COMERCIO

LA REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

Agosto 2017

Circulación: 5,500 ejemplares
Código ISSN 2528-7923

P.V.P. $ 2.99 Incluye IVA

Mitos Correístas: verdades económincas que debes conocer - pág. 8

¿Somos líderes cacaoteros otra vez? parece que sí - pág. 14

Especial Automotriz: Nuevas condiciones de crédito generan incertidumbre - pág. 20

PRÓXIMOS EVENTOS

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

21-22 agosto

cyber monday.ec
SEXTA EDICIÓN

30 agosto

DOING BUSINESS CHILE

13 septiembre

3er. ENCUENTRO DE NEGOCIOS
CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL
MULTISECTORIAL

22 septiembre

eday
CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

26 septiembre

EMPRENDEDORES DEL COMERCIO
III CONCURSO DE ENSAYO
Premiación

26 septiembre

EL ORGULLO DE SER EMPRESARIO

28 septiembre

CCGSPEED NETWORKING
8va. edición

3 octubre

Experiencias que Alientan:
Compartiendo anécdotas con famosos

19 octubre

UNIVERSIDAD DEL COMERCIO
SEGUNDA EDICIÓN

13 al 15 octubre

feria del comercio
CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL
GUAYAQUIL

15 noviembre

Días de MiérCOLES

16 noviembre

CCGSPEED NETWORKING
9na. edición

19 noviembre

CCG 5K/10K
III EDICIÓN

27-28 noviembre

cyber monday.ec
SÉPTIMA EDICIÓN

8 diciembre

Estrella de la Solidaridad

13 diciembre

PERSPECTIVAS ECONÓMICAS 2018

ASESORÍA LEGAL ESPECIALIZADA

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

Absolvemos consultas legales de carácter comercial, societario, laboral, contractual, de seguridad social y en general todos aquellos aspectos legales relacionados con el desarrollo de la actividad empresarial.

Servicios societarios:

Constitución de Compañías, Consorcios y Holding.

Establecimiento de sucursal de compañía extranjera en el Ecuador.

Aumentos de Capital Social.

Reformas de Estatutos: cambio de domicilio, objeto social, denominación, etc.

Transformación, fusión y escisión.

Liquidación, Disolución y Cancelación anticipada de compañías.

Transferencia de Acciones y Participaciones.

Designación y reelección de Representantes Legales.

Reactivación de Compañías inactivas y disueltas.

Elaboración de Actas de Junta General.

Propiedad Intelectual:

Búsquedas Fonéticas.

Registro de marcas, nombres comerciales, y demás.

Registro de patentes, software, etc.

Elaboración y registro de contratos de sucursal.

Laboral:

Registro y Actualización de Reglamentos Internos de Trabajo.

Elaboración y Registro de Contratos de Trabajo.

Cálculo de liquidación de haberes; etc.

Servicios mercantiles:

Inscripción y elaboración de Matrícula de Comercio.

Elaboración de Contratos Mercantiles; etc.

Elaboración de Pagarés o Letras de Cambio y demás.

Más información: **info@lacamara.org** - PBX: **(04) 2596100 ext.: 219**

/camaradecomerciodeguayaquil @lacamaragye @lacamaragye www.lacamara.org **0995168398**

CONTENIDO

Economía

6 ¿Cuál método es el mejor?

8 Mitos Correístas: verdades económincas que debes conocer

10 Indicadores económicos

8

Actualidad

14 ¿Somos líderes cacaoteros otra vez? parece que sí

16 La Propiedad Intelectual, una aliada estratégica de la competitividad turística

18 El caso Consolidadoras: No dejemos los Principios para el final

14

Especial Automotriz

Nuevas condiciones de crédito para los clientes que desean obtener un auto generan incertidumbre

20

Recursos Humanos

24 El costo de la rotación de personal

Liderazgo

28 El liderazgo femenino llegó para quedarse

Tendencias

30 Consumer Insight 2Q17: Estilos de Vida

Emprendedores

33 Adrián Vergara Macías Gerente de Aseslider S.A.

24

33

Actividades

34 Actividades de nuestros socios

36 Actividades de la CCG

38 Conociéndonos

COMERCIO
LA REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

ISSN 2528-7923

AGOSTO 2017

EDITOR GENERAL
Charo Vergara Ronquillo

COORDINACIÓN
Doris Ledesma

DIAGRAMACIÓN
Raúl Vera Sánchez

FOTOGRAFÍA
Roberto Terán
Héctor Noboa

IMPRESIÓN
Senefelder

VENTAS
Karen Bermúdez - kbermudez@lacamara.org

PRESIDENTE
Pablo Arosemena Marriott

PRESIDENTE ALTERNO
Miguel Angel González Guzmán

DIRECTOR EJECUTIVO
Juan Carlos Díaz-Granados Martínez

SERVICIOS AL SOCIO
Correo: info@lacamara.org
Teléfono: (04) 2596100 ext. 277

Cámara de Comercio de Guayaquil,
Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcívar,
Centro Empresarial "Las Cámaras" pisos 2 y 3
PBX: (04) 2596100 ext.: 264 - 446
Código postal: 090512

COMENTARIOS Y SUGERENCIAS
Correo: info@lacamara.org

CIRCULACIÓN
5,500 ejemplares

COMERCIO es una publicación de la Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG). Su distribución es a nivel nacional. Está dirigida a los socios de la CCG. El contenido de los artículos, notas y avisos publicitarios publicados en esta revista son de total y exclusiva responsabilidad de sus autores. Se prohíbe la reproducción total o parcial de los artículos publicados.

2017. Derechos reservados

www.lacamara.org

/camaradecomerciodeguayaquil
@lacamaragye
@lacamaragye
Camara de Comercio de Guayaquil

Carta a los socios

Al cierre de junio, el Banco Central del Ecuador (BCE) publicó las cifras correspondientes a los resultados del Producto Interno Bruto (PIB) al primer trimestre del 2017. El BCE reportó un crecimiento interanual del PIB de 2,6% durante el primer trimestre del año. Sin embargo, hay que tener en cuenta que esta mejoría en la actividad económica es en relación al primer trimestre del 2016, el año de peor desempeño desde la dolarización.

El Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) publicó las estadísticas laborales a junio del 2017. Según el INEC, la tasa de empleo adecuado a nivel nacional se ubicó en 40,1% al cierre del primer semestre del año. Este indicador ha sido uno de los más afectados desde el inicio de la crisis. En el año 2014, la tasa de empleo adecuado llegaba al 48,8% y desde entonces ha disminuido cerca de 9 puntos porcentuales. En contraste, la tasa de subempleo a nivel nacional ha reportado un aumento considerable en los últimos cinco años, al pasar del 9,7% en junio del 2012 al 20,5% en junio del 2017, lo que quiere decir que existe un deterioro en la calidad del empleo para los ecuatorianos.

En la primera semana de agosto, el presidente de la República envió la proforma del Presupuesto General del Estado para el año 2017 a la Asamblea Nacional. Resulta preocupante la aprobación de un presupuesto en déficit con saldo en rojo y el aumento de la meta de recaudación tributaria para este año. La proforma del Presupuesto del Estado de 2017 asciende a $36.818 millones y representa un crecimiento del 2% respecto del Presupuesto Codificado del año 2016. Este incremento en el presupuesto del Estado se contrapone al discurso de austeridad del Gobierno Nacional.

Ante este panorama, la economía ecuatoriana requiere de acciones inmediatas. Se necesita liberar la economía del anticipo al impuesto a la renta, del impuesto a la salida de divisas, del impuesto a la Ley de plusvalía y eliminar las restricciones al libre comercio. Solo así los negocios volverán a reactivarse y el comercio tanto interno como externo podrá generar más oportunidades de empleo adecuado que los ecuatorianos queremos.

Pablo Arosemena Marriott
Presidente

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

¿CUÁL MÉTODO ES EL MEJOR?

Por: Ing. Fernando Romero, M.Sc.
Docente del área de Finanzas
y Contabilidad de IDEPRO

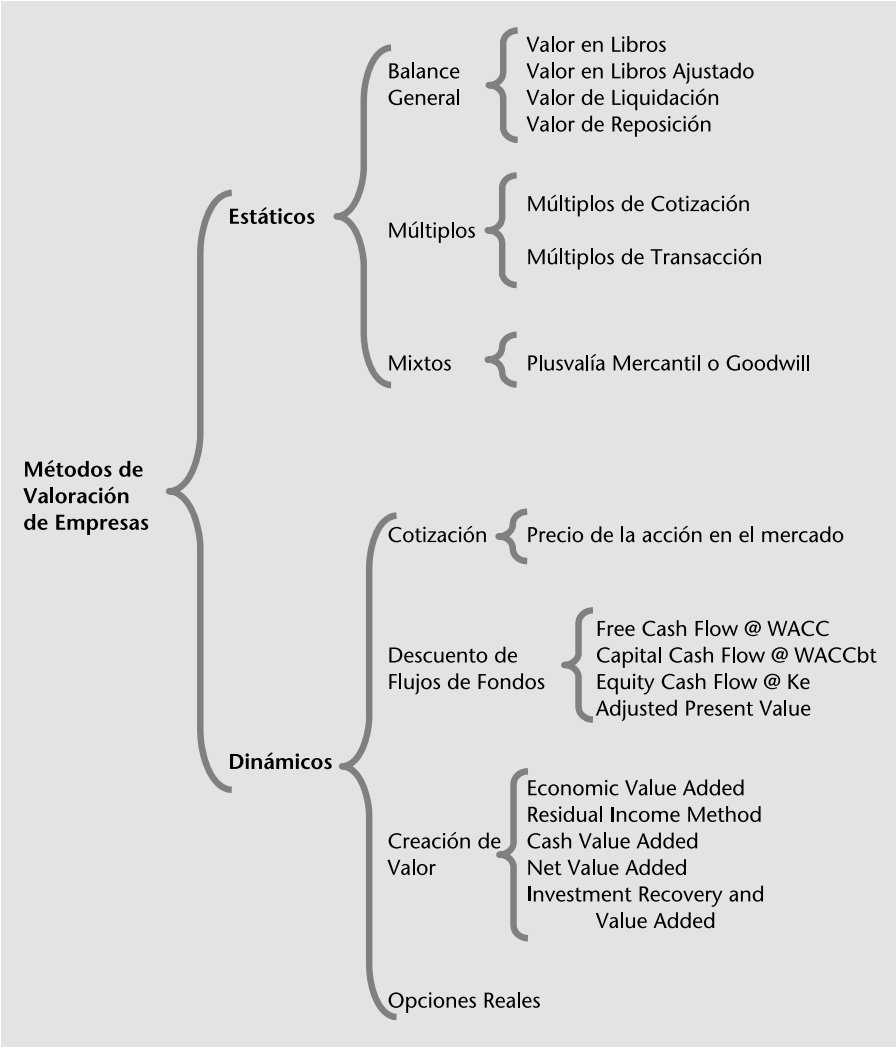
La Valoración de Empresas se reconoce actualmente como una especialidad de las Finanzas Corporativas la cual se encarga de la medición monetaria del valor de los elementos que componen una empresa, esto es básicamente insumos y procesos. Esta valoración puede tener varios fines, desde el seguimiento y control de la gestión administrativa financiera hasta la compraventa de parte o todo el paquete accionario de la misma.

Dado que la valoración de empresas es un ejercicio basado principalmente en proyecciones futuras, muy rara vez se habla del valor de una empresa como si fuese un valor único, sino más bien de un rango razonable de valores entre los cuales podría estar tanto el valor único así como el precio que se pagaría, aunque normalmente ocurre que tal precio está muy por fuera de este rango.

Para establecer este rango, muchos analistas y consultores deciden utilizar varios métodos de valoración, bajo la excusa de que cada método arroja un resultado distinto. Pues bien, en mi experiencia profesional les puedo decir con toda seguridad que esa es una verdad a medias, puesto que sí existen varios métodos de valoración (véase el cuadro sinóptico) y algunos de ellos pueden resultar en valores distintos, pero dentro de cierto grupo en particular (específicamente los métodos de descuento de flujos de caja y de creación de valor), todos los métodos coinciden en el mismo valor único.

Entre los dos grupos antes citados, existe nada menos que 20 métodos de valoración y todos dan el mismo resultado, por lo que si se desea generar un rango de valoración, deberá hacerse escenarios de proyecciones, o en todo caso, utilizar otro método que no sea los ya mencionados. Entonces, ¿cómo escoger el mejor método de valoración?

La respuesta a la pregunta anterior dependerá de tres factores: cuándo se desea valorar, qué se desea valorar y cómo se hará la valoración. Empecemos analizando el primer factor (el cuándo). Como mencioné antes, toda empresa está constituida por insumos y procesos, es decir una parte tangible y otra intangible. Métodos como los estáticos por balance evalúan los hechos ya ocurridos en el pasado sin considerar la posible creación de valor a futuro, es decir que valoran únicamente la parte tangible de una empresa. Por ende, tales métodos son los ideales cuando se valora una em-



presa con expectativas de creación de valor nulas o muy bajas, como por ejemplo cuando hay un constante declive de sus ventas.

