



Abril 2019 - ISSN: 1696-8352

---

## **INVESTIGACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS VENTAS DE LOS AUTOBUSES YUTONG EN CUBA EN EL FONDO DE “LA FRANJA Y LA RUTA”**

**Autor: Haoyu Zhang, Huan Kang**

**Tutor Académico: Msc. José Luis Sánchez**

**Academia: La Universidad De La Habana**

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Haoyu Zhang, Huan Kang y José Luis Sánchez (2019): “Investigación de la situación actual de las ventas de los autobuses Yutong en Cuba en el fondo de “La franja y la ruta””, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (abril 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/ventas-autobuses-yutong.html>

### **RESUMEN**

Como la referencia del sector de China, la industria de autobús puede reflejar la técnica de energía nueva de China y el tráfico desarrollado, es una industria imprescindible. Actualmente, nuestro país tiene numerosas investigaciones sobre la exportancia, pero el material sobre que los autobuses Yutong se exportan a Cuba en el fondo de “La Franja y la Ruta” es muy poco. A través de coleccionar los datos de estudio de la exportancia del autobús Yutong en el extranjero, y analizar el desarrollo de venta de los productos de Yutong en Cuba.

Hace énfasis en el estudio de la situación de la cantidad de venta de los años pasados en Cuba y la tendencia del cambio de la cantidad de las ventas dirigido por “La Franja y la Ruta” de los años recientes, en este se exploran el valor mercado de Yutong en Cuba y otros países

de los años pasados y bajo el gran fondo actual y la acción ejerce en los comercios mutuos entre China y Cuba y otros países latinoamericanos; explota la situación de las ventas de Yutong en Cuba, desde los aspectos de las políticas de las dos partes y la cultura y la necesidad de Cuba, analiza la razón que causa la aumenta de venta de Yutong; consigue las superioridades de la venta, las barreras comerciales, los defectos de la calidad y la técnica que se encuentran en el desarrollo en extranjero y las medidas repuestas para mejorar las desventajas de desarrollo. En la base de los análisis arribas, se logran los aspectos que se pueden aprender por Yutong para sus ventas en Cuba. Y hace la perspectiva de la venta de Yutong en el mercado de Cuba en el futuro. Proporciona la base teórica para seguir entrando en los mercados latinoamericanos y abriendo un mercado extranjero más amplio las empresas de autobús de China en el futuro.

**Palabras clave:** la Franja y la Ruta; Autobús Yutong; Cuba; la situación actual de la venta

## **ABSTRACT**

As the reference of China's sector, the bus industry can reflect China's new energy technique and developed traffic, it is a must-have industry. Currently, our country has a lot of research on export, but the material on which the Yutong buses are exported to Cuba at the bottom of "The Strip and the Road" is very little. Through collecting the study data of the Yutong bus export abroad, and analyzing the sales development of Yutong products in Cuba.

Emphasizes the study of the situation of the amount of sales of the past years in Cuba and the tendency of the change of the quantity of the sales directed by "The Strip and the Route" of the recent years, in this the value is explored Yutong market in Cuba and other countries of the past years and under the great current fund and the action exerts in the mutual trade between China and Cuba and other Latin American countries; exploits the situation of sales of Yutong in Cuba, from the aspects of the policies of the two parties and the culture and the need of Cuba, analyzes the reason that causes the increase of sale of Yutong; get the superiorities of the sale, the commercial barriers, the defects of the quality and the technique that are in the development in foreign and the measures replaced to improve the disadvantages of development. On the basis of the above analyzes, the aspects that can be learned by Yutong for its sales in Cuba are achieved. And it makes the prospect of selling Yutong in the Cuban market in the future. It provides the theoretical basis to continue entering the Latin American markets and opening up a broader foreign market to China's bus companies in the future.

**Keywords:** the Strip and the Route; Yutong bus; Cuba; the current situation of the sale

## **DESARROLLO**

### **Capítulo 1 Situación actual del desarrollo de los autobuses Yutong en**

#### **Cuba**

En el gráfico global de Yutong a que realiza las ventas hay un lugar muy brillante, lo cual es Cuba. Hace diez años, Autobús Yutong tenía una fuerte posición en el mercado. En abril de 2005, se vendieron 400 autobuses de Yutong a Cuba y actualizó registro de la exportación de los autobuses domésticos en la cantidad y la cuota. Hasta hoy en día, Yutong ha exportado 7.000 autos más o menos en total de autobuses a Cuba y el ratio de ocupación de exportación llega a un 99%.

El autobús Yutong también es el explorador y el innovador en el terreno de nueva energía internacional. En el año 1999, Yutong invirtió esfuerzos profesionales por primero para la investigación del ahorro de energía y en el área de nueva energía.

Debido a los factores del desarrollo de los trenes de alta velocidad internos en los últimos años, las políticas favorables y buenas nacionales salen de la ciudad y la necesidad interna es insuficiente, la cantidad de venta de los autobuses chinos descendió en gran escala en comparación con lo que anterior en la misma etapa desde enero hasta abril en 2017. Pero la cantidad de exportación de los autobuses aumentó en comparación con la misma época anterior. Al mismo tiempo, todas las empresas de autobús hacen el mercado extranjero como prioridad estratégica de desarrollo. La mención de La Franja y la Ruta refiere numerosos países y regiones, y el enlace de la infraestructura de transporte es más importante en La Franja y la Ruta, lo trae nueva inspiración y oportunidad para las empresas chinas de autobús, Como la primer empresa de autobús chino, la situación de las ventas de autobuses Yutong en Cuba va a ser evaluación comparativa de avance.

