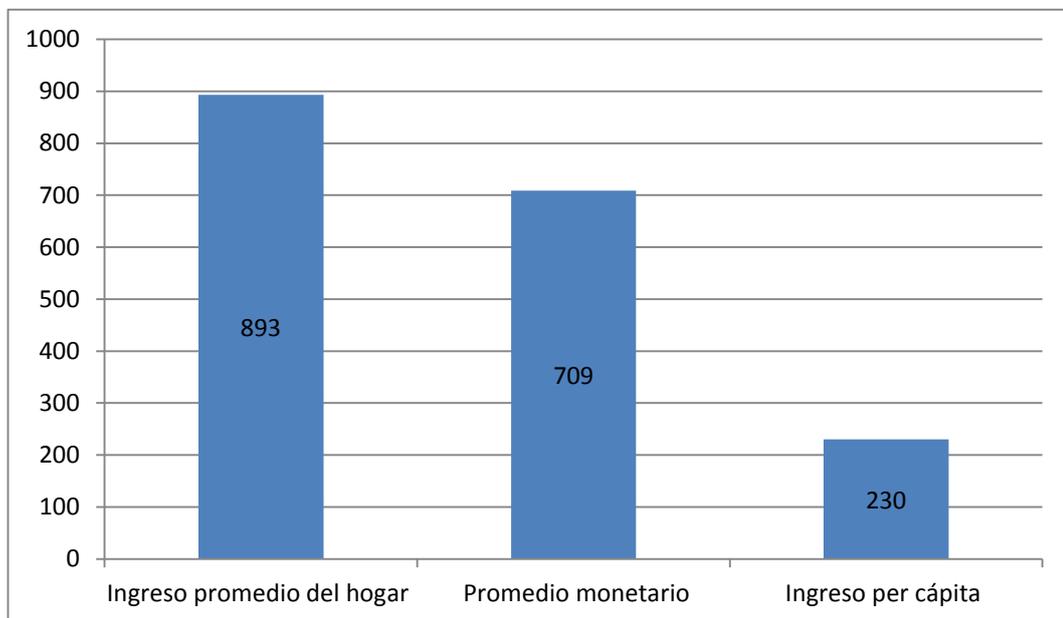
CUADRO 36
INGRESO FAMILIAR DEL ECUADOR
(DÓLARES)

Indicadores	Nacional	Área Urbana	Área Rural
Ingreso promedio del hogar	893	1046	567
Promedio monetario	709	841	428
Ingreso per cápita	230	274	141
Porcentaje del ingresos monetario	20,7%	19.7%	24.6%
Coficiente de Gini	0.45	0.44	0.39

Fuente: ENIGHUR 2013

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

GRÁFICO 33
INGRESO FAMILIAR DEL ECUADOR



Fuente: ENIGHUR 2013

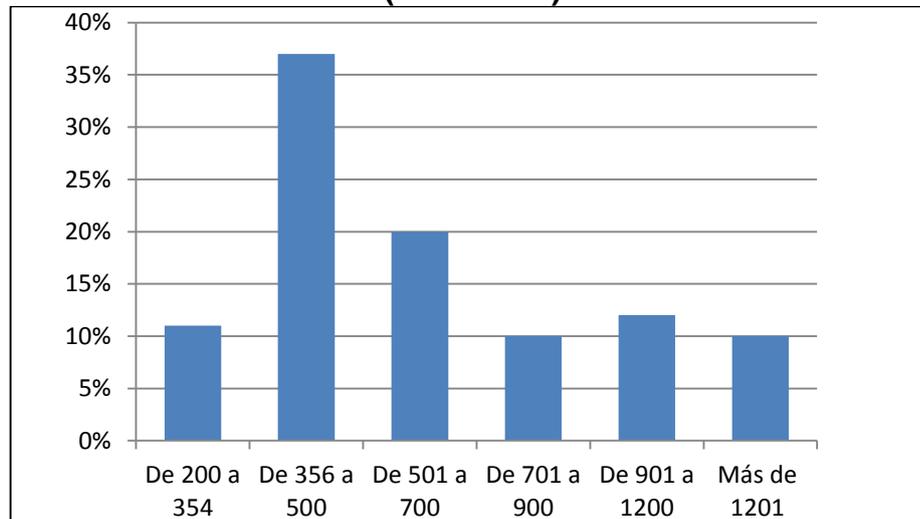
Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