Los métodos basados en múltiplos, los métodos de descuento de flujos de caja y los métodos de creación de valor (DCF y VC por sus siglas en inglés, respectivamente) son métodos que valoran más la parte intangible, puesto que analizan la creación de valor a futuro. Los múltiplos valoran algún parámetro en particular de la empresa (como por ejemplo las utilidades, las ventas o el flujo de efectivo) mediante relaciones con el valor de empresas similares. El múltiplo más utilizado en mercados financieros desarrollados es el Price/Earning Ratio (PER). Si por ejemplo para valorar una empresa se utiliza un PER de otra empresa con un valor de 10,00 se indicaría que la empresa a valorar tiene un potencial de multiplicar sus resultados anuales en 10 veces.

Los métodos de DCF y VC se basan en el valor monetario al día de hoy de una serie de valores futuros previstos, para lo cual utilizan una tasa de descuento que representa la rentabilidad mínima exigida al negocio en función de los riesgos que ésta asume en sus actividades ordinarias, esto incluye tanto el riesgo económico (riesgos que afectan al sector o industria al que pertenece la empresa) como el riesgo financiero (riesgo procedente del endeudamiento). Estos métodos eminentemente valoran la parte más intangible de la empresa, lo que en ocasiones puede incluir su marca.

Analizando ahora el segundo factor (el qué) es importante definir qué parte de la empresa se desea valorar. Es decir, se puede valorar toda la empresa o solo su patrimonio. Esto dependerá de gran medida del propósito de la valoración. Si lo que se busca es conocer el rendimiento general de la empresa y la calidad de la gestión administrativa financiera, (como por ejemplo realizar pruebas de deterioro de valor según NIC 36) lo mejor será valorar toda la empresa. En cambio, si el propósito de la valoración es fijar un precio de intercambio en una transacción de compra venta, lo mejor será valorar el patrimonio y por ende las acciones o participaciones de la compañía.

Si se desea valorar toda la empresa, se puede utilizar (entre los métodos analizados anteriormente) el valor en libros del activo (Balance), el ratio sobre EBITDA (múltiplo), el flujo de caja libre descontado al WACC o flujo de caja de capital descontado a WACCbt (DCF) o el EVA (VC). Si se desea valorar el patrimonio, se puede utilizar el valor en libros del mismo (Balance), el ratio PER (múltiplo), el flujo de caja del accionista descontado al costo apalancado Ke (DCF) o el Residual Income Method (VC).

El análisis del tercer factor (el cómo) implicará siempre la cuantificación de aspectos que afectarán tanto la posición financiera y resultados en tiempo presente y a futuro. Por ejemplo, en los métodos basados en balance, muchas veces será necesario el ajuste de las partidas más significativas a valores de reposición o de realización (más allá del simple valor en libros), lo cual deberá estar soportado en muchas ocasiones en informes de peritaje de activos.

En la utilización de múltiplos será necesario disponer de los múltiplos más recientes y extraídos de operaciones que realmente tengan relación con la empresa que se está valorando, en aspectos como el sector, tamaño, posicionamiento, etc. La utilización de métodos de DCF y VC requiere un dominio profundo de las técnicas financieras de diagnóstico y proyección, además de dominar las formulaciones apropiadas de costo de capital aplicables a cada flujo de efectivo, sean éstos flujos finitos o a perpetuidad.

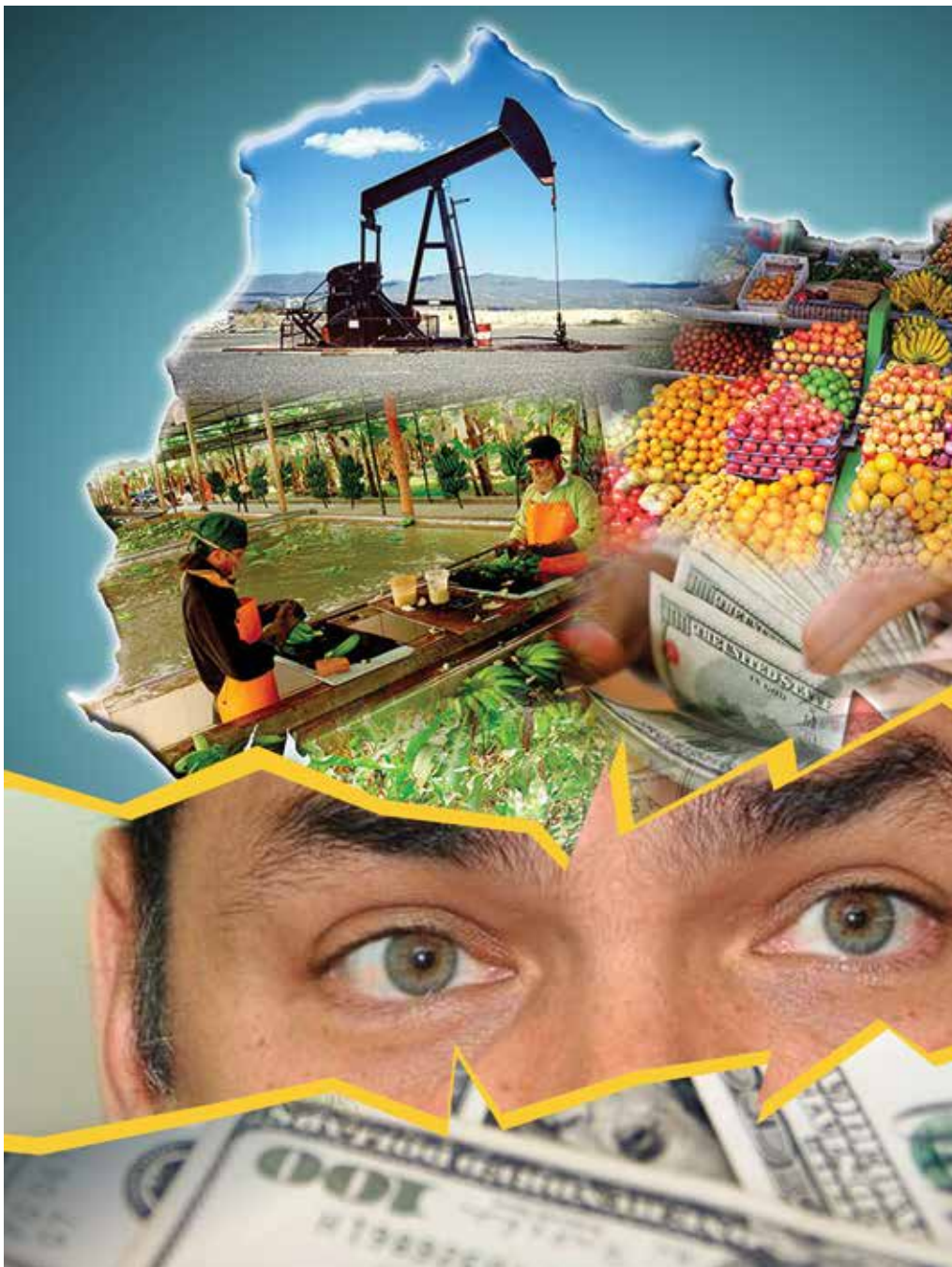
Como reflexión final, antes de escoger el mejor método de valoración, se debe analizar el qué, el cuándo y el cómo, puesto que una pequeña variación de un dato utilizado, a primera vista puede parecer insignificante, pero al momento de aplicarla en algún método de valoración, podría resultar en fluctuaciones muy importantes, llevando incluso a que el rango de valoración sea muy amplio, perdiendo así el sentido mismo de la práctica de valoración.

MITOS CORREISTAS

Verdades económicas que debes conocer

Durante la última década, el gobierno incrementó aceleradamente el nivel de gasto e inversión superando el ahorro nacional. En consecuencia se produjo un déficit de cuenta corriente. Para realizar todas esas inversiones que contrató el Estado se acudió al mercado externo para comprar maquinaria, contratar servicios de ingeniería, entre otros.

Por: Alberto Acosta Burneo
Analista Económico



Desde hace 10 años el gobierno el gobierno de Correa, y ahora el del Moreno, continúa con la misma letanía de que la mayor vulnerabilidad de la economía ecuatoriana está en el sector externo. La preocupación oficial es que salgan más dólares de los que entran a la economía, que finalmente comience a escasear el circulante y que esto reduzca la actividad económica. Pero esto es una verdad a medias.

Verdadera causa del déficit comercial

Hay que entender el real origen del déficit comercial. Expliquemos. Todas las transacciones que se realizan entre el Ecuador y el mundo (excluyendo los flujos financieros) se registran en la cuenta corriente. Aquí se encuentran: el comercio de bienes y servicios, pago de renta y remesas de migrantes.

La cuenta corriente está determinada por la siguiente fórmula: ahorro nacional - inversión doméstica. Esto no es una teoría, sino una identidad de la Contabilidad Nacional (equivalente a decir que: 1 + 1 = 2). Aquí no caben interpretaciones ni ideologías.

Durante la última década, el gobierno incrementó aceleradamente el nivel de gasto e inversión superando el ahorro

nacional. En consecuencia se produjo un déficit de cuenta corriente. Para realizar todas esas inversiones que contrató el estado se acudió al mercado externo para comprar maquinaria, contratar servicios de ingeniería, entre otros.

Una vez que entendemos el origen del déficit comercial podemos asegurar que es tan solo un síntoma de que el país está acumulando aceleradamente stock de capital (por ejemplo infraestructura que sirve para producir más y mejor). Entonces, ya no podemos calificar al déficit de cuenta corriente como un "problema", sino como una buena noticia porque la acumulación de capital nos permitirá en un futuro incrementar nuestro nivel de producción.

Si el gobierno insiste en reducir el déficit de cuenta corriente, lo único que debería hacer es bajar su ritmo de gasto e inversión. No cabe obligar al sector privado a reducir su nivel de consumo e inversión.

Sustitución de importaciones "protege" a industria nacional

El correismo ha querido convencernos de que puede generar bienestar restringiendo el comercio internacional para proteger a la industria nacional. Nos están diciendo que es rol del Estado defender a los productores ineficientes de aquellos más eficientes. A esta política en Ecuador se la ha llamado "política industrial". En la realidad, se trata de una política que nos empobrece como sociedad y que termina haciendo daño a todos los involucrados. Expliquemos.

Con la sustitución de importaciones el gobierno escoge a los ganadores. Son sectores cuya competencia va a ser reducida a través de mayores aranceles al producto importado: restricciones para arancelarias, cupos de importación, normas técnicas, etc. El resultado de una menor oferta es un incremento en los precios internos.

Esta política parte de un desconocimiento absoluto del funcionamiento del mercado. No entienden que, a través de los precios, los consumidores envían un mensaje a los emprendedores: la intensidad de su deseo por adquirir bienes y servicios.

Al forzar incrementos en los precios, las empresas realizan inversiones que responden a esa realidad. Por ejemplo, si el precio de un pantalón con sustitución de importaciones sube de $30 a $50, las empresas deciden montar una planta que les permite una operación rentable para un pantalón que cueste $50. Probablemente, no compren maquinaria de punta. Las empresas que caigan en esta trampa estarán condenadas a la ineficiencia. No serán capaces de competir a precios de $30 por pantalón y por consiguiente nunca podrán exportar.

> "Entendamos que la fuerza que mueve la economía y que genera riqueza proviene de los emprendedores que diariamente encuentran oportunidades de inversión."

Lo más grave de esta política es que esta ineficiencia (los $20 adicionales del ejemplo) los pagamos los consumidores cuando nos vemos obligados a comprar un producto caro y muchas veces de inferior calidad. En la práctica se trata de una transferencia de recursos desde los consumidores hacia los productores "ganadores".

Los gobiernistas se defenderán asegurando que esta política ha generado empleos que de otra manera hubieran desaparecido. Pero esto también es falso. Lo que hace la sustitución de importaciones es quitar recursos de los sectores más eficientes y transferirlos a usos menos eficientes. Entonces, como sociedad hemos perdido. Si esos recursos se hubieran empleado en actividades en las que podemos ser más productivos, se hubiera generado más riqueza y seguramente, también más empleo. No debemos subestimar la capacidad que tenemos los ecuatorianos de producir con calidad y eficiencia si el gobierno no distorsiona el mercado, y permite que los emprendedores inviertan en los sectores en donde podemos desplegar todo nuestro potencial.