#### **1.1 Lugar que ocupa Autobús Yutong en el mercado de Cuba**

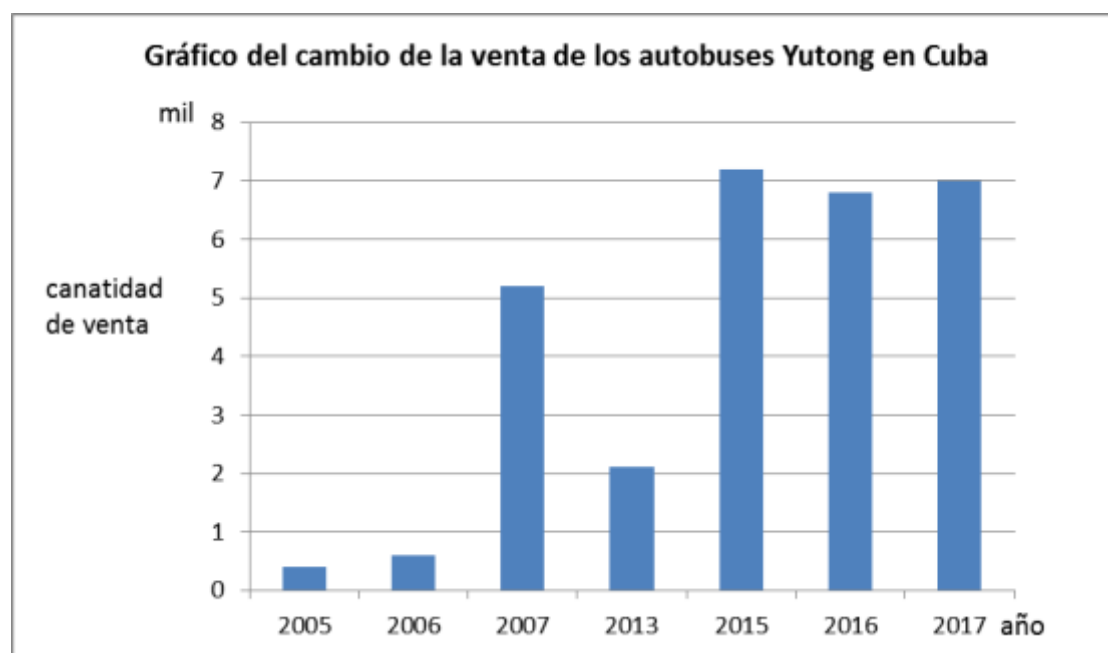
Poniendo la vista en el mercado del sector de autobús global, la competitividad de la marca de autobuses chinos va aumentando poco a poco en los últimos años, pero debido a los diferentes mercados extranjeros y las grandes diferencias regionales también el medio ambiente complicado, la exportación de autobús chino todavía enfrenta a muchos retos. Sin embargo, el espectáculo excelente de Yutong de los últimos años en el mercado extranjero nos convence que es consecuente que el programa hecho en China salga de la puerta de país y vaya al mundo. Como el representante de la industria china de fabricar los autobuses, Yutong se conviene en una tarjeta brillante que los autobuses chinos muestran el programa hecho en China al mundo.

En la época actual, los autobuses de Yutong se han vendido a granel a Cuba, a Venezuela y a unos 30 países y regiones. Hasta la mitad del año 2017, se ha realizado una venta de 4.356 autos acumulados, se aumenta un 16,94% en comparación con lo anterior, situado en el primer lugar continuo 6 años, y se ha convertido en la mayor empresa de autobús de la venta de única fábrica. Es muy obvio que Yutong ya sea un principal ejército y sigue liderando el sector de autobús de China.

En el aspecto de abrir los mercados extranjeros, Yutong insiste en esforzar, dando el ejemplo nuevo de la industria de China para salir de China. Es sabido que la cantidad de necesidad anual de los mercados de los autobuses de tipo grande y medio llega a acerca de 400 mil autos, y entre ellos Yutong ocupa solamente un percentil de 15 más o menos. Desde 2002 realizó la exportación de autobús de primer lugar hasta 2006 consiguió el primer certificado de exención de la inspección del sector de coche china, se convirtió en el base de la exportación de coche completo. Y hasta 2007 firmó un contrato de 5.348 autos con Cuba, el valor total llegó a 370 millones de dólares y se registró en la hoja del coche chino.

En los mercados de Cuba y Venezuela, Yutong ha sido el principal proveedor local. En la actualización de los coches nuevos locales de los últimos dos años, el autobús Yutong está en el borde delantero y cuenta con más de 90% de la tasa de ocupación.

Lo que vale la pena mencionar es que en 2016 Yutong firmó el contrato de la cooperación de mejorar el tráfico público cubano y de elevar la capacidad de producción de autobuses, soportó que el gobierno cubano mejoraba el tráfico público y elevaba el desarrollo de la capacidad de producción de autobuses, la gran cantidad de autobús y de cuota que se refirieron crearon un nuevo registro de la exportación de las industrias de autobús.



Se puede ver la tendencia de la venta de los autobuses Yutong en Cuba en la tabla arriba : la colaboración entre Yutong y Cuba inició en el año 2005, a través del primer grupo de

exportación de 12 autos de autobús se dió inicio a la cooperación. Luego las dos partes continuaron la colaboración prolongada en la base de confiarse mutuamente y ganarse conjuntamente. En mayo de 2007, en cuanto al buen rendimiento en el mercado cubano y el perfecto servicio post-venta de Yutong, ésta firmó formalmente con Cuba. Y Cuba iría a comprar 5.348 autos de autobuses de Yutong y el valor total llegaría a los 370 millones de dólares. En el mes de febrero de 2016, Yutong exportó 5.827 autos acumulados de autobuses a Cuba, la tasa de ocupación de exportación llegó altamente a 99%, los modelos de coche cubrieron el autobús urbano, el autobús de transporte de pasajeros de larga distancia, el autobús para los obreros y el autobús escolar, el autobús de viaje y muchos otros terrenos. Su buen rendimiento de productos, excelente servicio de post-venta y estable vía de accesorio hizo Yutong entrado en las corazones de la gente. En el año 2015, la exportación de Yutong a la zona latinoamericana fue 2.761 autos, ocupando un 66% de la exportación de la cantidad total de los autobuses grandes y medianos chinos, estado en el primer lugar muchos años establemente.