El ingreso por trabajo, representa el mayor porcentaje del ingreso monetario percibido por los hogares (83,5%), sin diferencia por área geográfica. Las transferencias corrientes representan el 12% del ingreso en el área urbana y el 14,8% en el área rural; la renta de la propiedad y el capital es el 3% en el área urbana y el 0,9% en el rural.

De acuerdo a las encuestas aplicadas también se puede obtener los siguientes datos; Los ingresos familiares de acuerdo a las encuestas dicen que el 11% tienen ingresos de 200 a 354 dólares, el 37% tienen ingresos de 356 a 500 dólares, que es el sector mayoritario, el 20% tiene ingresos de 501 a 700 dólares, el 10% tiene ingresos de 701 a 900 dólares, el 12% tiene ingresos a 901 a 1200, el 10% tiene ingresos de más a 1201 dólares.

GRÁFICO 34

**INGRESOS FAMILIAR EN
(DÓLARES)**



Fuente: Las encuestas

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza.

3.7.5. MODELO DE REGRESIÓN.

Proyecciones de regresión por el método de mínimos cuadrados

Para realizar el cálculo de las proyecciones se utilizará la fórmula de mínimos cuadrados:

$$y = a + bx$$

y = valor calculado de la variable que debe predecirse (variable dependiente).

a = ordenada.

b = pendiente de la recta de regresión (o la tasa de cambio en y para los cambios dados en x).

x = variable independiente.

Para encontrar los valores de a y b para cualquier recta de regresión las ecuaciones son las siguientes:

$$b = \frac{\Sigma xy - n x \bar{y}}{\Sigma x^2 - n \bar{x}^2}$$

b = pendiente de la recta de regresión.

Σ = signo de suma.

x = valores conocidos de la variable independiente.

y = valores conocidos de la variable dependiente.

\bar{x} = promedio del valor de las x.

\bar{y} = promedio del valor de las y.

n = número de datos puntuales.

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

a = ordenada.

\bar{y} = promedio del valor de las y.

b = pendiente de la recta de regresión.

CUADRO XVI
Vehículos vendidos
(Miles de unidades)

Año	Número de vehículos
2008	77.686
2009	111.000
2010	121706
2011	120.000
2012	113 940
2013	113 465

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

CUADRO XVII
VALORES TRANSFORMADOS

Año	Periodo (x)	Vehículos (y)	x ²	xy
2008	1	77.686	1	77.686
2009	2	111.000	4	222.000
2010	3	121706	9	365118
2011	4	120.000	16	480000
2012	5	113 940	25	569700
2013	6	113 465	36	680790
	Σx = 21	Σy = 657797.00	Σ x² = 91	Σxy = 2.395.294

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

$$X = \frac{\Sigma x}{N}$$

$$\bar{y} = \frac{\Sigma x}{N}$$

$$X = \frac{21}{6}$$

$$\bar{y} = \frac{657797.00}{6}$$

$$X = 3,5$$

$$\bar{y} = 109632.83$$

Para encontrar los valores de a y b, aplico las fórmulas respectivas.

$$B = \frac{\Sigma xy - n x \bar{y}}{\Sigma x^2 - n x^2}$$

$$A = \bar{y} - bx$$

$$B = \frac{2.395.294 - 6 (3,5) (109632.83)}{91 - 6 (3,5)^2}$$

$$A = 109632.83 - 5314,54 (3,5)$$

$$B = \frac{93004.57}{17,5}$$

$$A = 109632.83 - 18600,91$$

$$B = 5314,5$$

$$A = 91031,92$$

B= pendiente de la recta de regresión en la que el promedio de variación de autos estará entre los 5314, que podrá ir aumentando periodo tras periodo de estudio, siempre tomando en cuenta que estos valores podrán ir variando de las condiciones económicas y sociales del país.