Estado es omnisciente

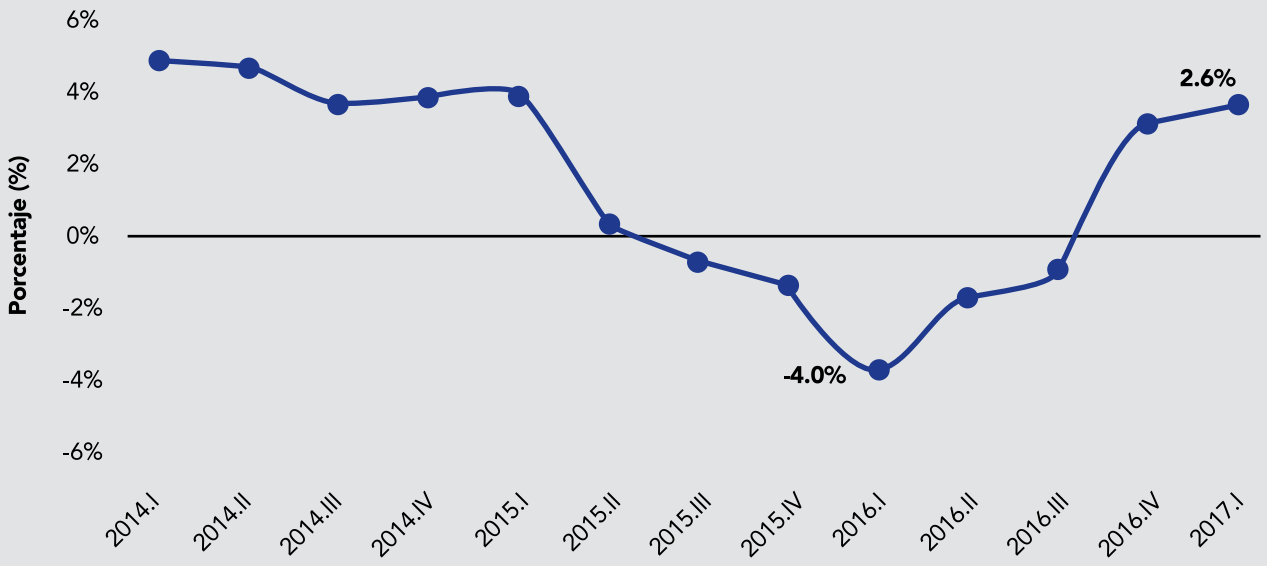
El origen de todos estos errores es que los socialistas creen que el Estado es como una deidad que conoce mejor que nosotros mismos lo que necesitamos, lo que nos hace bien y lo que nos hace daño. Bajo esta premisa justifican la planificación central.

Creen que el Estado es capaz de definir en qué sectores se debe invertir. En la realidad, ni siquiera los emprendedores aciertan siempre con sus decisiones de inversión ya que éstas se realizan sobre expectativas o proyecciones de la evolución del mercado. Pero la diferencia, es que cuando un emprendedor se equivoca pone en riesgo su patrimonio. Cuando el Estado se equivoca con la planificación central, su apuesta empuja a un gran número de emprendedores al fracaso o termina perdiendo recursos de todos los contribuyentes.

Es hora de liberarnos de la "Estadolatría" que nos inculcó el Correismo. Entendamos que la fuerza que mueve la economía y que genera riqueza proviene de los emprendedores que diariamente encuentran oportunidades de inversión. El resultado conjunto de esta actividad hace que los recursos escasos de la economía se destinen a los usos más eficientes.

Cuidémonos del Estado que juega a ser dios. Del Estado que termina pervirtiendo las leyes cuando se transforman en un mecanismo para garantizar beneficios a ciertos grupos de interés por sobre el beneficio colectivo. Que el Estado asuma el importante rol que tiene en la sociedad: proteger la vida, garantizar libertades y proteger los frutos del trabajo de todos los ciudadanos. Y que los emprendedores, libres de las ataduras de la planificación central, busquen las maneras más eficientes para generar riqueza para toda la nación.

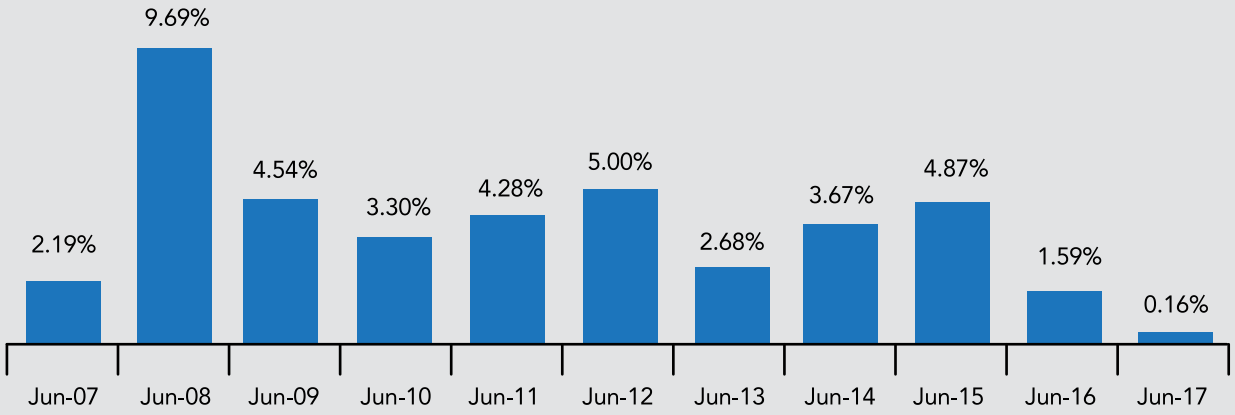
Tasa de Crecimiento Interanual del PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

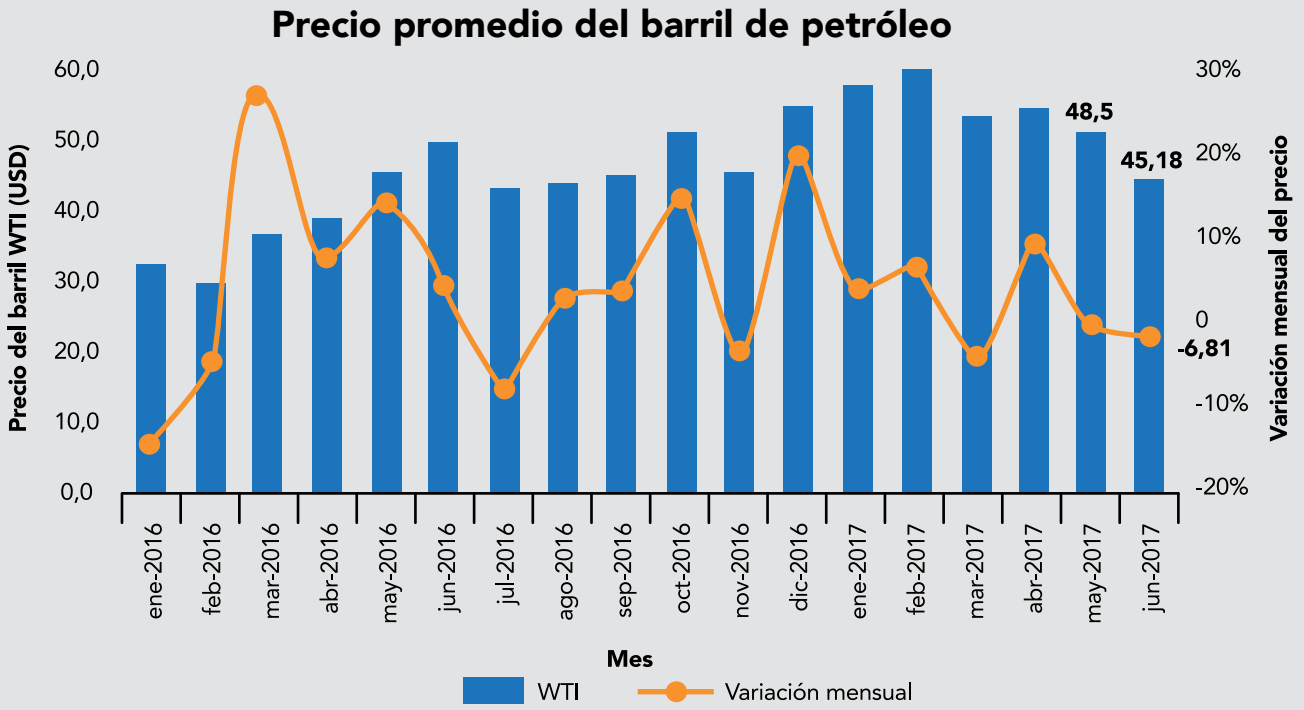
El Banco Central del Ecuador (BCE) presentó las cuentas nacionales trimestrales con corte a marzo de 2017, en donde se evidencia la recuperación de la economía respecto al 2016, el peor año de desempeño económico desde el inicio de la dolarización. De acuerdo al BCE, el Producto Interno Bruto (PIB) creció 2,6% en términos interanuales durante el primer trimestre del 2017, impulsado principalmente por incrementos en el consumo de los hogares y en las exportaciones.

Inflación de junio
(variación anual del IPC)



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

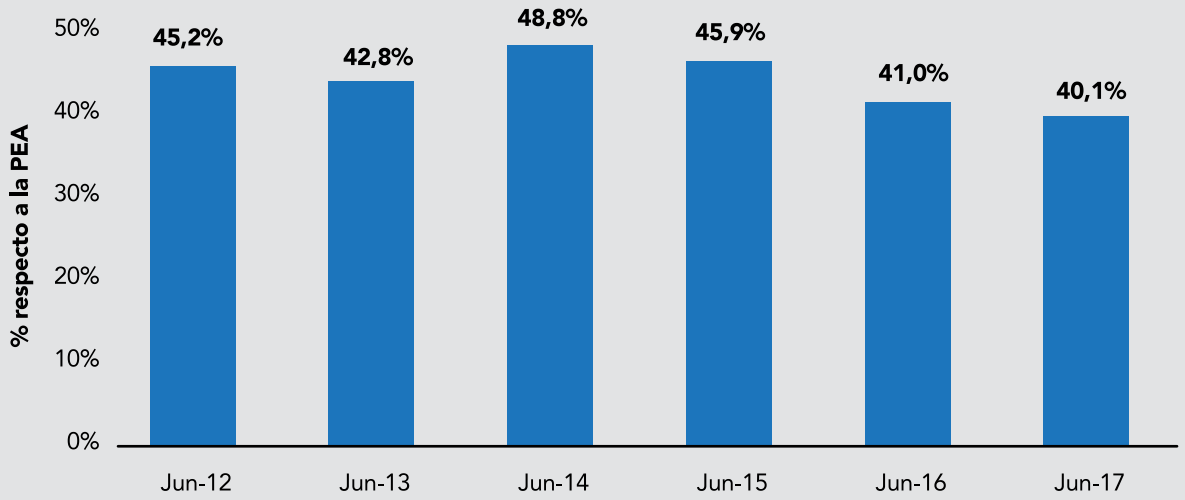
La inflación anual de cada mes es la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC) en los últimos doce meses. El IPC correspondiente a junio del 2017 presentó una variación del 0,16% en los precios respecto al mismo mes de 2016. La inflación anual promedio en junio entre 2007 y 2017 fue de 3,7%; mientras que el incremento más alto de los precios ocurrió en el 2008, cuando la inflación llegó a 9,7%. La baja inflación reportada en el mes de junio refleja que la actividad económica aún no se ha recuperado en su totalidad.



Fuente: U.S. Energy Information Administration

El precio referencial del petróleo West Texas Intermediate (WTI) ha fluctuado entre $30,3 pb y $53,5 pb desde enero de 2016. A junio del presente año, la cotización del crudo disminuyó a $45,18 pb desde $48,5 pb registrado en mayo de 2017. Esta disminución en su precio representa una reducción de 6,81% respecto al mes anterior. A pesar de la reciente recuperación en su cotización, de acuerdo a varias fuentes consultadas, no se espera un aumento considerable en su cotización en el corto plazo. Durante el 2017 el comportamiento del crudo ha sido irregular, pero con un menor nivel de volatilidad a los años anteriores.

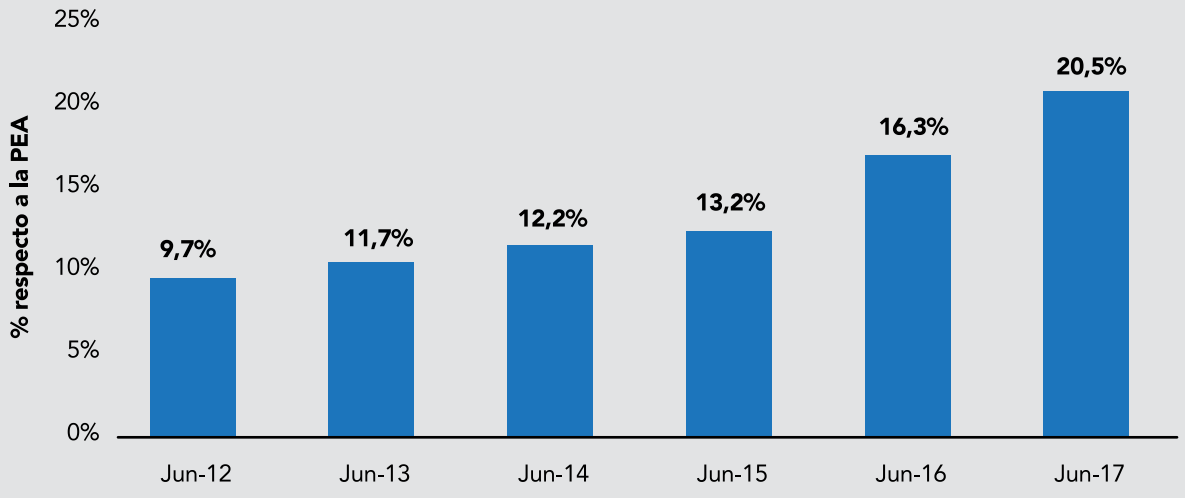
Tasa de empleo adecuado nacional



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

A partir del 2015, se aprecia una marcada tendencia a la baja en la tasa de empleo adecuado a nivel nacional, como resultado de la reciente recesión económica. A junio de 2014, la tasa de empleo adecuado se ubicaba en 48,8%, mientras que a junio de 2017 había disminuido hasta 40,1%. Además, se registró un retroceso respecto a junio de 2012 cuando la tasa de empleo adecuado se encontraba en 45,2%, un nivel superior al actual.