Después de operar 10 años en el mercado de Cuba, ahora Yutong ha contado con 32 clientes fieles, incluyendo Transgatviota, EPTHE, Empresa de Omnibus Nacionales, TRANSMETRO, dos empresas grandes de transporte de viaje de Cuba, empresas de autobús, empresa de transporte de pasajeros provinciales, empresa de desplazamientos en coche, empresa de autobús escolar y empresa de coche del transbordador en aeropuerto etc.

En Cuba, Yutong ha demostrado con su potencia que todos los productos y servicios han conseguido la seguridad y el gusto de la gente cubana sin duda. También la gente de Cuba ve a Yutong como héroe para el sector de transporte público de Cuba. Yutong echó raíces y floró con frutos en el terreno de Cuba como un árbol al cielo creciendo hacia arriba. Hoy en día en Cuba, Yutong ya no sólo es un medio de transporte público, sino también es el símbolo del desarrollo económico social cubano y de la vida mejor de la gente cubana.

## **1.2 Contraste de la situación de las ventas de Yutong durante 2010-2015 y la del presente**

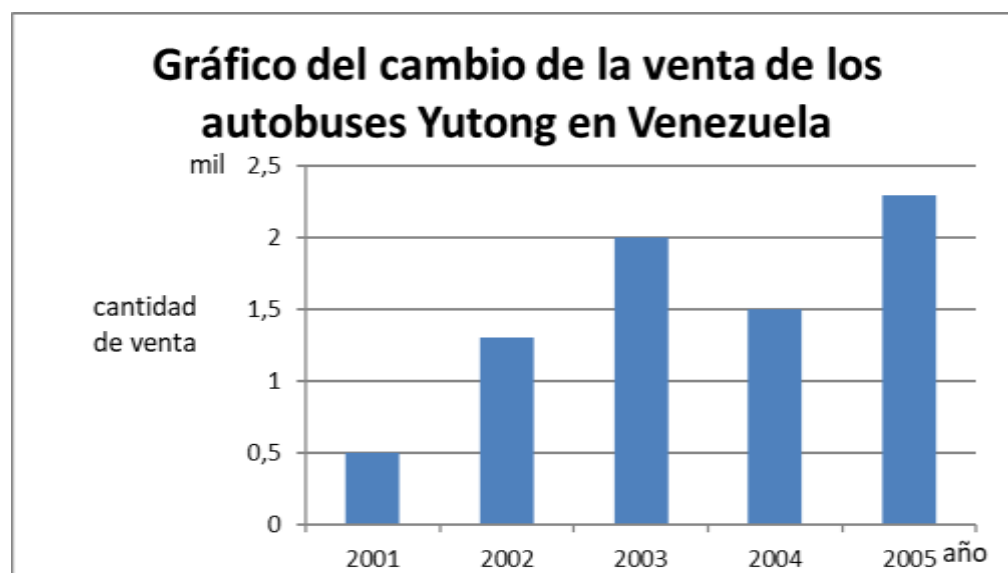
Afectado por la desaceleración de la economía mundial y la disminución de la necesidad del mercado internacional, en 2015, la exportación de autobús de nuestro país se vio descender después de ascender continuamente 5 años. Sin embarco, bajo la situación tan grave, en 2015, Yutong realizó una exportación de autobús de 7.218 autos, aumentó un 10,4% en comparación con la del año anterior.

Enfrentándose a la situación de la economía internacional, Yutong realizó una aumentación, lo que ha mostrado la gran potencia de este empresa. En realidad, desde 2002 que Yutong entró en los mercados extranjeros, permanecía aumentar establemente todo el tiempo. No obstante, entre estos, la contribución del mercado cubano no se puede despreciar.

Se entiende que la entrada del primer grupo de 12 autos de autobús rico de viaje de Yutong 2005 abrió formalmente la puerta del mercado cubano. En el mismo año, Yutong consiguió una lista grande de 400 autos de autobús y la cuota total de venta llegó a los 240 millones de yuanes, por fin creó el registro que la exportación de autobús chino tiene la más cantidad de único lote y mayor cuota de venta. En 2006, Yutong volvió a lograr una lista de 630 autos de autobús Yutong; y en 2007, logró otra gran lista de 5.348 autos..... Hasta el año 2016, Yutong ha exportado acumulado 6.746 autos de autobuses a Cuba, y ocupa un 99% del mercado de importación en Cuba. Entre ellos, en el área de autobús tiene una tasa de más de 80%, lo mismo en el terreno de transporte de pasajeros de carretera es 100%, y en lo del viaje, 90%.

### 1.3 Comparación de la situación actual de las ventas de los autobuses Yutong en Cuba y en otros países latinoamericanos(Chile, Venezuela y Colombia)

A través del abierto del mercado cubano, Yutong se extiende de Cuba al entero mercado latinoamericano y Venezuela es otro modelo exitoso. La cantidad de exportación de Yutong a Venezuela también va aumentando cada día más; en 2011, 500 autos, 2012, 1.216 autos, 2013, 2.000 autos, 2014, 1.500 autos, 2015, 2.300 autos, y la colaboración de las dos partes amplió del nivel de producto y de técnica a la fundación del sistema de autobús inteligente local.