Así, la ecuación de mínimos cuadrados para la tendencia es $y = a + bx$; $y = 91031,92 + 5314,54 x$. Para proyectar la demanda de autos en el año 2015, primero se denota el año 2015 en el sistema de códigos;

$$x = 3.$$

$$\text{Demanda en el año 2014} = 91031,92 + 5314,54 (3)$$

$$\text{Unidades} = 106975,54$$

Estimamos la proyección para el año 2016 insertando $x = 4$ en la misma ecuación:

$$\text{Demanda para el año 2015} = 91031,92 + 5314,54 (4)$$

$$\text{Unidades} = 112289,16$$

De la misma manera proyectamos para los demás años; 2017, 2018, 2019.

$$\text{Demanda para el año 2016} = 91031,92 + 5314,54 (5)$$

$$\text{Unidades} = 117604,62$$

$$\text{Demanda para el año 2017} = 91031,92 + 5314,54 (6)$$

Unidades = 122919,16

Demanda para el año 2018 = 91031,92+ 5314,54 (7)

Unidades = 128233,70

CUADRO
PROYECCIONES DE CARTERA BRUTA DE PRÉSTAMOS
(MILES DE UNIDADES)

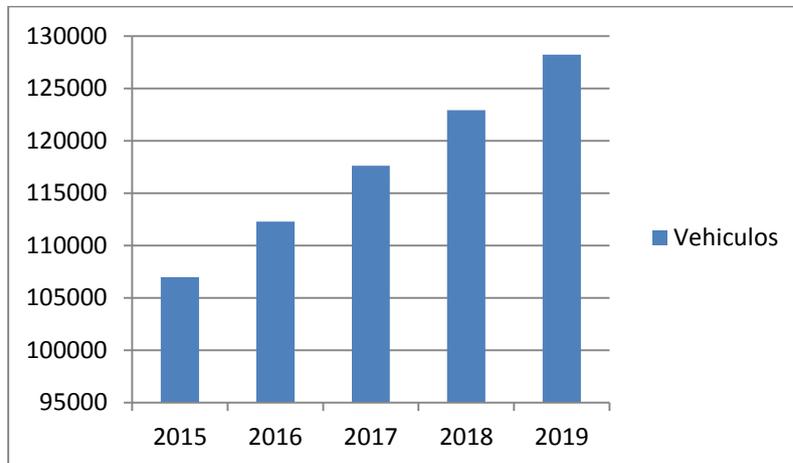
Año	Unidades de vehículos	Crecimiento porcentual
2014	106975.54	
2015	112289,16	4.95%
2017	117604.62	4.81%
2019	122919,16	4.50%
2019	128233,70	4.31%

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

Al considerar las proyecciones de la demanda de autos, es importante destacar que existe un crecimiento constante de la demanda, de aproximadamente el 5% anual, al pasar de 106975.54 en el 2014 a 128233,70 en el 2019, considerando las condiciones actuales del mercado, es decir las restricciones en las importaciones impuestas por el Gobierno de Rafael Correa, lo que ocasionó la subida de precios en los autos nuevos.

Al considerar que las condiciones del mercado podrían cambiar, con la eliminación de cupos, y la reducción de impuestos, se puede decir que la demanda de autos también aumentaría, ya que los consumidores se verán atraídos por precios más económicos que los actuales, además del crecimiento poblacional existente en el país.

GRAFICO 30
PROYECCIONES
(MILES DE UNIDADES)



Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

De acuerdo a los datos, se puede notar un decrecimiento para el 2015 en la venta de autos, con 106975,54 unidades que con el transcurso de los años va mejorando,

Hay que anotar que el sector además está pasando con restricciones tanto en aranceles como en cupos, por lo que sí existe un cambio significativo, en esas políticas, los cambios también serán notorios en la demanda, como en los precios. Lo que marcará una distancia significativa con la demanda actual.