Tasa del subempleo nacional



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

La tasa de subempleo a nivel nacional demuestra que la calidad del empleo de las personas con trabajo se ha deteriorado de forma notable en los últimos cinco años. La tasa de subempleo aumentó desde 9,7% en junio de 2012 a 20,5% en junio de 2017. Este indicador refleja el detrimento en la calidad del empleo y la falta de empleo formal en la economía ecuatoriana.

Autolasa CHEVROLET

CLUB DEL PRESIDENTE ECUADOR

REALIZA TU AGOSTO

LIQUIDACIÓN DE INVENTARIO

CUOTAS DIARIAS DESDE $10.20

SERVICIO DE MATRICULACIÓN Y CRÉDITO GRATIS

TEST DRIVE AUTOLASA

ChevyPlan

0% DE ENTRADA

0% INTERÉS

HASTA **72** MESES PLAZO

SAIL 2018

CERTIFICADOS OBTENIDOS POR GENERAL MOTORS DEL ECUADOR

CLUB DEL PRESIDENTE ECUADOR — MIEMBRO CLUB DEL PRESIDENTE 2017

EXCELENCIA EN VENTAS — CERTIFICACIÓN EN EXCELENCIA EN VENTAS

CARC — CENTRAL DE RELACIONAMIENTO CON EL CLIENTE (CARC)

TÉCNICO CERTIFICADO CHEVROLET — CERTIFICACIÓN TÉCNICOS TALLERES AUTOLASA

Servicio PERSONALIZADO CHEVROLET — CERTIFICACIÓN EN SERVICIO PERSONALIZADO TALLERES AUTOLASA

TALLERES

AL COMPRAR TU VEHÍCULO EN AUTOLASA RECIBES

HASTA **50%** DESCUENTO EN MANO DE OBRA

HASTA **15%** DESCUENTO EN REPUESTOS

REPUESTOS GENUINOS CHEVROLET AUTOLASA

MANO DE OBRA GRATIS — KITS INSTALADOS

REPUESTOS DE MOTOR — DESDE $640

KIT DE EMBRAGUE — DESDE $282

KIT DE DISTRIBUCIÓN — DESDE $117

KIT DE AMORTIGUADORES — DESDE $186

Autolasa / FIND NEW ROADS

CONSULTAR POR DETALLES

PBX: 04-3732060

Atarazana: Av. Pedro Menéndez Gilbert y Av. Luis Plaza Dañin.
Américas: Frente a Mi Comisariato.
Durán: Km 1/2 vía Durán Tambo.
Quevedo: San Camilo - Av. Guayaquil #100 y Camilo Arévalo.

DESCÁRGATE NUESTRA APP AUTOLASA

Google play — APP STORE

CHEVROLET

¿Somos líderes cacaoteros otra vez? parece que sí

Por: Gabriel Rovayo, PhD
Director General del ESAI Business School- Universidad Espiritu Santo
Vice-rector de Postgrados

Atrás quedaron los apocalípticos días de las plagas de la monilla y la escoba de la bruja que acabaron con esa época dorada del cacao y con las idílicas vidas de los gran cacaos, hacendados de la provincia de Los Ríos.

Hoy Ecuador huele a cacao nuevamente y nuestro producto, tanto en pepa, en crema o en chocolate elaborado, tiene gran reputación y acogida en los mercados mundiales.

De hecho, según la Balanza Comercial de Ecuador, reportada por el Banco Central del Ecuador (BCE), el país es en la actualidad el sexto exportador de cacao en el mundo, debajo de debajo de Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Camerún y Nigeria. Según información de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, el principal destino del fruto en los últimos cinco años fue Estados Unidos. Le siguen México, Malasia, Alemania y Holanda.

Pero hay algo aún más interesante: el cacao que se produce y exporta, tanto en grano como elaborado, es el resultado de los cultivos de pequeños agricultores de provincias de Manabí, Esmeraldas y provincias amazónicas. Gente que conservó pequeñas parcelas productoras es ahora la proveedora de uno de los mejores cacaos del mundo. El sabor del chocolate depende de la genética del cacao y del tratamiento que se les dé en la poscosecha y en el procesamiento. De esas tres variables la única que no se puede alterar es la genética. Es el suelo, es el aire, es el terreno, la lluvia o el sol que le dio al arbolito, de allí que el cacao ecuatoriano sea único.

Esté boom del cacao ecuatoriano se ha dado en la última década; siendo la cosecha de una siembra que empezó en la década precedente, la primera del nuevo siglo y dado que la demanda de cacao más fino, aromático y de mejor sabor subió en el mundo. Mucho de este boom ha tenido el apoyo del Proyecto de Reactivación del Cacao Nacional Fino de Aroma, promovido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP).

El cacao que actualmente se cultiva en Guayas, Manabí, Esmeraldas y Los Ríos, tiene como destino países tradicionalmente exigentes como Suiza y Bélgica; mientras que aquel que se produce en Zamora Chinchipe (de plantas introducidas en la zona) tiene como destino Estados Unidos.

Los granos de cacao nativos del Ecuador se conocen como Nacional o De arriba, un nombre que se cree derivar de la ubicación de su descubrimiento. Arriba significa río arriba y muchas plantaciones de cacao se localizaron a lo largo del río Guayas.

Milagro cacaotero

Lo curioso es que, aunque hemos exportado (a veces más y a veces menos) cacao por casi un cuarto de siglo, nunca hasta hace una década nos habíamos propuesto hacer chocolate en el país. Y parece que a nadie se le ocurrió que pudiéramos hacerlo tan bien.

De allí que ahora, hay chocolates ecuatorianos compitiendo con los mejores del mundo. Marcas como Pacari, Caoni, República del Cacao, entre otros, ocupan los estantes de los mejores comercios de Europa y Estados Unidos.

¡Y en verdad lo estamos haciendo bien! Una de las más respetadas escritoras sobre temas de alimentos del Reino Unido y miembro fundadora de la Academia del Chocolate, Sarah Jane Evans, en su libro Chocolate Unwrapped, describe al cacao fino de aroma, el cacao emblemático de Ecuador como: "un cacao con perfil floral con grosellas negras y especias". Todo un poema.

Pero otros catadores especializados en cacao y chocolate han

Tabla de superficie, producción y rendimiento del cacao				
Año	Superficie sembrada (ha)	Superficie cosechada (ha)	Producción (Ton. Métricas)	Rendimiento
2007	422.985	356.657	131.419	0,37
2008	455.414	360.025	132.100	0,37
2009	468.840	376.604	143.945	0,38
2010	470.054	398.104	189.755	0,48
2011	521.091	399.467	224.163	0,56

Fuente: MAGAP / Proecuador

descrito también sabores como frutales y de nuez.

Esmeraldas es una de las provincias más pobres del país, pero actualmente, allí los agricultores pueden obtener más dinero si producen cacao de alta calidad. Antes era una provincia cacaotera, pero ahora es un territorio donde se produce chocolate premiado. Chocolate cultivado por pequeños productores que han visto su vida cambiar y prosperar gracias a esta pepita mágica. Existen granjas en Esmeraldas que tienen árboles de cacao de 50 años. Árboles bien cuidados y que ahora dan frutos que transcienden las fronteras.

Según datos de Proecuador, el cacao en grano es el principal producto exportado por Ecuador al mundo, registra una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) positiva durante 2010-2015, menor al valor exportado, de 12.14% y una participación en el volumen exportado en el 2010 de 85.406%. Los productos que han registrado una mayor TCPA en el volumen de exportación del sector son la pasta de cacao y manteca, grasa y aceites de cacao con 27.5% y 19% respectivamente.

Las exportaciones de cacao y derivados han presentado una tasa de crecimiento promedio anual desde el 2008 hasta el 2012 de casi un 7%. El cacao en grano crudo 12 tuvo una participación al 2012 de 69% con un crecimiento promedio anual de 12%, seguido de bombones, caramelos, confites y pastillas con un 6% de participación, cacao en polvo sin azúcar tuvo un participación de 6% con una tasa de crecimiento promedio anual de 49%, los demás chocolates y preparaciones tuvieron una participación en las exportaciones del sector del 2012 del 5% con una tasa de crecimiento de 152%, la pasta de cacao tuvo una participación de 4% pero las exportaciones de este producto han disminuido al igual que la manteca de cacao y los chicles y demás gomas de mascar; la pasta de cacao pese a tener una menor participación en las exportaciones del 2012 de un 1% ha tenido un crecimiento muy considerable en el período analizado de 119% al igual de la manteca de cacao (con un índice de acidez expresado en ácido oleico inferior o igual a 1%) de 116% con una participación de 1%.

Algunos datos interesantes sobre el cacao

- Toma seis meses para que los granos de cacao maduren.
- Las cosechas se realizan dos veces al año
- Los granos se ponen en grandes montículos y se cubren hasta fermentar. Esto toma cerca de una semana. Y es cuando el sabor del cacao comienza a desarrollarse.
- Los granos de cacao se secan durante una semana y luego se llevan a la fábrica de chocolate.
- Las entrañas del grano, llamadas plumillas, se convierten en un líquido o licor de chocolate.

LA PROPIEDAD INTELECTUAL:

Una aliada estratégica de la competitividad turística

Por: Dr. José Javier Villamarín
Socio y fundador de ASPEN ABOGADOS
Académico Asociado del Instituto Ecuatoriano de Economía Política

Según el Oxford English Dictionary, la palabra *'turist'* (turista) se remonta al año 1800 y 'tursim' (turismo) a 1811. El diccionario francés Robert confirma que los vocablos *'touriste'* (turista) y *'tourism'* (turismo) ingresaron a la lengua francesa en 1816 y 1841 respectivamente. La Real Academia Española enseña que esta terminología se incorporó a nuestro idioma en la décima quinta edición del entonces 'Diccionario de la Lengua Española', en 1925. El lenguaje es un buen indicador del adelanto social y la creación de estas palabras definen a un nuevo tipo de viajero, a aquel que viaja por placer.

El turismo internacional cumple un sólido papel en la formación del sistema económico mundial. En 1963 la ONU proclamaba que 'el turismo puede aportar y aportar efectivamente una contribución vital al crecimiento económico de los países en desarrollo'. Hoy, según el último número del Barómetro OMT del Turismo Mundial, el arribo de turistas internacionales en 2016 aumentó en un 3.9% en relación al año anterior. Esto en cifras implica un aumento de 46 millones de visitantes internacionales más que el año anterior y un ingreso de 1.235 millones de dólares.

El servicio turístico es una combinación de elementos heteróclitos: incluye alojamiento, restauración, transporte y servicios anexos, particularmente de ocio. Incluye también objetos culturales (folklore, fiestas y patrimonios culturales y artísticos), rasgos geográficos, gastronomía y muchos elementos menos tangibles como la hospitalidad, el ambiente o las curiosidades étnicas. Estos diferentes componentes son amalgamados en un servicio cuya penetración en el mercado relevante depende de métodos de organización, de gestión y de planificación económica.

Toda esta actividad requiere para su éxito de inversión y más que nada de capacidad creativa. Por ejemplo, en la época del oro del turismo de masas era suficiente con ofrecer un nevado o una playa tropical. Hoy, debido al incremento del nivel de vida de las personas, el turista cuenta con más dinero, más tiempo y mejor nivel cultural para invertir en sus vacaciones. De este modo damos la bienvenida al ecoturismo y al ecoturismo comunitario, dos espacios, en donde Ecuador, visto desde afuera, es pionero.