Como la tabla arriba, los éxitos en Cuba y en Venezuela trajeron más oportunidades al desarrollo de Yutong en el mercado latinoamericano. Hasta ahora, la cantidad total de exportación del autobús Yutong ya superado 10 mil autos, la cuota acumulada de exportación es billón más o menos. En 2013, la cantidad de exportación de Yutong en Cuba fue 2.200 autos más o menos, ocupando un 40% de lo total de los autobuses grandes y medios y más de 15% de la necesidad anual del mercado dirigido principal. En unos mercados de los países

latinoamericanos , Yutong ha convertido en la tarjeta y el pronombre de China, también es el testigo de la doble amistad entre China y otros países

Con los pedidos que se exportan a granel a Cuba, la zona latinoamericana se convierte en el mayor mercado extranjero de Yutong. En Venezuela, Yutong ocupa más de 90% de la cantidad de importación de los autobuses completos chinos , y los que se operan en la localidad superan 4.000 autos. En ese base, Yutong y Venezuela fundaron una empresa conjunta de autobús. Los productos que se producen en la localidad no sólo se pueden vender en Venezuela, también se pueden entrar en unas partes de los países de América Latina.

En 2015, Yutong terminó una exportación de autobús de 7.218 autos, aumentando un 10,4%. Hasta el fin del año 2015, la venta acumulada de Autobús Yutong al extranjero superó 41.000 autos de los autobuses grandes y medios, se convirtiendo en el líder de la salida de “ la fábrica de China”.

Desde que China incorporó en OMC, Yutong comenzó a diseñar los mercados extranjeros, y en 2003, Yutong vendió el primer coche en el extranjero. Después del cultivo de precisión, hoy en día, Yutong ha formado seis áreas del diseño de desarrollo de América Latina, Región de la CEI, Medio Oriente, Asia Pacífico, África y Europa y los Estados Unidos, los productos se venden a más de 130 países y regiones.

Sin embargo, Chile es uno de los representantes típicos que tiene Yutong en el mercado latinoamericano. Según los datos de la aduana, de 2005 a marzo de 2016, la industria exportó autobuses a Chile acumulados 4.499 autos, entre ellos, Yutong ocupó 492 autos, el ratio de exportación fue 11%. Desde que entró en el mercado chileno, Yutong elevaba la cantidad de venta sin cesar con la tendencia de aumentar establemente. En la actualidad, la exportación de autobús a Chile de Yutong ya estado en el primer lugar del sector doméstico.

## **Capítulo 2 Causas que se formula la situación actual de las ventas de los autobuses Yutong en Cuba**

### **2.1 Cognitivo de Autobús Yutong de abrir el mercado de Cuba**

En los años 90 del siglo pasado, Cuba ejecutó la reforma y la apertura, la economía empezó a recuperar a aumentar. No obstante, debido a la experiencia de muchos años de sanción económica, la construcción de infraestructuras de Cuba atrasó relativamente, la baja capacidad de transporte y el nervioso tráfico urbano limitaron el desarrollo económico de Cuba. Para resolver este problema, en el fin del año 2004, el gobierno de Cuba decidió invertir más de mil millones de dólares con el propósito de mejorar la situación de tráfico interno.

Como la industria cubana sólo tenía las producciones de tráiler y bicicleta y no tenía la de autobús. Por eso, los autobuses de Cuba no tenía más que depende de importación. Durante esto, el Ministerio de Transporte de Cuba lideró planificar comprensivamente la reconstrucción de la carrera de tráfico de Cuba, planeando uniformemente la compra, operación y servicio. Después de la investigación de las empresas de autobús de Brazil, Corea y Europa, determinó el autobús Yutong de China como objetivo.

Sin embargo, esto no es accidente. Se entiende que en temprano año 2000, Yutong ya se puso a diseñar el mercado extranjero, y costó grandes recursos humanos y materiales para hacer la investigación por el mercado objetivo. En 2003, los mercados latinoamericanos se convirtieron en una tarea estratégica importante que Yutong amplió el mercado extranjero, Cuba se listó en los mercados objetivos. Autobús Yutong estudió y conoció en detalle sobre la situación de carretera local, la ley y el medio ambiente. En 2005, el primer grupo de autobuses entraron en el mercado cubano. También en el mismo año, Autobús Yutong fundó primero departamento de mercado extranjero dentro del sector, especialmente expandiendo y desarrollando mercado extranjero.

La preparación suficiente proporcionó oportunidad a la colaboración entre Yutong y Cuba. Sin embargo, entrando en un nuevo mercado, es inevitable que se encontrara con dificultades.

Entre ellos, el problema de fondo traído por la crisis financiera de 2008 fue muy grave. Según presentado, durante el huracán de 2008 y la crisis financiera global de 2009, el gobierno de Cuba se enfrentó a terrible problema de fondo, algunas empresas de autobús en el extranjero retiraron de Cuba, pero Yutong no salieron, sino modificó que iba a soportar a Cuba para que pasara la situación difícil. En aquel entonces, Yutong dejó 5 millones de dólares de accesorios en el almacén de piezas de repuesto, y estas piezas se pudieron utilizar sin pagar y luego devolvió el dinero.

El comportamiento de Yutong afirmó en gran parte la confianza de los usuarios cubanos, al mismo tiempo sentó las bases para que Yutong abrir más el mercado cubano. Hoy en día, Yutong ya ocupado gran estado en el mercado de tráfico cubano y recibió los comentarios uniformes de la gente cubana. El jefe del ministerio de transporte Javier dijo que Yutong era el socio más importante y pensativo, y el servicio suyo de post-venta era mejor en todas las marcas de autobús.

La razón por la que se puede crear una palabra de boca así, es que Yutong insiste la actitud de responder completamente a los productos y a los usuarios, y la insistencia se realiza una docena de años.

Por ejemplo, en el uso de los productos, contra el requerimiento especial de uso del clima subtropical caliente y húmedo para la anticorrosión de coche, Yutong invirtió un fondo gigantesco en la reforma del diseño de coche, adoptando los marcos avanzados de coche mundial y técnica de todo el cuerpo de electroforesis, garantizó el rendimiento de utiliza de los autobuses bajo el clima marino de alta temperatura, alta húmeda y alta sal de Cuba, alargó la



vida útil de coche y redució los costos de uso de coche.