3.6.1.1. LA ELASTICIDAD – PRECIO DE LA DEMANDA.

Mide la sensibilidad de la cantidad demandada a las variaciones del precio, en este caso de la variación de la demanda de vehículos, Nos indica la variación porcentual que experimentará la cantidad demandada de un bien si sube su precio en 1 por ciento.

Para el cálculo de la elasticidad se tomó como ejemplo al auto más vendido en el Ecuador que es el Chevrolet Sail con los siguientes datos

VARIACIÓN DE PRECIO

Año	Número de vehículos	Auto	2012	2013
2012	11329	Sail STD 5p	16860	17050
2013	11104	PROMEDIO	16229	16937

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

Y la cantidad de vehículos vendidos son:

$$Ep = \frac{\Delta XQ}{\Delta \%P}$$

Simbolizan tendremos la siguiente expresión:

$$Ep = \frac{\frac{\Delta Q^\circ}{Q}}{\frac{\Delta P}{P_1}} = \frac{P_1}{Q_1} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P} = \frac{P}{Q_1} \left[\frac{Q_1 - Q_2}{P_1 - P_2} \right]$$

De la encuesta realizada a los consumidores se obtiene que la demanda en caso de que subida de los precios es:

Cantidad	Precio
11329	16860
11104	17050

$$Ep = \frac{\frac{11104 - 11329}{11329}}{\frac{17050 - 16860}{16860}} = \frac{-0.019}{0.011} = 1.72$$

Como análisis se obtiene que, según el resultado del ejercicio el consumo de vehículos es elástica. Porque la demanda del bien demandada es muy sensible ante una variación del precio, es decir en este caso la demanda de vehículos puede esperar, y utilizar otro tipo de

servicio, como el transporte público para programar la compra en el futuro.

Es importante anotar que, en el cálculo de la elasticidad, de vehículos la variación de precios es considerada alta, ya que puede variar de 500 a más dólares.

3.7. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La demanda de autos ha sido fluctuante en la última década, y se nota que ha estado en constante crecimiento hasta que por medio de políticas públicas del gobiernos, esta demanda fue restringida por la implementación de cupos, y el aumento de aranceles, que produjo una subida en el precio de los autos, por lo que existió un cambio en el mercado,

El stock de automóviles es el total del parque automotor en circulación, el cual está compuesto por los automóviles particulares y de alquiler, los vehículos de carga como lo son los camiones y las camionetas, y por los vehículos colectivos (autobuses), y de los cuales los más vendidos en la provincia son los autos familiares con el 48%, que en lo principal son utilizados para trasladarse a su trabajo y actividades diarias y familiares además para salir de paseo familiar.

En el Ecuador existe un total de 1.717.886 vehículos, lo que daría un aproximado de un vehículo por cada 10 habitantes del Ecuador, y entre ellos los automóviles 563.859, que representa la cifra más significativa en el país, después se tiene las camionetas con un total de 305590.

La producción de vehículos en el Ecuador ha estado creciendo y casi la mitad ya es abastecida por esa producción, y el 51% de la demanda nacional fue atendida con esos importados.

En 2014, en cambio, este tipo de importaciones registró un total de 57.093 unidades, lo que reflejó una reducción aún mayor, del 9%, en comparación al año anterior. En consecuencia, el 48% de la demanda nacional fue resuelta con estos autos, en lo referente a vehículos usados los más apreciados son los vehículos semi nuevos, ya que de esta manera se aseguran un mejor estado del vehículo.

El ingreso de los ecuatorianos, entre ellos también de los habitantes de la provincia de Chimborazo ha mejorado con el tiempo, lo que ha

ocasionado que exista una mayor demanda de autos, pero el gobierno intervino en el mercado y con la aplicación de políticas económicas ocasiono que la oferta y demanda de autos reduzca de 121706 en el 2011 a 113940 en el 2013, lo que produjo que el sector se contraiga, y afecte el valor de los vehículos.