International Tourist Arrivals by (Sub)region

	Full year									Share	Change		Monthly/quarterly data series (percentage change over same period of the previous year)								
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*	2016*	15/14	16*/15	2017*	2016							
									(million)	(%)		(%)	YTD	Q1	Jan	Feb	Mar	Apr	Q1	Q2	Q3	Q4
World	**674**	**809**	**953**	**998**	**1,045**	**1,093**	**1,137**	**1,189**	**1,235**	**100**	**4.5**	**3.9**	**6.2**	**4.7**	**7.2**	**4.0**	**2.9**	**10.6**	**7.3**	**1.2**	**3.1**	**5.3**
Advanced economies[1]	*424*	*470*	*516*	*541*	*562*	*588*	*622*	*653*	*685*	*55.4*	*5.0*	*4.9*	*5.9*	*4.4*	*8.5*	*3.4*	*1.8*	*9.7*	*8.2*	*2.7*	*4.1*	*6.5*
Emerging economies[1]	*250*	*339*	*437*	*457*	*482*	*505*	*515*	*536*	*550*	*44.6*	*4.0*	*2.7*	*6.6*	*4.9*	*6.1*	*4.5*	*4.1*	*11.6*	*6.3*	*-0.9*	*1.6*	*4.0*
By UNWTO regions:																						
Europe	*386.6*	*453.2*	*489.0*	*519.9*	*540.1*	*565.7*	*575.2*	*602.6*	*615.2*	*49.8*	*4.8*	*2.1*	*6.4*	*4.2*	*7.2*	*4.1*	*1.9*	*11.6*	*6.9*	*-0.7*	*0.7*	*4.4*
Northern Europe	44.8	59.9	62.8	64.5	65.6	67.2	70.8	75.4	80.2	6.5	6.5	6.4	9.2	6.2	10.7	1.2	6.6	16.8	11.0	3.6	6.3	8.1
Western Europe	139.7	141.7	154.4	160.4	166.2	170.8	174.4	180.3	180.3	14.6	3.4	0.0	3.6	2.1	8.1	3.5	-3.6	7.9	5.6	-3.7	-2.2	4.6
Central/Eastern Eur.	69.6	95.3	98.5	108.1	117.9	126.7	115.2	121.5	126.2	10.2	5.5	3.9	4.4	4.9	5.5	5.0	4.3	3.3	6.7	2.6	3.1	2.3
Southern/Medit. Eur.	132.6	156.4	173.3	186.9	190.4	201.0	214.8	225.5	228.5	18.5	4.9	1.3	9.2	5.1	6.2	5.4	4.0	17.8	6.7	-1.4	0.1	4.3
- of which EU-28	330.5	367.9	384.3	404.8	417.0	433.4	453.6	477.9	500.0	40.5	5.4	4.6	6.6	4.4	8.0	4.4	1.6	11.6	8.8	2.2	3.5	7.0
Asia and the Pacific	*110.4*	*154.1*	*208.1*	*221.6*	*237.8*	*254.1*	*269.5*	*284.1*	*308.7*	*25.0*	*5.4*	*8.7*	*6.3*	*5.8*	*9.4*	*3.4*	*4.6*	*7.7*	*9.6*	*8.4*	*10.2*	*6.6*
North-East Asia	58.3	85.9	111.5	115.8	122.8	127.0	136.3	142.1	154.3	12.5	4.3	8.6	4.8	5.1	9.3	2.7	3.4	3.9	8.9	8.6	10.3	6.8
South-East Asia	36.3	49.0	70.5	77.7	84.7	94.3	97.0	104.2	113.2	9.2	7.4	8.6	6.4	5.5	7.5	3.2	5.6	9.2	10.6	8.7	9.9	5.3
Oceania	9.6	10.9	11.4	11.5	11.9	12.5	13.3	14.3	15.6	1.3	7.6	9.6	7.3	4.7	13.5	-0.9	2.6	16.4	10.1	9.5	10.8	8.1
South Asia	6.1	8.3	14.7	16.6	18.3	20.3	22.9	23.5	25.6	2.1	2.5	8.9	13.9	11.5	16.2	10.5	7.9	22.8	9.2	5.3	10.5	10.1
Americas	*128.2*	*133.3*	*150.1*	*155.7*	*162.6*	*167.6*	*181.9*	*192.7*	*199.9*	*16.2*	*5.9*	*3.8*	*4.1*	*2.6*	*3.6*	*2.7*	*1.5*	*9.1*	*6.9*	*0.4*	*4.5*	*3.5*
North America	91.5	89.9	99.5	102.2	106.4	110.2	120.9	127.5	131.2	10.6	5.5	2.8	3.4	2.1	1.7	1.9	2.7	7.0	4.9	-0.2	3.0	4.2
Caribbean	17.1	18.8	19.5	20.0	20.6	21.1	22.3	24.1	25.2	2.0	8.1	4.7	2.3	1.0	1.4	1.0	0.6	6.4	7.2	3.1	5.0	2.4
Central America	4.3	6.3	7.8	8.3	8.9	9.1	9.6	10.2	10.7	0.9	6.8	4.9	6.8	2.2	2.7	4.1	0.1	23.6	9.5	2.9	6.1	0.9
South America	15.3	18.3	23.2	25.2	26.8	27.2	29.1	30.8	32.8	2.7	5.9	6.6	6.8	4.9	9.4	5.4	-1.7	15.9	11.6	-0.4	11.3	2.3
Africa	*26.2*	*34.8*	*50.4*	*50.1*	*52.3*	*54.7*	*55.0*	*53.4*	*57.8*	*4.7*	*-2.9*	*8.3*	*7.6*	*3.8*	*6.3*	*4.1*	*1.2*	*18.9*	*8.0*	*1.3*	*12.5*	*13.2*
North Africa	10.2	13.9	19.7	18.0	19.6	20.7	20.4	18.0	18.6	1.5	-12.0	3.5	17.8	15.8	11.2	17.7	18.1	22.9	-6.0	-9.7	12.1	13.2
Subsaharan Africa	16.0	20.9	30.7	32.1	32.8	34.0	34.6	35.4	39.2	3.2	2.4	10.7	3.6	-0.4	4.7	-0.8	-5.3	17.0	14.0	7.6	12.8	13.2
Middle East	*22.4*	*33.7*	*55.4*	*50.3*	*51.8*	*51.0*	*55.4*	*55.9*	*53.6*	*4.3*	*0.8*	*-4.0*	*10.4*	*9.2*	*9.1*	*10.1*	*8.5*	*14.5*	*-1.0*	*-9.7*	*-8.3*	*3.9*

Source: World Tourism Organization (UNWTO) © (Data as collected by UNWTO June 2017)

[1] Classification based on the International Monetary Fund (IMF), see the Statistical Annex of the IMF World Economic Outlook of April 2016, page 146, at www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=29.

See box at page 'Annex-1' for explanation of abbreviations and signs used

Un ejemplo a la mano es la 'Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y Ecoturismo'.

Justo aquí, en sede de competitividad es en donde la propiedad intelectual se convierte en un aliado estratégico de la economía del turismo. Los instrumentos de este régimen son de aplicación inmediata en este sector económico. Al punto: hay una práctica reciente destinada a otorgar marcas a lugares, es decir, a las 'marcas de destino'. Muchas regiones, países y ciudades dan cuenta del valor que tiene diferenciarse del resto, así por ejemplo, la estación de esquí Saint Moritz fue la primera en registrar la marca 'Saint Moritz' y el lema que le acompaña, 'Top of the World' en Suiza, su país de origen, y también en la Unión Europea.

Por nuestro lado, la marca 'Ecuador ama la vida' es la que pone en cabeza del turista local e internacional las coordenadas más exactas de la mitad del mundo. Con esta 'marca paraguas' se ha promovido no solo el turismo sino también la exportación de productos. Por tanto, este signo, aglutina bajo una única enseña al sector turístico del país y autoriza a terceros a beneficiarse de su posicionamiento. Otro tipo enseñas pueden agruparse bajo esta marca general y contribuir de manera independiente y colectiva a fortalecerla. Un ejemplo es la 'marca colectiva'. Se trata de un signo que distingue el origen geográfico, el modo de fabricación, el material u otras cualidades comunes de los bienes y servicios de las empresas que la usan. La reconocida marca 'Helados de Salcedo' es afín a este concepto. Igual de sobresalientes son las denominaciones de origen 'Sombrero de Montecristi' y 'Cacao arriba', las que han llenado las páginas de la prensa internacional y especializada. Se dice en The Economist, por citar algo, que 'la zona cacaotera del Ecuador es a los entendidos en cacao como Bordeaux es a los amantes del vino'. Una 'denominación de origen' es una forma de protección industrial aplicada a cierto tipo de productos agrícolas o alimenticos, cuyas principales cualidades prosperan exclusivamente en el entorno geográfico en donde se produce y transforma.

Planteado de esta forma, el prestigio de la 'marca paraguas' depende también del prestigio de quienes la usen, es decir, de los empresarios del turismo en nuestro caso. Para ello es importante saber crear, y la protección de este 'saber' es esencial para evitar que terceros usen símbolos confundibles con aquellos que distinguen una actividad comercial exitosa, e incluso para ampliarla por medio de una franquicia. En este sentido, a más de las marcas son útiles y ciertamente no tan difundidos, los 'diseños industriales'. El diseño industrial constituye el aspecto estético u ornamental de un artículo. Puede consistir en rasgos tridimensionales o bidimensionales con líneas y colores. Su uso inmediato puede darse en la industrial textil, como sucede en el caso de los nuevos diseños de ponchos que se están confeccionando en Otavalo, una ciudad cuya insignia turística, se asienta, entre otros valores, en su vestimenta.

La historia de la humanidad es la historia de la tecnología y el siglo XXI es el siglo de la alta tecnología. Así, la publicidad y junto a ella las guías turísticas y la construcción de páginas web son instrumentos coadyuvantes para el éxito empresarial. El esfuerzo económico e intelectual que esto exige se protege a través del 'Derecho de Autor', expresión que se usa para vincular los derechos de los creadores a sus obras artísticas o literarias; obras que van desde libros y música, hasta anuncios publicitarios, dibujos, fotografías y programas informáticos. Esto y más es lo que justifica el título de este artículo.

EL CASO CONSOLIDADORAS:

No dejemos los Principios para el final

Por: Ab. Carolina Molina Ramírez
LEXVALOR Abogados

Acorde a la Constitución de la República, Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, y en base a ello las instituciones gubernamentales deben alinearse de forma tal que se procure siempre salvaguardar las garantías de la Carta Magna. Este concepto dentro del ámbito de las administraciones tributarias no debe, ni puede ser olvidado, puesto que si bien es cierto el bien común es el norte de las instituciones estatales, esto debe incluir no vulnerar los derechos individuales.

El Código de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI, en el ámbito aduanero, elevó a la categoría de Principios Fundamentales a los de: Facilitación de comercio exterior, Buena fe, y Aplicación de buenas prácticas internacionales, esto no solo abarcaba la implementación de herramientas informáticas y sistemas, lo que el SENAE ha efectuado positivamente, sino también en crear normas apegadas a la realidad operativa y práctica para todos los operadores del Comercio Exterior, sin embargo para el sector que comprende a los Consolidadores y Desconsolidadores de carga[1], esto no fue así, supeditando su operación a disposiciones legales ajenas a su realidad operativa y que distan de la aplicación de los mencionados principios.

El 2016, además de ser un año complicado para importadores y comerciantes, debido a las repercusiones de salvaguardias, restricciones, alzas tributarias, etc., la Administración Aduanera se propuso verificar el cumplimiento de los "Requisitos para obtener la autorización como Consolidador o Desconsolidador" – Res. Nro. SENAE-DGN-2013-0488-RE del 2 de diciembre de 2013, publicada en el Suplemento del Registro Oficial 195 del 5 de marzo del 2014 –, misma que incluso desde antes de su entrada en vigencia sufrió reformas.

La referida Resolución señalaba que, además de la calificación de la empresa consolidadora y el cumplimiento con requisitos técnicos y legales propios de la constitución de esta clase de operadores logísticos, éstas debían someter a los agentes del exterior, de los cuales recibían carga para desconsolidar y previo al inicio de operaciones de agenciamiento, a un proceso de calificación jurídica ante el Servicio Nacional de Aduana, dicho proceso conllevaba la presentación de extensa documentación extranjera que debía cumplir una serie de parámetros muchas veces inexistentes en el exterior, sobre la que la mismas Aduana no tenía definiciones claras, y que implicaba para las empresas elevados costos en el intento de cumplir con el registro dispuesto (traducciones, envíos, legalizaciones de documentos).

Esta compleja operación de registro ocasionó que la Administración Adua-

nera omitiera por años, el control en el cumplimiento de esta obligación y asimismo, no diera prioridad a la revisión y aprobación de la documentación de quienes sí daban cumplimiento a lo dispuesto.

A mediados del año 2016 funcionarios de los distintos Distritos Aduaneros iniciaron acciones de revisión sobre procesos de desconsolidación ejecutados desde el 2013, a todas las empresas del sector Consolidador de Carga, generando como resultado incontables sanciones por supuesto incumplimiento de la obligación de registro, llegando en algunos casos, en atención a lo establecido en el artículo 4 de la resolución ibídem, a suspender el código de operación del Consolidador, sin que medie siquiera acto de notificación alguna, atentando contra todo derecho a impugnar vía administrativa y en desmedro evidente de los derechos de los Administrados.