En el aspecto de apoyo y servicio de post-venta, después de la entrada en el mercado cubano de los primeros grupos de autobuses de Yutong, ésta invirtió 800 mil de dólares en la fundación de almacén de piezas propia. Además, Yutong construyó 2 centros de mantenimiento grandes y 14 estaciones de servicio para garantizar acortar el ciclo del suministro de las piezas y proporcionar servicio a los usuarios a tiempo. Para elevar el nivel del montaje y la producción de autobús en la localidad de Cuba, y realizar la producción local de Yutong, también Yutong hizo la preparación de crear una fábrica de montaje de autobús de Cuba, y designó a los personales técnicos a guiar mientras que organizaba a los obreros cubanos a hacer formación a China.

Contra el mercado de Cuba, lo que se ofrecen son no sólo los productos de coche, sino también la situación completa que cubre la planificación de tráfico, la construcción de la red de servicio, el diseño de coche y la disposición del sistema de monitor antecedente de coche.

El presidente de Autobús Yutong Tang Yuxiang dijo que durante el proceso de salir de mar, además de dominar el patrón de mercado, se necesitaba avanzar los accesorios y los servicios, luego se iba a cumplir la marca del autobús de China. Por el abierto del mercado cubano, Yutong lo ha realizado y establecido una buena figura de marca de los hechos en China.

El embajador chino en Cuba Zhangtuo dijo que los autobuses de Yutong tenían reflexión muy bueno de marca en Cuba, y cuando el ministerio diplomático organizó a las misiones a visitar al externo, alquiló los coches de Yutong cada vez. Y mostró que estaba muy orgulloso, porque sus coches contaba con buenos rendimientos y estaban muy cómodos.

La precisión a los productos y la responsabilidad a los clientes termina el desarrollo rápido y estable de Yutong en el mercado cubano, y este también es un epítome que Yutong disposita los mercados extranjeros. Los datos mostraron que desde 2004 hasta hoy, Yutong ha ventado más de 42 mil autos de autobuses grandes y medios acumulados en los mercados extranjeros. En los datos aduanos de exportación entre enero y abril de este año se puede ver que la cantidad de exportación de los autobuses de Yutong ocupa un 39,5% en el mercado de exportación de autobús, estando establemente en el primer lugar del sector. En el futuro, Autobús Yutong va a seguir esforzando en la ruta de explotar los mercados en el extranjero y crea mejores logros para dirigir a las empresas de la fabricación de autobuses chinos a salir de China y ir al mundo.

## **2.2 Políticas de la importación y la exportación de los autobuses que se aplican por Cuba y China**

Desde que el presidente Xi Jinping plantó el pensamiento de “ la Franja y la Ruta” en 2013, el

desarrollo de la economía china marcó el comienzo de nuevo inicio y oportunidad nueva. Y como una de las tarjetas extranjeras de los hechos en China, Yutong también va a marcar oportunidades de desarrollo más amplias extranjeras.

En la vista de Tang Yuxiang, la aplicación de profundización incesante de las políticas nacionales de “la Franja y la Ruta” y “la fabricación de China 2025” calientes en 2015, todo va a traer más oportunidades a los sectores de coche chino y al estado de Yutong en el mercado extranjero.

“El desarrollo de las empresas chinas ha tenido oportunidades muy buenas, para Yutong, con el viento de este de “la Franja y la Ruta” nacional, de acuerdo con la necesidad de los países a lo largo de la línea, puede fundar unas fábricas en los países por la línea de ‘la Franja y la Ruta’, colaborando con unos países de CIS, incluso con la región Asia Pacífica, ocupando mayor mercado con menor inversión.” Tang Yuxiang dijo.

Y Ren Hongze dijo que con la estrategia de la fábrica de China 2025, toda figura del hecho en China se eleva en la internación y es favorable para que los productos excelentes de autobuses internos se vendan mejor al mercado en el extranjero. La competencia en el extranjero de los productos de exportación es de desorden todo el tiempo, faltando gestión regular unificada. Por un lado, es fácil que los autobuses chinos en el mercado extranjero entren en la competitividad mala de la guerra de precio; por otro lado, la exportación mala de productos puede descender la toda figura de los autobuses chinos en el mercado extranjero y la influencia extranjera.

Con la profundización de la estrategia de la fabricación de China 2025, el problema de figura sobre que habla Ren Zehong ha atraído la atención del estado, también beneficioso para el desarrollo más estable luego en el mercado extranjero de las empresas excelentes como Yutong. En 31 de marzo, el portavoz de prensa del Ministerio de Comercio de China Shen Danyang modificó que se va a acometer la acción de Qingfeng para mantener la figura en el extranjero del hecho en China, contra importantemente los artículos y áreas que se exportan a África, América Latina y los países y regiones por la línea de la Franja y la Ruta, lanzando remediación especial con orden, fortaleciendo la supervisión por el origen de producción, el canal de circulación y el enlace de importación y exportación.

De la conciencia del gobierno se puede ver obviamente que el objetivo de la fabricación de China es muy claro: durante 2015 – 2025, la fabricación de China necesita ser más alta y más atractiva, también más correspondiente a la figura de la potencia de fabricación de gran país mundial en crecimiento, formando un granel de marcas poderosas chinas para destacar el estatuto y valor.

Después de tener los dos terosos estratégicos de “la Franja y la Ruta” y “la fabricación de China 2025”, Yutong que embellece la figura de “la fabricación de China” siempre, tal vez, no vaya a avanzar tan difícil y se vaya a salir más lejos y más amplios en la ruta de futuro en el mercado extranjero.

En América Latina hay un país así, es uno de los cinco países socialistas, el único país socialista de Sur América, su nombre es Cuba. A causa del bloqueo de muchos años de los Estados Unidos, la economía de Cuba fue de depresión, hasta hoy, los coches corriendo en las calles de Cuba son los que se importaron en Cuba cuando no hizo las sanciones los Estados Unidos antes de 1960. Y debido a que Cuba saca la limitación de ley por que las personas compran coches de forma individual de antes a ahora, por eso las marcas extranjeras casi no pueden entrar en el mercado cubano. Hasta los últimos dos años, después de eliminar la limitación, las marcas extranjeras, sobre todo las marcas de coche de China se comenzaron a exportar a Cuba cada día más.