De acuerdo a las encuestas también se puede decir que el 29% contestó que sí ha pensado comprar un auto nuevo, y el 19% respondió que si quiere comprar un auto usado, y la demanda es una función creciente del ingreso familiar de los habitantes de la provincia de Chimborazo durante el periodo 2012 – 2013.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- La oferta y la demanda de automóviles en el Ecuador al igual que en la provincia de Chimborazo, ha sido dinámica durante varios años, pero, pero existe una desaceleración del sector y en el año 2014 las importaciones de vehículos en comparación del 2013 se redujo en 9%, y el 2012 en comparación del 2013 se redujo en 6%.
- Como conclusión se puede decir que el nivel de ingreso promedio familiar de los habitantes de la provincia, es de 709 dólares de los cuales 841 dólares corresponde al área urbana y 428 dólares corresponde al área rural, y de acuerdo a las encuestas el 37% tienen ingresos de 356 a 500 dólares, que es el sector mayoritario, y el 20% tiene ingresos de 501 a 700 dólares.
- El nivel de ingresos está relacionada íntimamente con la demanda de vehículos en la provincia de Chimborazo, y es así que los vehículos de mayor demanda son los automóviles con un total de 26.488 autos que tienen una capacidad máxima de hasta 10 pasajeros, de un total de 27.274 vehículos, es decir el 96,41 % son autos y de estos la marca de mayor venta es la Chevrolet con el 47% en ventas.

4.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda, no aumentar la carga impositiva, a la adquisición de vehículos, ya que tales medidas encarecen el producto final, y los más afectados son los ciudadanos, además de que el sector ya está sintiendo los efectos de los nuevos aranceles y de los cupos implementados.
- Se recomienda a los consumidores, que busquen las mejores fuentes de financiamiento al adquirir un vehículo, y en lo posible evitar deudas a largos plazos ya que los intereses que se paga al final afectará a todo el núcleo familiar, y el auto se depreciará en el transcurso del tiempo.
- Es aconsejable que se cuide las fuentes de empleo en el país, ya que si el sector automotriz continúa desacelerándose los efectos en la economía familiar será más notorio y aumentará el desempleo global.

MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA

- AEADE. (Enero de 2015). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador*. Obtenido de <http://www.aeade.net/cifras.htm>
- ARBOLEDA, M. E. (2009). *Nuevo Sendero Para Las Mujeres” Microempresa y género en América Latina en el umbral del siglo XXI* (1 ed.). Santiago de Chile, Chile : Editorial LOM.
- AVILA Y LUGO. (2010). *Introducción a la Economía* (Tercera ed.). Mexico: UNiversiada Autónoma de Mexico.
- Banco Mundial. (2014). *Informe sobre el Desarrollo*. B.M.
- Bowles, S. (2010). *Microeconomía COMPORTAMIENTO, INSTITUCIONES Y EVOLUCIÓN*. Santa Fe, New Mexico: CIDE.
- Branky, J. (2011). *Microeconomía, en el mercado* . Brasilia : INTERLIBRO S.A.
- Bruckman, W. H. (2008). *Hacia una reformulación de la economía contemporánea*. Trillas.
- Comercio, E. (12 de 2014). *Precio de los autos en los 7 años*. Obtenido de <http://especiales.elcomercio.com/2014/12autosMasVendidos/>
- COMEX. (2013). *Restricción cuantitativa anual de importación para vehículos*. Quito.
- CONAC. (2011). *Gastos Públicos*. México.
- Eco-finanzas. (2011). *Diccionario de Economía y Administración*. Mexico D.F. : http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INGRESO_REAL.htm .
- ESPINO A. SALVADOR S. Y QUEREJETA M. (2010). *La economía de los hogares más allá de los ingresos monetarios*. Montevideo Uruguay: Taller Ltda.
- FAIR, R., CASE, K., & OSTER, S. (2012). *Principios de Microeconomía* (Décima ed., Vol. 9). MEXICO: PEARSON EDUCATION.
- Gavira, R. (2012). *La Macroeconomía*. La Paz: Albac S.A.