En septiembre del año 2016, las sanciones por no registrar agentes en el exterior impuestas a este sector, ascendían a más de tres millones de dólares, lo cual ocasionó que los Consolidadores se vean obligados a volcarse a presentar impugnaciones de carácter administrativo y judicial, a fin de dejar en evidencia las falencias de las sanciones emitidas. Cerca de 100 juicios y al menos el doble de impugnaciones administrativas, es lo que este tema ha generado.

Frente a los múltiples reclamos expresados, en los que se cuestionaba la falta de ejecución de controles oportunos, la permisibilidad para continuar ejecutando embarques con agentes no registrados, y principalmente la falta de idoneidad del requisito estipulado, el que no representaba más que tramitología y sobrecostos para los actores de ese sector, mediante Resolución SENAE-DGN-2016-0762-RE del 21 de septiembre de 2016 el Director General del SENAE aceptó los clamores expresados y dispuso la eliminación de los requisitos cuestionados y por los que se había sancionado a dichas empresas. Sin embargo lejos de disponer la ejecución de esta medida de forma inmediata, se determinó que esta entraría en vigencia 60 días después de su publicación en el registro oficial, por lo que esta disposición no entró en vigencia sino recién el 11 de enero de 2017, fecha desde la cual la Administración Aduanera ha procedido a anular las sanciones impuestas.

Los Jueces de los Tribunales Contencioso Tributario por su parte han reconocido abiertamente que ante la inexistencia de la obligación que originó las sanciones, éstas dejan de tener validez jurídica al operar el principio de favorabilidad, siendo inoficiosa la discusión de estos hechos.

Ante lo ocurrido cabe preguntarnos ¿Cuál era el fin de la Administración Aduanera al imponer las sanciones? ¿No era lo correcto y encaminado a la eficiencia administrativa proceder a la revocatoria de sus propios actos o la revisión de los mismos? ¿Era necesario el desgaste de recursos estatales y recurrir al auxilio de la Función Judicial para dar una solución a este tema?

En estos casos, y otros que aún se encuentran en discusión, es en los que las autoridades del Sector Público, tomando como cimiento aquellos principios establecidos en la Constitución y en este tema en particular en el Código de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI, deben propender a implementar normativas y soluciones acordes a la realidad, dejando de lado el recelo a ejecutar las medidas necesarias para brindar un mejor servicio a los Operadores del Comercio Exterior y a los ciudadanos en general.

Ante lo ocurrido cabe preguntarnos ¿Cuál era el fin de la Administración Aduanera al imponer las sanciones? ¿No era lo correcto y encaminado a la eficiencia administrativa proceder a la revocatoria de sus propios actos o la revisión de los mismos? ¿Era necesario el desgaste de recursos estatales y recurrir al auxilio de la Función Judicial para dar una solución a este tema?

[1]El sector Consolidador de carga está compuesto a la fecha por 144 empresas legalmente autorizadas para operar, su función según se desprende de la definición constante en el artículo 2 literal u) del Reglamento al Título V de Facilitación Aduanera del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, consiste en agrupar y transportar carga consignada a uno o varios destinatarios: *"Art. 2 u) Consolidador de carga.- Operador distinto del porteador, que transporta carga en forma agrupada, bajo su nombre y responsabilidad, destinada a uno o más consignatarios finales, debidamente autorizado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador."*

Nuevas condiciones de crédito para los clientes que desean obtener un auto generan incertidumbre

Nos encontramos en un mercado en recuperación luego de la liberación de los cupos a principios del 2017. Así mismo el convenio con la Unión Europea promete que se oferten productos más baratos provenientes de esa región.

Por: Wilson Galarza Solís, MBA.
Presidente Ejecutivo Autolasa
Director de la Cámara de Comercio de Guayaquil

La ilusión de tener un auto para el ciudadano común cada vez es más lejana con la nueva resolución de la junta bancaria al pedir como garantía de los créditos automotrices el 150% en garantía al consumidor final.

Al final del día esto implica que la entrada de un auto pasa del 25% al 35% ósea 10% más que antes de dicha resolución.

Los vehículos de hasta 20 mil dólares son los más vendidos y más apetecidos para un matrimonio joven o para familias de ingresos medianos.

Anteriormente en un vehículo de 20 mil dólares la entrada era el 25% esto es 5.000 dólares pero con la nueva resolución esa entrada ahora es 35% lo que implica que las familias deben de dar 7.000 dólares como mínimo para poder adquirir un auto.

En ese segmento se encuentra más del 60% del mercado lo que implica de que cada 10 autos que se venden en el país 6 son de hasta 20 mil dólares.

Para un matrimonio que ha venido ahorrando para poder tener su auto propio esa ilusión va a tener que esperar hasta que puedan reunir los 2.000 dólares más que ahora se exigen en el ejemplo para poder adquirí un automotor.

Nos encontramos en un mercado en recuperación luego de la liberación de los cupos a principios del 2017. Así mismo el convenio con la Unión Europea promete que se oferten productos más baratos provenientes de esa región.

No obstante de esas buenas noticias la resolución de la junta bancaria genera una gran incertidumbre ya que el 80% de las ventas de automotores son con Crédito Bancario y apenas el 20% son al Contado.

Tanto concesionarios como clientes seguimos a la exceptiva de que se revea esa resolución y que no sea un obstáculo más para que el sector automotriz se pueda desarrollar con la holgura que necesita para ser sostenible.

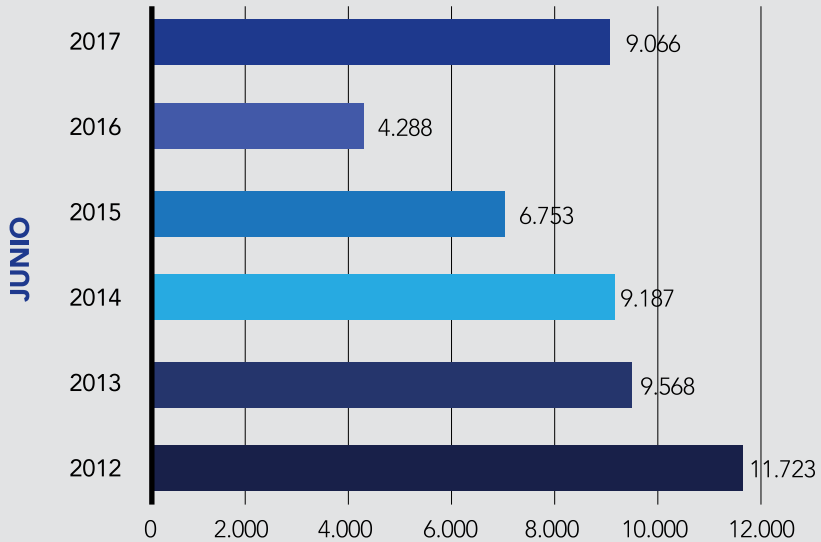
Los bancos y financieras siguen ajustando sus contratos y sistemas a la nueva resolución. Mientras tanto los clientes siguen a la espera de la contestación a sus solicitudes de crédito y los concesionarios atentos a poder facturar las unidades que reposan en inventario.

El sector automotriz ha sido uno de los más afectados en la última década a continuación un resumen de las diversas resoluciones y normas que han frenado al sector.

- Normas INEN 034 Noviembre 30 del 2010: Incremento en precio e impacto en la utilidad bruta.
- La implementación de la normativa para la nueva fórmula de cálculo para el anticipo de Impuesto a la Renta en el año 2010.
- La implementación de la normativa que introduce el impuesto medioambiental para los vehículos a partir del año 2012.
- Resolución 66 del Comité de Comercio Exterior (Comex), emitida el 15 de junio 2012, estableció la restricción cuantitativa anual de importación para vehículos, clasificados en 16 subpartidas. La prohibición se fijó por unidades de vehículos y por valor y estaría en vigente hasta diciembre de 2014, pero luego sufrió una extensión hasta diciembre del 2015.
- La imposición de cupos de importación por parte del Gobierno ecuatoriano direccionado al sector automotriz. Resolución Comex 066 de 11 junio del 2012 y resolución Comes 077 de 30 julio del 2012.
- Resolución 65 del Comex la cual estableció una reducción cuantitativa de CKD en 19 subpartidas, fijada por unidades de CKD de vehículos y por valor.
- El impuesto verde que grava a los vehículos con mayor cilindraje desde el año 2012.
- Desplome del precio del barril de petróleo (2015 – 2016).

A continuación un cuadro sobre la evolución de las unidades vendidas luego del 2010 hasta lo que va del 2017.

Ventas históricas de vehículos
En unidades, 2012 - 2017 (junio)



Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador - AEADE

Resumen de la Industria Automotriz
En unidades, 2000 - 2016

Año	Producción nacional	Exportación	Oferta producción nacional	Importación	Ventas de producción nacional	Ventas de vehículos importados	Ventas totales
2000	13.076	5.012	8.064	8.019	10.441	8.542	**18.983**
2001	28.335	7.493	20.842	42.394	20.316	36.634	**56.950**
2002	27.931	5.077	22.854	49.093	21.047	48.325	**69.372**
2003	31.201	8.574	22.627	30.956	22.768	35.327	**58.095**
2004	31.085	9.308	21.777	38.248	22.230	36.921	**59.151**
2005	43.393	13.481	29.912	55.310	29.528	50.882	**80.410**
2006	51.763	20.283	31.480	57.456	31.496	58.062	**89.558**
2007	59.290	25.916	33.374	54.104	32.591	59.187	**91.778**
2008	71.210	22.774	48.436	70.322	46.782	65.902	**112.684**
2009	55.561	13.844	47.717	40.649	43.077	49.687	**92.764**
2010	76.252	19.736	56.516	79.685	55.683	76.489	**132.172**
2011	75.743	20.450	55.293	75.101	62.053	77.840	**139.893**
2012	81.398	24.815	56.583	66.652	56.395	65.051	**121.446**
2013	66.844	7.211	59.633	62.595	55.509	58.303	**113.812**
2014	63.872	8.368	55.504	57.093	61.855	58.205	**120.060**
2015	50.732	3.274	47.458	33.640	43.962	37.347	**81.309**
2016	26.786	716	26.070	31.761	31.775	31.780	**63.555**

Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador - AEADE

Finalmente todas estas normativas y resoluciones continúan generando incertidumbre a la hora de adquirir un automotor en nuestro país.

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

ALIMENTOS Y BEBIDAS

PERFUMERIA Y LIMPIEZA

TEXTILES Y CALZADO

DECORACIÓN

PLÁSTICOS Y VIDRIOS

MULTISECTORIAL

Agenda tus citas de negocios con importantes compradores nacionales que buscan los ***mejores proveedores***, no te pierdas la oportunidad de ampliar tus contactos e incrementar tus ventas.

FECHA:
13 de septiembre del 2017

HORA:
09H00 - 18H00

LUGAR:
Salón la Producción - Edif. Las Cámaras Guayaquil

III ENCUENTRO DE NEGOCIOS

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

Inscríbete vía WhatsApp
CHAT DEL COMERCIO
0995168398

MAYOR INFORMACIÓN: info@lacamara.org 2596100 ext.: 358 - 225

EL COSTO DE LA ROTACIÓN DE PERSONAL

Los mecanismos para retener a los mejores colaboradores se vuelven cada vez más creativos y los líderes de Recursos Humanos invierten tiempo y recursos para reducir su rotación de personal en puestos clave.

Por: Roberto Estrada
Socio de Andean Ecuador miembro de la red mundial Deloitte Consulting

Uno de los temas más complicados de cuantificar para las áreas de Recursos Humanos en las empresas es sin duda el costo que implica reemplazar a un colaborador que ha sido desvinculado o que renunció voluntariamente. Los argumentos que se han utilizado, han tenido relación con criterios de índole subjetiva más que objetiva. Esta quizás es la crítica que más se escucha hacia muchos departamentos de Recursos Humanos en las empresas: la incapacidad para demostrar el impacto que tiene la rotación de personal en términos económicos.

Si bien es cierto algunas empresas han buscado desarrollar algún tipo de modelo que cuantifique lo que representa la deserción de un colaborador, los mismos no terminan de ser sólidos para los CFO´s y especialmente CEO's de las empresas.

Situación actual

El mercado laboral ecuatoriano presenta un momento de contracción y escasez de demanda de empleo. Las empresas están ajustando sus estructuras buscando ser más eficientes con menos personal. Sin embargo la competencia por el talento no se detiene incluso en circunstancias como las actuales, ya que todas las compañías siempre buscan tener a los mejores y hacen muchos esfuerzos por no perderlos.

Los mecanismos para retener a los mejores colaboradores se vuelven cada vez más creativos y los líderes de Recursos Humanos invierten tiempo y recursos para reducir su rotación de personal en puestos clave. Sólo las áreas de reclutamiento en las organizaciones, conocen lo complejo que puede ser encontrar un reemplazo de un colaborador considerado de alto potencial.