Las personas que cuentan con coches chinos se pueden llamar tiranos, que se necesita hablar desde el presidente de Cuba, el señor presidente Castro elige los coches chinos como controlador, es posible que el papel principal del líder hace que los coches muy bienvenidos en Cuba como Corea del Norte.

Verando los imágenes en la moneda cubana, los coches son de China, de eso se puede encontrar el estado de coche chino en la localidad. A causa de las políticas cada día más abiertas cubanas, la renovación de los coches muestra muy urgente, sin embargo, en ese momento, en vez de las marcas japones o coreanas, Cuba opta los coches de China. En el sistema de tráfico también se están usado las fabricaciones, éstas están muy bienvenidas en Cuba debido al precio barato y calidad excelente.

### **2.3 Grado de reconocimiento de la cultura cubana por Autobús Yutong**

La capital de Cuba La Habana, llamado una perla en el Caribe por la gente. Al principio de llegar a este terreno, casi no puede sentir el roto traído por el bloqueo económico de décadas, en cambio, todos lo que se pueden ver son las caras sonrientes alegres y las vitalidades traídas por el turismo y los coches de Yutong de todo color. Caballero también presentó a los periodistas, en la cooperación de los últimos 10 años, Yutong nunca han defraudado, especialmente en el servicio posventa, debe considerarse como un gran apoyo.

El gobierno cubano está muy preocupado por el transporte público en La Habana. En la actualidad, se transportan diariamente alrededor de 1.1 millones de pasajeros. El gobierno espera llegar a 2.5 millones de pasajeros para 2030. Por lo tanto, de acuerdo con el desarrollo económico anual y la situación financiera del gobierno, la compañía de autobuses de La Habana determinará un nuevo plan de adquisiciones cada cinco años. El plan actual es actualizar 90 automóviles nuevos cada año. En solo tres años, los autobuses de Yutong cubrirán todo el transporte público de La Habana.

La razón por la cual los cubanos prefieren el autobús Yutong primero es que se beneficia de las relaciones amistosas entre Cuba y la enorme demanda interna de Cuba. Con la

profundización de la cooperación amistosa y los intercambios entre los dos países en los campos político, económico, cultural y militar en los últimos años, los sentimientos de los cubanos hacia "Hecho en China" se han vuelto cada vez más profundos. El consejero cubano Gruisa dijo francamente que debido a muchos años de sanciones por parte de Estados Unidos y otras razones, las condiciones de tráfico interno de Cuba se han quedado rezagadas, y los vehículos de transporte público han sido muy deficientes. Los autobuses a menudo traen a algunos ciudadanos comunes. Sin embargo, Cuba aún no puede producir y tiene que depender de las importaciones. En segundo lugar, con el desarrollo de China en los últimos años y la mejora de su fuerza nacional en general, la competitividad e influencia internacional de "Hecho en China" también ha aumentado rápidamente. En los últimos años, el rápido desarrollo de gigantes de autobuses como Yutong y Jinlong ha impulsado el rápido progreso de la industria nacional del automóvil de pasajeros, y el estado internacional de los automóviles de pasajeros chinos ha mejorado significativamente. Lo que más importante es que los automóviles de pasajeros chinos no solo tienen mejor calidad, sino que también tienen ventajas de escala de mercado y costo laboral sobresaliente, lo que está fuera del alcance de las grandes compañías extranjeras. La producción del mismo autobús estrella MAN Lions es mucho más cara de producir en Alemania que en Yutong. La brecha en la calidad del producto se está reduciendo y el precio es mucho más bajo. ¿A quién le importa la relación precio / rendimiento? El periodista supo que Cuba solía importar automóviles usados de Europa o Corea del Sur. Aun así, su precio sigue siendo más alto que lo de los automóviles de pasajeros chinos. Por lo tanto, en muchos países, especialmente en los países en desarrollo, los comerciantes han tomado a China como el foco de sus inspecciones al seleccionar los automóviles de pasajeros.

### **Capítulo 3 Escasez en el desarrollo de la venta de los autobuses Yutong en Cuba y sugerencias para mejorar las deficiencias**

#### **3.1 Cómo elevar la calidad**

Debido a la producción de pedidos, cada lote de vehículos debe enviarse al trabajo, por lo que pueden producirse problemas como enviar piezas incorrectas, piezas faltantes, piezas defectuosas, etc. Las partes de los estantes no están ordenadas, lo que hace que los trabajadores encuentren piezas y devuelvan piezas más tiempo que las operaciones normales. El tiempo es largo, y cuando es severo, interrumpe el proceso de producción. Por lo tanto, no se puede garantizar la calidad del producto. La inspección de calidad del producto sigue el proceso de ensamblaje general, y luego se procesa el reprocesamiento del producto no calificado y el retrabajo de calidad de los productos. Los problemas de calidad que ocurren en el proceso de producción no se pueden resolver a tiempo.

En vista del clima cálido y húmedo en América Latina y la desigualdad de las condiciones de las carreteras, se rediseñaron los prototipos domésticos, como elevar el chasis del automóvil, aumentar la resistencia a la corrosión de los componentes y mejorar la posición y disposición de los radiadores del radiador; El segundo es establecer un conjunto completo de sistema de posventa en el área local, que incluya una serie de medidas, como el respaldo para préstamos y el reemplazo de piezas de automóviles.