- GHOSH J, CORNIA G. (2011). *Distribución del Ingreso: Enfoques y Políticas Públicas desde el Sur*. Argentina: AGBSA.
- GOLLAS, m. (2008). *La desigualdad del ingreso familiar en Mexico origen y causas* (Segunda Edición ed., Vol. 2). D.F Distrito Federal México.
- GREGROY MANKIW. (2012). *Principios de Economía* (Sexta Edición Cengage Learning ed.). Mexico: S.A.
- HERNANDEZ, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Medellín: Universidad Cooperativa de Colombia.
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>
- INEC. (2013). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y*. Quito: Inec.
- KIYOSAKI, R. (2009). *Retírate Joven y Rico*. Usa: Aguilar.
- KOTLER Y CRUZ. (2007). *Hall Dirección de Marketing*. Mexico: Edición del Milenio.
- KRUGMAN P. (2007). *Introducción a la Economía* (Primera ed.). Barcelona España: Reverte S.A.
- KRUGMAN; OLNEY; WELL O. (2008). *Fundamentos de Economía*. (G. Pérez, Trad.) Barcelona España: Reverte.
- LABORSTA. (2014). *Estadísticas de ingresos y gastos de los hogares*. Ginebra : OIT .
- LÓPEZ, G. H. (2011). *La Vivienda Sustentable en México, (Metodología y Legislación)*. México D.F.: UNAM.
- Mendez, J. (2011). *La Economía de los países* . Cancun : AITE. S.A.
- MOCHON B. (2007). *Economía principios y aplicaciones* (Segunda ed.). Chile: Mc Graw Hill.
- MONTOYA, R. (2013). *Economía General una guía Práctica* . Lima : Cien Rios S.A. .
- MUÑOZ JIMÉNES. (2008). *Contabilidad financiera*. Madrid: PEARSON EDUCACION.
- Panero, A. (2014). *El presupuesto de la familia* . Bogota : Pardo, S.A.

- PARKIN, M. (2007). *Microeconomía* (Tercera ed.). Mexico: Printed in USA.
- PARKIN, M. (2010). *Microeconomía* (Vol. Novena Edición). (G. D. Chávez, Ed.) Mexico: Addison-Wesley.
- PARKIN, M. (2010). *Microeconomía. Versión para América Latina* (Vol. Novena Edición). (G. D. Chávez, Ed.) Mexico: Addison-Wesley.
- PARRA GUERRERO. (2009). *Gestión de Stock* (Tercera ed.). España: ESIC.
- pepito, I. (2015). xxx (5ta ed.). r.
- Perloff, J. M. (2010). *Microeconomía*. Mexico: Addison Wesley.
- POT. (2013). *Plan de Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo*. Riobamba: GAD Provincial de Chimborazo.
- RODRIGUEZ MARÍN. (2015). *Lo esencial sobre el Gasto*. Obtenido de La expansión: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/gasto.html>
- ROSALES, O. (2009). *Elementos de Microeconomía*. San Jose Costa Rica: EUNED.
- SANFUENTES, A. (2007). *Manual de Economía*. Santiago de Chile: Andres bello.
- TIRADO BENNASAR. (2006). *La Elasticidad de la Demanda y de la Oferta*. Paraguay: Sisco.
- Velásquez, M. (2012). *El problema del crecimiento por el crecimiento*. . Madrid : Arboleda S.A. .
- ZAVALA, S. (2010). *Universidad Autonoma de Mexico*. Mexico: Facultad de Derecho.

REFERENCIAS DE INTERNET

- Eco-finanzas (2011) Diccionario de Economía y Administración, Tomado de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INGRESO_REAL.htm
- FINDOM-RSE (2012) Finanzas Domesticas. Tomado de la página <http://www.finanzasdomesticas.cl/ingreso-familiar-ingreso-liquido-familiar>

MONTOYA Restrepo (2012) de la Universidad Nacional de Colombia.
Tomado de la página
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010043/lecciones/5ofertydeman2.htm>.

WALTER H. Bruckman. (2008) “Hacia una Reforma de la Economía Contemporánea (La Teoría de la Distribución Óptima del Ingreso)”.
Disponible en <http://www.walter-bruckman.com/DOI.htm>.