El empowerment de las personas

La facilidad que tienen en la actualidad los trabajadores para identificar oportunidades de empleo es muy distinta al pasado. Portales como glassdoor.com ofrecen información ilimitada de las empresas y sus requerimientos actuales. Redes sociales como LinkedIn son una vitrina enorme que puede en cualquier momento abrir una puerta hacia una nueva oportunidad laboral. Las empresas no pueden detener esto. Pero si estar constantemente monitoreando el nivel de satisfacción de sus colaboradores y la evolución que van teniendo en su carrera, para identificar posibles situaciones de riesgo.

Método de cálculo

En primer lugar hay que establecer categorizaciones del tipo de costos involucrados en la rotación de personal. Tenemos costo directo del reclutamiento, costos por caída en la productividad y reducción temporal del costo de mano de obra.

Costo directo del reclutamiento

Existen dos rubros que impactan directamente en los costos directos al momento de reemplazar a un colaborador: la selección y el entrenamiento (inducción). Aquí se debe considerar que no será el mismo costo involucrado, si estamos hablando de reemplazar a un nivel ejecutivo, que a un "entry level" en la empresa. La complejidad y tiempo invertido es directamente proporcional mientras más alto es el nivel jerárquico.

Los valores estándares de mercado si se hace una selección a nivel gerencial con un headhunter, pueden llegar a ser de hasta 2 remuneraciones del ejecutivo. A eso se debe agregar el tiempo requerido para su inducción, capacitación en los temas propios de su área, conocimiento de clientes, proveedores, colaboradores, etc. Normalmente se estima entre 6 meses y 1 año que se alcanza a cubrir satisfactoriamente todos esos frentes.

En nuestro caso de estudio consideraremos un ejecutivo a reemplazar, cuya remuneración es de $5,000 mensuales más beneficios de ley. Si la búsqueda se va a realizar externamente el costo sería de $10,000. Si la selección se realiza internamente, habría que establecer un cálculo que considere el salario del equipo dedicado al reclutamiento, las horas que han destinado a la búsqueda, inversión en anuncios en redes sociales o cualquier otra vía.

El valor invertido en su entrenamiento debería estar fijado proporcionalmente a la remuneración de la persona a contratar. El cálculo quedaría así:

Costo Directo para reemplazar a un colaborador	
Costo de Selección	$10,000
Costo Inducción y capacitación	$ 5,000
Total Costo Directo	$15,000

Reducción temporal del costo de mano de obra

La salida de un colaborador también trae una disminución del costo laboral, considerando el ingreso que la persona percibía en la empresa y el número de días que el cargo estará vacante. Según estudios realizados por Deloitte, el tiempo promedio de reponer un cargo gerencial, es de aproximadamente 45 días. Este es un valor referencial que puede variar según la especialización del cargo.

Siguiendo con nuestro ejemplo, alguien que gana $5,000 mensuales, representará un costo anual de $80,156 para la empresa (considerando todos los beneficios de ley más el aporte patronal).

Entonces el resultado nos daría en una reducción temporal del costo de $9,882. A continuación el detalle:

Reducción temporal del costo de mano de obra	
Costo Anual (incluyendo sueldo, beneficios de ley, aporte patronal)	$ 80,156
Tiempo promedio para seleccionar	45 días (12.3% del año)
Reducción temporal del costo de mano de obra	$ 9,882

Costos por caída en la productividad

Este es uno de los rubros que normalmente se omiten y

puede ser muy representativo. Es natural que si se ha desvinculado un colaborador con cierto nivel de experiencia y conocimiento, quien lo reemplace no podrá desde el día 1 llegar al mismo nivel de productividad de su antecesor. Las curvas de aprendizaje pueden ser distintas dependiendo del perfil de la persona y su madurez profesional. Sin embargo para efectos del análisis, podemos considerar las siguientes variables: tiempo promedio de reemplazo y tiempo estimado en alcanzar el nivel de productividad esperado.

Habíamos indicado que 45 días es la media de reposición de un nivel gerencial y según estudios realizados el tiempo razonable para llegar a un buen nivel de productividad son 60 días.

Las mejores prácticas indican que el ingreso que un colaborador genera para la empresa debería estar en alrededor de 3 veces su compensación anual. Esto nos daría como resultado final el valor de $69,014 por caída de productividad, el cual se explica en el siguiente cuadro:

Costos por caída en la productividad	
Tiempo promedio para seleccionar	45 días
Tiempo promedio para alcanzar nivel de productividad	60 días
Total de días no productivos	105 días (28.7% del año)
Ingreso anual promedio por colaborador	$ 240,468
Costo por caída en la productividad	$ 69,014

Realizando entonces el cálculo final, sumando los costos directos y de caída de la productividad y luego restando la reducción temporal del costo de mano de obra, el resultado final es como se muestra a continuación:

Costo Total Rotación por pérdida de un colaborador	
Costo Directo	$15,000
Reducción temporal Costo de mano de obra	- $ 9,882
Costo caída en la productividad	+ $ 69,014
Costo Total	$ 74,132

Conclusiones

Supongamos que una empresa pierde al año 5 gerentes, eso le significaría un costo incurrido total de $370,660. Este mismo análisis se debería hacer a lo largo de toda la organización en sus distintos niveles jerárquicos, para determinar cuál es la rotación de personal (voluntaria) que se está dando y el impacto económico que representa para la empresa, siguiendo este modelo y algunos de los supuestos.

Como podemos apreciar son valores significativos, que pueden tener un impacto considerable en la rentabilidad del negocio en los momentos actuales. Las políticas de retención del talento se vuelven estratégicas para gestionar esos costos y asegurar que la empresa no sufra los efectos de la rotación de su personal clave.

WM Courier S.A. garantiza atención personalizada

Es una empresa conformada por un equipo profesional de primer nivel, que brinda un servicio de correspondencia y logística para empresas.

Este servicio va dirigido a quienes buscan calidad y competitividad, lo cual caracteriza a WM Courier S.A en velocidad, seguridad y eficacia con la que su equipo operativo trabaja.

También ofrece asistencia de logística a las empresas, sectorizando la base de datos de sus clientes para potenciar el grupo de ventas y oportunidad en el mercado.

WM Courier, maneja dentro de su cartera de clientes, empresas de alto prestigio, los cuales llevan depositando confianza en ellos durante varios años.

Wadia Manssur de Galarza, gerente general, asegura que siempre entregan la correspondencia a tiempo y comenta que su lema es "lo que sale hoy, se entrega hoy".

Con el apoyo de su familia, Mauricio Galarza su esposo y Yael su hija, Wadia le da vida a su empresa que nace hace 14 años, pues descubrió una oportunidad de negocio al observar las necesidades de seguridad y rapidez a la hora de enviar correspondencia. Con estos principios, sumados a la atención personalizada, WM Courier ha logrado crecer hasta convertirse en la favorita de sus clientes.

WM Courier
Servicio que acorta distancia

Manuel Luzurraga (Orellana) #213 y Panamá
Telf.: 2305732 – 2302650
E-mail: wmanssur@gye.satnet.net
Guayaquil - Ecuador

EL LIDERAZGO FEMENINO LLEGÓ PARA QUEDARSE

Por: Ana María Nuñez Torres. PhD (c)
Directora de Calidad y Acreditaciones
Experta en Gobierno Corporativo
ESAI Business School-Universidad Espíritu Santo

Si hay alguien a quien admiro, en la manera que crea y difunde los conceptos sobre el liderazgo, mucho más el femenino, es Nuria Chinchilla, la española experta en manejo de empresas, quien en su cotidianeidad asesora a gobiernos regionales y estatales de todo el mundo y es autora de innumerables artículos, guías y libros que se han convertido en los textos de cabecera de quienes estamos interesados en los temas de management de este nuevo siglo.

Para Chinchilla (y es algo que comparto) la mujer ya está presente en puestos de liderazgo, eso es innegable. Sin embargo, en Latinoamérica esto sigue considerándose una excepción a esa regla de que los gerentes o presidentes de las empresas sean hombres. De hecho, sólo el 18% de los puestos de alta dirección en América Latina está en manos de mujeres, de acuerdo con la última investigación del International Business Review (IBR), encuesta de Grant Thornton aplicada a 5.520 empresas en 36 economías del mundo en 2016.

Chinchilla compartió recientemente no solo su experiencia como líder, sino como participante del *"Gender and Work Symposium, Research to change the world: translating ideas, transforming practice"* que tuvo lugar en la Harvard Business School, donde se debatieron y compartieron ideas para avanzar el liderazgo de la mujer en la empresa.

Lo interesante de este simposio no solo fueron los participantes y las ponencias, sino que se pusieron sobre la mesa varias iniciativas para impulsar el liderazgo de la mujer en la empresa. Una de ellas, además de cambiar las estructuras empresariales y sociales para que se pueda conciliar la vida laboral y familiar, es la investigación y la enseñanza en las aulas para sensibilizar y formar en la diversidad a los directivos y líderes del mañana.

Y esta estela de optimismo se debe a los casos de éxito que existen en el mundo sobre el liderazgo femenino en los directorios de las empresas. Y a los pasos firmes que países como Alemania han dado al respecto, con acciones como que el pleno del Parlamento alemán aprobó con amplia mayoría (cosa digna de resaltar) el proyecto de ley que introducirá una cuota mínima del 30 % de mujeres en los consejos de vigilancia de las grandes empresas.

Y eso no debería solo verse como una cuota obligada por el avance de los tiempos, sino por las evidencias de lo que el liderazgo femenino en las empresas ha logrado en los últimos años.

Hay ejemplos inspiradores, como el de Marissa Mayer, de Yahoo!, Patricia Kampling, quien dirige Alliant Energy, una empresa que se ha vuelto tan grande que es parte del S&P 50. O Vicki Hollub la CEO de Occidental Petroleum. O Patricia Poppe, la presidenta ejecutiva de CMS Energy, quien tiene una simpática y esclarecedora anécdota respecto a por qué se inclinó hacia el campo de la generación de energía. Pues, en varias entrevistas ha contado que quedó fascinada por la energía cuando siendo una niña vivió un apagón masivo en la ciudad de Nueva York.

Pero hay quienes ya han dado prueba de su liderazgo y eficacia en sus labores. Una de ellas es Meg Whitman, CEO de Hewlett-Packard. Ella ha sido, además, CEO de eBay en 1998 y ayudó a crecer al negocio enormemente exitoso que es hoy. A Hewlet-Packard llegó para impulsar el proceso de reinventar la marca, y desde su llegada las ganancias aumentaron 70% este año.

¿Pero, por qué el nombre de Marissa Mayer es el que más suena cuando hablamos de mujeres líderes en empresas? Porque ella, que es parte de la lista de las 20 mujeres CEO de la revista Fortune, causó revuelo entre las madres trabajadoras cuando anunció su decisión de terminar con el teletrabajo en Yahoo. Antes de unirse a Yahoo!, trabajó en el desarrollo de productos de Google durante 13 años. Ella tuvo aliados y detractores, pero consiguió mejoras significativas en la situación de Yahoo! en este competitivo mundo de la comunicación online.

> "El liderazgo femenino en el mundo empresarial existe y ha dado buenos resultados. Lo siguiente es el empoderamiento verdadero de lo femenino basado en las competencias..."

El liderazgo femenino en el mundo empresarial existe y ha dado buenos resultados. Lo siguiente es el empoderamiento verdadero de lo femenino basado en las competencias que las mujeres tenemos desde tiempos inmemorables. Cuando éramos las líderes emocionales y de logística de los grupos nómadas que cruzaban los vastos territorios del planeta, en épocas en los que el fuego fue descubierto por el ser humano.

CONSUMER INSIGHT 2Q17:
Estilos de Vida

Según el Consumer Insight 1S17 realizado por la empresa de investigación y consultoría Kantar Worldpanel, el hogar ecuatoriano promedio gasta 4% más en el primer semestre del 2017 vs el mismo periodo del año anterior.

Por: Kantar Worldpanel

Hoy por hoy, el Ecuador enfrenta un periodo de desaceleración económica, afectado por la caída del precio del crudo, baja competitividad en precios versus países vecinos, entre otros factores. La deuda recobra relevancia aumentando $3.537 Millones provocando que el gobierno actual ejecute un plan de austeridad (El Universo, 2017).

Según el Consumer Insight 1S17 realizado por la empresa de investigación y consultoría Kantar Worldpanel, el hogar ecuatoriano promedio gasta 4% más en el primer semestre del 2017 vs el mismo periodo del año anterior. Esto se debe a que existe una reestructuración a la hora de gastar, llevando el consumo de salidas, al hogar.

¿Cómo ha cambiado el hogar ecuatoriano en los últimos dos años? Antes del 2016, el hogar acudía más veces al comprar, siendo la tienda el canal más representativo. Hoy por hoy, la planificación y la diversificación de canales, logran que las unidades compradas crezcan de forma más acelerada que el ticket; generando a su vez, el ahorro deseado.

En Ecuador aún se observan los efectos de una recesión económica, en donde aumenta fuertemente el nivel de promoción para alinearse a la búsqueda de ahorro de los hogares

¿Cómo ha beneficiado esto en el consumo masivo dentro del hogar? La canasta de alimentos, cuidado personal, y aseo personal, sufren una desvalorización manteniendo un gran crecimiento en unidades, sin afectar de igual proporción al ticket.