### **3.2 Cómo perfeccionar la técnica**

En 2015, con la economía mundial aún floja y las exportaciones chinas de automóviles de pasajeros cayendo en una forma general, China todavía exportó 16.477 autobuses a América Latina, que aumentaron en más del 20%. Sin embargo, como el mercado latinoamericano que más crece, muchas compañías globales de autobuses se han reunido, y en particular, el fabricante brasileño de autobuses Marco Polo que usa el chasis Mercedes-Benz para modernizar los automóviles de pasajeros tiene una ventaja local. Actualmente hay más de 10 marcas de autobuses en América Latina, y los principales países productores son Brasil, Argentina y México. Marco Polo es uno de los fabricantes de automóviles de pasajeros más grandes del mundo.

La ubicación geográfica superior, los hábitos culturales similares y los aranceles más bajos entre las comunidades económicas parecen dar a los fabricantes de automóviles de pasajeros de América Latina una cierta ventaja comparativa. Antes de estas desventajas, dejar que las compañías chinas de autobuses se lleven el cuello de botella es que los dividendos del desarrollo económico de China están desapareciendo, y el costo de los factores de las exportaciones de autobuses chinos está aumentando. Como resultado, la superioridad tecnológica de Yutong no puede ser normalizada debido a la influencia de las compañías de autobuses latinoamericanos.

Por el contrario, la tecnología de autobuses de Yutong tiene muchas deficiencias para adaptarse a las calles de Cuba. Cuba es como una pequeña ciudad en China. Hay muchos edificios pequeños con no más de tres pisos y las calles no son anchas. Los autobuses de Yutong son más grandes y los modelos no coinciden, lo que dificulta que los autobuses Yutong en las calles cubanas destaquen las ventajas tecnológicas.

Para adaptarse a los requisitos especiales de anticorrosión de vehículos con clima marino de alta temperatura, alta humedad y alto contenido de sal en Cuba, la tecnología avanzada de recubrimiento electroforético de armazón y cuerpo se utiliza para garantizar efectivamente el rendimiento de los vehículos y prolongar la vida útil de los vehículos. Reduce el costo de uso del vehículo.

De acuerdo con los diferentes entornos de mercado y características del cliente, adoptamos

estrategias de venta adaptadas al mercado, estrategias de producto y modelos de soporte de accesorios de servicio y métodos de administración para satisfacer las necesidades racionales de nuestros clientes, mejorar la satisfacción del cliente y establecer una buena imagen de la marca Yutong. El dominio de la modelo cubana .

### 3.3 Cómo responder los cambios de mercados

Como la primera compañía china de automóviles de pasajeros en ingresar al mercado cubano, Yutong creó un logro operativo de "modelo cubano" en los primeros años de convertirse en una empresa cubana y estableció un punto de referencia para el desarrollo de la internacionalización de las compañías de automóviles de China, tanto en términos de calidad. En términos de tecnología, todavía está muy por delante de otras empresas cubanas. Sin embargo, aunque Yutong casi ha ocupado todos los mercados en Cuba, Yutong no aplicó con éxito el "modelo cubano" a otros países de América Latina en los últimos diez años. El mercado latinoamericano es un área grande y prometedora para el desarrollo de Yutong. Sin embargo, debido al limitado reconocimiento internacional de los autobuses Yutong, el impacto del desarrollo de Yutong en Cuba en otras compañías europeas y estadounidenses que también exportan autobuses a Cuba es un factor muy irresistible. Europa y Estados Unidos están cerca de América Latina, y la cultura también está vinculada. Junto con el hecho de que las empresas europeas y americanas ingresaron al mercado latinoamericano hace décadas, y la calidad de los automóviles de pasajeros en Europa y Estados Unidos tiene grandes ventajas, por lo que Yutong quiere tener un gran desarrollo en el mercado latinoamericano hay muchos obstáculos.

Primero implemente el concepto de servicio, "hacer mercado" en lugar de "hacer pedidos". Para los mercados extranjeros, Yutong no debe enfocarse en las ganancias y pérdidas de ciertos pedidos, sino en cómo cultivar uno o más mercados que pueden desarrollarse de manera constante durante mucho tiempo. Los pedidos que no tienen la garantía del servicio postventa y el suministro de repuestos prefieren ceder. Adherirse al principio de comercialización de "dónde se puede acceder a los servicios antes de vender al automóvil", colocando la construcción de redes y canales de servicio posventa en pie de igualdad con los canales de venta y la construcción de la red.

Garantizar la adaptabilidad localizada de los productos de automóviles de pasajeros. Diferentes mercados tienen diferentes climas, entornos geográficos, costumbres, leyes y regulaciones, etc. Los modelos maduros bien establecidos que se venden en China pueden no ser populares en el extranjero. Por lo tanto, los productos de automóviles de pasajeros deben tener suficiente adaptabilidad local para ser comercializables. A partir del día de la decisión de ingresar al mercado, es necesario comenzar el aprendizaje adaptativo localizado, organizar el equipo del proyecto para comprender las condiciones del mercado y las necesidades del cliente en el lugar, determinar los planes de productos adecuados y realizar mejoras en sus propios productos maduros.

Para hacer un buen trabajo en investigación de mercado en el extranjero y formular

una estrategia de desarrollo clara, las compañías automotrices primero deben realizar investigaciones exhaustivas sobre mercados meta a nivel mundial, recopilar situaciones políticas y económicas locales, capacidad del mercado, condiciones de demanda y situación competitiva, mediante investigación y análisis. En combinación con sus propias circunstancias, determinará los mercados clave de desarrollo de la compañía y las estrategias comerciales globales.

#### **Capítulo 4 Perspectiva de los desarrollos de Autobús Yutong y otras empresas chinas de autobús en el mercado de América Latina**

La propuesta de la estrategia china "la Franja y la Ruta" ha abierto una "era comunista" y también ha generado nuevas oportunidades para el desarrollo de mercados de exportación de autobuses en el extranjero en China. La construcción del "la Franja y la Ruta" se ajusta a la tendencia de la multipolarización y la globalización económica en el mundo, y es particularmente importante para la promoción de las exportaciones de productos de China. La ventaja comparativa integral de Autobús Yutong en términos de precio, calidad, tecnología y servicios auxiliares está aumentando día a día, y es urgente seguir "globalizando" para obtener su propio valor y beneficiar a otros países. Aunque la red "la Franja y la Ruta" no incluye a Latinoamérica, China acelerará la estrategia "la Franja y la Ruta" para integrarse con la integración regional de América Latina. Como vanguardia de los países en desarrollo, la industria manufacturera de China debería esforzarse por mejorar la marca, calidad y tecnología de China. La exportación de cultura y el desarrollo de la ciencia y la tecnología y la mejora de los niveles de vida de otros países en desarrollo en América Latina.