AEADA(Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador)
http://www.aeade.net/web/index.php?option=com_content&view=article&id=145&Itemid=80

Aula de Economía Tomado de
<http://www.auladeeconomia.com/microap3.htm>

ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA.**

Objetivo: Conocer la demanda de automóviles y su relación con el ingreso familiar de los habitantes de la provincia de Chimborazo durante el periodo 2012 – 2013

1. ¿Cuál es su género?

Masculino ()

Femenino ()

2. ¿Cuál es su edad?

De 16 a 30 ()

De 31 a 45 ()

De 46 a 64 ()

3. ¿Cuál es su estado civil?

Soltero(a) ()

Casado(a) ()

Unión Libre ()

Separado(a) ()

Viudo(a) ()

4. ¿Aproximada mente cuales son los ingresos familiares?

De 200 a 354 ()

De 356 a 500 ()

De 501 a 700 ()

De 701 a 900 ()

De 901 a 1200 ()

Más de 1201 ()

5. ¿A qué se dedica o trabaja en?

Ganadería ()

Agricultura ()

Trabajo autónomo y servicios profesionales ()

Comerciante ()

Empleado público ()

Otros ()

6. ¿De acuerdo a sus ingresos, que destino tienen los mismos?

Ahorro ()

Están gastando los ahorros o dinero extra ()

Apenas logran equilibrar sus ingresos y gastos ()

Se ven obligados a endeudarse ()

7. ¿Usted ha pensado comprar un vehículo nuevo o usado en los próximos meses?

	Si	NO
Auto nuevo	()	()
Auto usado	()	()

8. ¿Si su respuesta fue NO indique una razón?

No me interesan los autos ()

Si tengo uno, y no quiero otro ()

No hay dinero para comprar ()

Los precios muy altos ()

No se manejar ()

9. ¿Qué tipo de vehículo compraría?

Vehículo familiar ()

Camioneta ()

Jeep ()

Sub o furgoneta ()

Camión pequeño ()

Camión grande ()

10. ¿En caso de comprar un vehículo a crédito, cuál sería la cuota mensual que podría pagar?

De 100 a 200 ()

De 201 a 300 ()

De 301 a 400 ()

De 401 a 500 ()

De 501 a 600 ()

De 601 a 1000 ()

Más de 1001 ()

11. ¿En caso de comprar un vehículo a crédito, cuál sería el plazo en meses que podría pagar?

De 3 a 6 meses ()

9 meses ()

12 meses ()

18 meses ()

24 meses ()

30 meses ()

- 36 meses ()
- 48 meses ()
- 60 meses ()
- 3 meses ()

12. ¿Indique el precio que usted estaría dispuesto pagar para la compra de un vehículo?

- De 2000 a 5000 UDS ()
- De 5001 a 8000 UDS ()
- De 8001 a 10000 UDS ()
- De 10001 a 15000 UDS ()
- De 15001 a 20000 UDS ()
- De 20001 a 25000 UDS ()
- De 25000 a 30000 UDS ()
- De 30001 a 35000 UDS ()
- De 35001 a 40000 UDS ()
- Más de 40001 ()

13. ¿En caso de comprar un auto usado, y de acuerdo a su presupuesto que auto compraría?

- Semi-nuevo hasta 2 años ()
- De 3 a 5 años ()
- De 6 a 10 años ()
- De 11 a 15 años ()
- 3 años o más ()

14. ¿En qué lugar prefiere comprar el vehículo?

- Feria de carros ()

- Un concesionario ()
- En otra provincia ()
- Por internet ()
- Anuncios publicitarios, periódicos etc. ()

15. ¿De dónde provienen sus principales recursos para la compra de un vehículo?

- Ahorros ()
- Ayuda de familiares ()
- Préstamo de banco, mutualista, cooperativa ()
- Préstamo de IESS, ISFA ISPOL ()
- Financiamiento del concesionario ()
- Ahorro programado ()

16. ¿En qué actividad usted utiliza su vehículo?

- Exclusivo para el hogar ()
- Para negocio ()
- Para hogar y negocio ()
- Alquiler ()

17. ¿Cuál es la principal motivación para adquirir un auto?