Yutong utilizará sus ventajas existentes en Cuba para mejorar su propio valor y estatus, al mismo tiempo cambia su inadaptación técnica y cultural al entorno social de Cuba y consolida la posición de Yutong en el tráfico cubano. Tomando Cuba como punto de partida, tratando de adaptarse a la sociedad y cultura latinoamericana, mejorando sus propios defectos, mejorando la calidad de los automóviles de pasajeros, respondiendo activamente a los cambios en el mercado, haciendo que Autobús Yutong tenga una posición más firme en Cuba y manejando autos de pasajeros cubanos. El desarrollo de la empresa, al tiempo que abrió el mercado latinoamericano, acercó a los países de habla hispana y latinoamericana, permitiendo que la fabricación china se extendiera por toda América Latina y finalmente creó un mercado chino de automóviles de pasajeros tipo dispersión en América Latina, ambos en respuesta a la convocatoria nacional creciendo en China.

## **CONCLUSIÓN**

Los primeros 12 autobuses turísticos de lujo de Yutong ingresaron al mercado cubano en 2005 y abrieron oficialmente la puerta al mercado cubano.

Después de más de diez años de operaciones en Cuba, las ventas cubanas de automóviles de pasajeros de Yutong han sido consistentemente las primeras, y tienen docenas de clientes locales. Después de usar el "modelo cubano" para desarrollar su propia marca, Autobús Yutong tuvo éxito otra vez. Puso perfectamente la marca de China Autobús Yutong en países latinoamericanos como Venezuela y Chile, y cambió el nombre de Yutong en el centro de la boca de la gente local. Los autobuses Yutong actuales tienen el 99% del mercado en Cuba, y las ventas globales en América Latina también están muy por delante. De las ventas de Autobús Yutong en Cuba, podemos ver el éxito del "modelo cubano". La calidad de los autobuses de Yutong está fuera de toda duda. La tecnología de Yutong es difícil de igualar. Los incansables esfuerzos de Yutong para abrir puertas en Cuba y América Latina se han convertido en las principales compañías de autobuses chinos en Latinoamérica. Sin embargo, a pesar del brillante futuro del desarrollo de Yutong en América Latina, no se puede subestimar. Autobús Yutong lidera el mercado en Cuba y ocupa el primer lugar en el mercado latinoamericano. Sin embargo, la cuota de mercado en Europa está muy por detrás de la de marcas europeas y estadounidenses. Hoy, la política "la Franja y la Ruta" se ha vuelto popular en el mundo, lo que ha traído oportunidades para el desarrollo de compañías de autobuses chinos y también ha traído desafíos. En el proceso de convertirse en parte del mercado latinoamericano, Autobús Yutong debe hacer un buen uso de las políticas de exportación favorables de los dos países para crear una América Latina hecha en China.

## **BIBLIOGRAFÍA**

[1]Angel Manuel Gento Municio, Juan Luis Elorduy González. Análisis de la accesibilidad física en el transporte público en autobús en la ciudad de Valladolid[J]. Revista Española de Discapacidad, 2016(2): 5.

[2]Chevalier , JA , Mayzlin . The effect of Word of Mouth on Sales : Online Bookreviews[J]. Journal of Marketing, 2006, 43 (3) : 345—354.

[3]Claudia Ivette Castro-Zamora, Eva Flores-Valdés. Capacidad de Orquestación de Servicios Web en las Herramientas MULE ESB y Oracle Service Bus[J]. Lámpsakos, 2015(4): 13.

[4]Craig M. Froehle, Aleda V. Roth. New measurement scales for evaluating perceptions of the technology-mediated customer service experience[J]. Journal of Operations Management, 2003 (1): 7.



- [5]陈锋. 古巴人为什么偏爱宇通客车? [N]. 郑州日报, 2006-03-21(2).
- [6]陈二厚, 马桂花. 李克强赞: 为中国装备“走出去”树样板[J]. 运输经理世界, 2016, 09(05): 23.
- [7]刘健, 殷永建. 中国宇通客车在古巴深受欢迎[N]. 中国质量报, 2007-01-31(02).
- [8]启言. 苦练内功、厚积薄发—宇通品牌建设展大家风范[J]. 市场观察, 2010, 03(05): 4.
- [9]邵安菊. 拓展海外市场的古巴模式[J]. 企业管理, 2016, 10(15): 4.
- [10]腾冀. 在古巴, 宇通就是 BUS 的代名词[J]. 人民公交, 2016, 07(15): 8.
- [11]田野. 中国制造助力古巴交通改革[J]. 商用汽车新闻, 2014, 03(17): 5.
- [12]王兰. 从打猎到种地[J]. 汽车观察, 2015, 02(15): 7.
- [13]王沐晨. 海外深耕[J]. 汽车观察, 2014, 08(15): 2.
- [14]文风. 中国宇通 实力启航—宇通客车出口古巴记实[J]. 城市车辆, 2005, 05(30): 18.
- [15]岳琳. 海外大棋局[J]. 汽车观察, 2016, 08(15): 7.
- [16]张智, 白崑, 刘垚. 论中国客车借助“一带一路”拓展海外市场的重点问题分析——以客车标准研究为例[J]. 中国市场, 2017, 10(08): 5.
- [17]庄文静. 宇通的国际营销路[J]. 时代汽车, 2012, 10(05): 24