- Por trabajo ()
- Facilita la movilización ()
- Prestigio ()
- Gusto ()
- Por la familia ()
- Otras ()

18. ¿Cuál es la principal característica antes adquirir un auto?

Kilometraje y golpes ()

Estimación de gastos en los próximos 6 meses ()

Daños ()

Información legal ()

Gracias por su colaboración

CUADRO 25
NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR USO, SEGÚN PROVINCIAS
(MILES DE UNIDADES)

PROVINCIA	TOTAL	USO DEL VEHÍCULO			
		PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPIO
TOTAL	1.717.886	1.633.693	56.703	21.003	6.487
AZUAY	99.913	96.469	2.298	713	433
BOLÍVAR	13.143	11.899	762	394	88
CAÑAR	40.092	38.584	1.013	301	194
CARCHI	19.318	17.878	1.086	276	78
CHIMBORAZO	43.511	40.541	1.863	835	272
COTOPAXI	55.015	52.494	1.837	560	124
EL ORO	73.898	71.081	2.058	581	178
ESMERALDAS	41.635	39.320	1.439	793	83
GALÁPAGOS	825	636	75	114	-
GUAYAS	437.138	418.706	15.138	2.752	542
IMBABURA	45.860	43.608	1.535	546	171

LOJA	41.579	39.299	1.211	848	221
LOS RÍOS	82.918	80.767	1.493	600	58
MANABÍ	147.807	138.056	8.260	1.302	189
MORONA SANTIAGO	7.692	6.618	530	346	198
NAPO	5.461	4.783	329	276	73
ORELLANA	12.245	10.995	765	403	82
PASTAZA	8.291	7.537	411	242	101
PICHINCHA	387.858	370.286	8.478	6.431	2.663
SANTA ELENA	13.598	12.876	461	255	6
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	32.693	30.444	1.636	461	152
SUCUMBÍOS	21.087	19.272	682	925	208
TUNGURAHUA	80.694	76.584	3.037	812	261
ZAMORA CHINCHIPE	5.615	4.960	306	237	112

Fuente: Banco Central del Ecuador 2014

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza

CUADRO 29

NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR CLASE, SEGÚN MODELO

CLASE	TOTAL	MODELO											
		2003 Y ANTERIORES	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
TOTAL	1.717.886	536.781	47.537	65.351	83.230	91.940	96.118	118.361	116.248	161.182	174.562	176.156	50.420
AUTOMÓVIL	563.859	201.454	19.706	29.314	33.408	32.696	28.221	34.029	28.780	50.158	45.658	44.919	15.516
BUS	8.281	2.998	459	637	610	387	375	473	224	491	455	876	296
CAMIÓN	111.266	76.879	2.439	3.024	3.186	4.053	3.511	3.986	2.038	3.344	3.270	4.158	1.378
CAMIONETA	305.590	129.705	9.582	11.903	14.139	15.670	16.840	21.515	18.082	22.118	17.320	22.415	6.301
COLECTIVO	1.511	1.028	36	43	19	22	42	48	19	40	95	91	28
FURGONETA C	23.569	6.279	776	1.093	1.443	1.833	1.676	1.908	1.254	2.156	2.008	2.338	805

FURGONE TA P	33.560	11.717	1.314	1.285	1.141	1.238	1.007	1.716	1.308	3.137	4.640	4.282	775
JEEP	275.790	81.878	6.656	9.079	10.892	15.077	14.469	23.187	23.947	29.145	24.307	27.221	9.932
MOTOCIC LETA	362.357	10.758	5.979	8.200	17.337	19.546	28.270	29.042	39.210	48.860	74.554	66.550	14.051
TANQUER O	2.719	1.388	54	72	89	130	112	157	110	158	193	201	55
TRAILER	12.766	4.782	213	324	429	542	716	702	561	885	1.091	1.718	803
VOLQUET E	12.284	6.147	164	196	273	371	533	1.298	511	440	761	1.146	444
OTRA CLASE	4.334	1.768	159	181	264	375	346	300	204	250	210	241	36

Fuente: Banco Central del Ecuador 2014

Elaborado: Víctor Erazo, Guillermo Tenemaza