Dentro de bebidas, las gaseosas

juegan una parte fundamental en el comportamiento, representando el 29% de la canasta. El desembolso se agudiza un 10% apalancado por los impuestos, sin embargo el consumidor disminuye su consumo.

Dentro de lácteos, el 78% de las categorías logran recuperarse alineando su oferta de empaques junto al precio, siendo leches líquidas, formulas infantiles y Yogurt las que más crecen.

Los canales logran un roll importante para el hogar. En los últimos dos años, la tienda pierde 7 puntos de participación afectado principalmente por los canales de ahorro y *retails* económicos.

Esto resalta la alta convivencia de los canales, donde la promoción, descuentos y mejor precio, son los principales atributos a la hora de decidir.

Dentro de la desaceleración económica y con un shopper que busca compras más inteligente atada al ahorro; ¿Cuáles son las mayores preocupaciones para el hogar? El 61% destaca que la crisis es la mayor preocupación por encima se la inseguridad o el alza de precios. Al final del día, para lograr sobresalir en una crisis económica y un consumidor más dinámico, en necesario que las empresas de consumo masivo adaptarse a las siguientes medidas:

1 Optimizar el portafolio en cada canal frente a un shopper que visita constantemente 4 canales diferentes

2 Innovación y *added value* es la base del crecimiento en un mercado saturado de promociones y guerra de precios.

3 Mantener información constante del consumidor no solo de cuál es el principal formato o segmento, si no el comportamiento detrás de la compra.

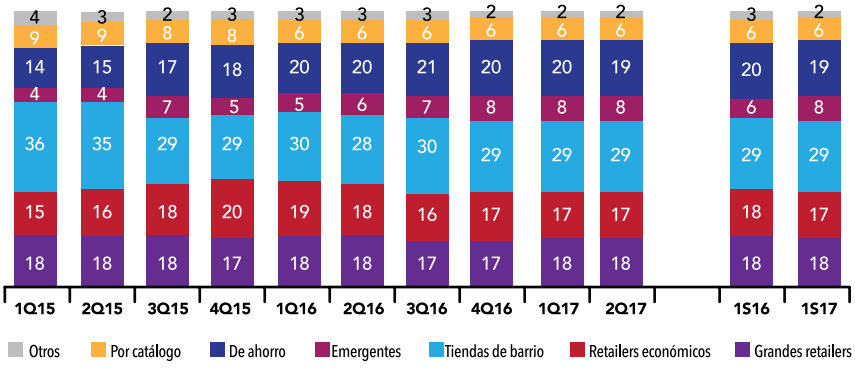
Pese a que los hogares continúan llevando más unidades, son la frecuencia y el ticket los drivers de cada una de las canastas

Comportamiento de la canasta Kantar Worldpanel 67 categorías de consumo masivo

	Total FMCG	Alimentos	Lácteos	Bebidas	Cuidado personal	Aseo personal	Limpieza del hogar
Aporte valor %	6%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Share Val%		22	23	16	8	18	11
Variaciones %							
Ticket	+6%	+0.1%	+9%	+10%	-8%	-2%	+11%
Frecuencia	+3%	-3%	+4%	+0.1%	-8%	+0.1%	+4%
Unidades por acto	+3%	+5%	+7%	-5%	+7%	+4%	+4%

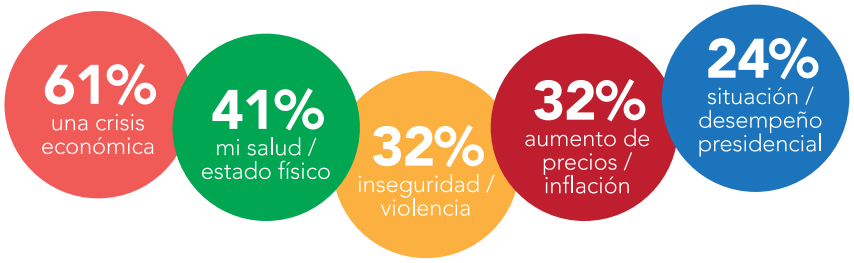
La informalidad y conveniencia son los factores que más referencia ganan en el hogar, siendo los canales de ahorro y los emergnetes los que más aportan al desarrollo de la canasta

Canales | Canasta Kantar Worldpanel | Total nacional



Top 5 de preocupaciones de los hogares ecuatorianos para 2017

Por otro lado, los temas que menos preocupan a los ecuatorianos son: tener un mayor equilibrio entre trabajo y placer, el terrorismo y la crisis de refugiados



"Para que un emprendimiento comience, debe gustarte lo que haces"

Adrián Vergara Macías - Gerente de Aseslider S.A.

Por: Dpto. de Comunicaciones / Cámara de Comercio de Guayaquil

Adrián Vergara es un hombre emprendedor con proyecciones a futuro. La afición por el viaje y el turismo lo llevaron a iniciar junto a su familia Aseslider S.A, una agencia de logística y viajes enfocada principalmente en el sector médico, garantizando una atención personalizada a sus clientes.

Adrián menciona que a partir de este año 2017, Aseslider tiene un nuevo emprendimiento: Guayaquil Tasting Club, un lugar donde se pueda disfrutar del buen whisky.

Esta oportunidad nace de varias experiencias vividas por la familia Vergara en sus viajes, considerando plasmar lo observado en diferentes partes del mundo.

El club tiene como objetivo conformar una asociación entre los amantes del whisky, a su vez difundir una cultura de consumo responsable de la bebida. Asimismo, ofrecerá un ambiente cálido, relajado y buena música.

La innovación y el emprendimiento son características que definen a la familia Vergara, con las cuales han logrado impulsar nuevas ideas de comercio, aprovechando las oportunidades que el mercado les ha bridado. Por esta razón, Adrián Vergara anima a no tener miedo de iniciar un negocio y recomienda la capacitación constante para tener éxito.

Créditos Económicos lanza Crédito Facilito Online

Créditos Económicos presenta su nueva herramienta en la página web, donde sus clientes pueden solicitar crédito directo y hacer compras en línea, sin necesidad de usar tarjeta de crédito. La campaña denominada 'Crédito Facilito' fue lanzada el mes de julio en todo el país.

La herramienta permite al usuario decidir el número de cuotas de pago de sus productos y la forma de pago que más se adecúe a sus necesidades.

En la foto: Hugo Falcones, gerente de marketing; Juan Carlos Salame, gerente de desarrollo de negocios; y, Nicolás Fernández, gerente de comercio electrónico.

Colgate refuerza su compromiso de servir a la comunidad

La Escuela Miguel Magone recibió el premio al primer lugar en la campaña "Futuros Brillantes" de Colgate. El premio consistió en equipar el salón de audio y video, y un kit de arte. Esta iniciativa también becó a 20 niños con un año de estudio en la actividad extracurricular de preferencia, además se entregó 32 kits deportivos/artísticos a niños.

En la foto: Maricarmen Anchundia, especialista en recursos humanos Colgate; Adriana Valdivieso, marketing Personal Care Colgate; Azalia Velez, marketing Home Care Colgate; Grace Briones, docente de la Escuela Miguel Magone; José Luis Mera, director de la Escuela Miguel Magone; Eloisa Bernal, gerente general Colgate Palmolive; Juan Carlos Moscoso, gerente de ventas Canal Directo Colgate; y, Johanna León, gerente de marca Cuidado Oral Colgate.

Logos Academy realiza "desarme" de juguetes bélicos

Los alumnos de la sección Primaria de Logos Academy realizaron de manera simbólica un desarme de sus juguetes bélicos; aquellos que indirectamente pueden influir en los niños. Esta actividad tuvo como objetivo reflexionar sobre la importancia de la paz en medio de la situación actual que se vive a nivel mundial.

En la foto: alumnos de Logos Academy.

Prohygiene lanza sistema de gestión de residuos higiénicos

Prohygiene lanzó al mercado ecuatoriano el nuevo diseño de su innovador producto, el Sistema de gestión de residuos higiénicos femeninos. Este artículo brinda a las mujeres una solución eficiente al momento de desechar residuos higiénicos.

En la foto: Denisse Montjoy, servicio al cliente; Fernando Miranda, gerente general; y, Karla Pico, jefe comercial.

Deloitte realizó su jornada "Impact Day"

Con el apoyo de los miembros de la fundación Techo Ecuador, voluntarios de Deloitte vivieron el "Impact Day" con la finalidad de construir tres casas en la comunidad El Mirador, en el sector de Nono, provincia de Pichincha y tres casas en la comunidad 5 de Junio, en la ciudad de Guayaquil.

A través de acciones como esta, Deloitte Ecuador, con sus 50 años en el país, busca generar impactos positivos en la comunidad, estrechar lazos con otras entidades y fortalecer su modelo de excelencia.

En la foto: colaboradores de Techo Ecuador y Deloitte.

Banco de Medicinas benefició a más de siete mil personas

A través del primer Banco de Medicinas del país, impulsado por el Banco de Alimentos DIAKONÍA y el Grupo DIFARE, se han entregado 518.899 unidades de medicamentos equivalentes a $ 353.242. En dos años de creación, esta iniciativa privada ha beneficiado a niños, niñas, jóvenes y adultos mayores en situación de vulnerabilidad.

En la foto: Verónica Sión, vicepresidenta del directorio del Banco de Alimentos Diakonía; Mario Rafael Ayala, vicepresidente comercial de Corporación Farmayala; Mons. Luis Gerardo Cabrera, presidente del directorio del Banco de Alimentos Diakonía; Julio Ocaña, vicepresidente ejecutivo corporativo de Grupo DIFARE; y, Rina de Garcés, presidenta encargada de ACORVOL.

DYA Technology entrega licencias educativas del Sistema AccuMark al TECSU

Mediante el acuerdo de consignación firmado por el Tecnológico Sudamericano (TECSU) y DYA Technology, el TECSU recibirá licencias educativas del Sistema AccuMark de Gerber Technology.

AccuMark es un software, que permite enseñar a las alumnas de la Carrera de Diseño de Modas, la creación, desarrollo, modificación y diseño de patrones, escalado industrial de las prendas, de manera computarizada.

En la foto: Ing. Sonia Villacrés Manzano, directora general del TECSU; y, la Sra. Nury Nieto Barquet, gerente general de DYA Technology.

Corporación Euroblinds S.A. presenta su nueva fábrica de producción, Vertilux

La Corporación Euroblinds S.A. realizó la presentación de su nueva fábrica de producción de cortinas, persianas y toldos técnicos. El evento, realizado en el Hotel Sonesta de Guayaquil, contó con la participación de arquitectos, decoradores y constructores de esta ciudad.

En la foto: Dis. Mayra Ronquillo, jefe de marketing; Arq. Mariuxi Menoscal Lupino, gerente comercial; Claudia Prada, representante de Vertilux Miami; Ing. Catherine Pescarolo Ycaza, gerente Linos y Detalles; y, el Ing. Gustavo Menoscal Lupino, gerente general Corporación Euroblinds S.A.

Ajedrecista Evelyn Moncayo en la CCG

La campeona mundial de ajedrez y máster en Administración de Empresas, Evelyn Moncayo, visitó la CCG para dictar tres talleres relacionados con el ajedrez, la agilidad mental y los negocios.

Jaque mate a la crisis, Fitness Cerebral (dirigido a niños y adolescentes) y Ajedrez para el desarrollo de estrategia empresarial, fueron los talleres dictados por la ajedrecista, donde destacó al deporte como una excelente herramienta para la toma de decisiones.

Lanzamiento de *La Culpa es de las Vacas* Flacas II Edición

En el Centro de Convenciones de la UEES, Pablo Arosemena Marriott y Pablo Lucio Paredes, presentaron en junio, la segunda edición de su libro "La Culpa es de las Vacas Flacas". La obra hace un balance de la economía ecuatoriana en la última década, con datos y cifras actualizadas. Los autores explicaron el contenido del libro durante la conferencia "¿Otro año de Vacas Flacas?".

Doing Business Vietnam

La CCG, con el apoyo de la embajada de Vietnam en Chile, realizó el evento Doing Business con Vietnam, con el objetivo de dar a conocer las oportunidades de negocios con el país asiático. Más de cien empresarios acudieron a la jornada, llevada a cabo el 19 de julio, para conocer qué busca Vietnam a la hora de hacer negocios.

Comparecencia ante Asamblea Nacional

El 7 de julio en el ECU 911 de Samborondón, Pablo Arosemena Marriott, presidente de la CCG, compareció ante la Comisión del Régimen Económico y Tributario de la Asamblea Nacional para presentar sus comentarios y sugerencias acerca del exceso de tramitología que deben cumplir las empresas.

La propuesta de la CCG plantea la incorporación de un artículo en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), el cual establezca que los reglamentos técnicos del INEN servirán exclusivamente para controlar la calidad de productos y no podrán convertirse en barreras comerciales que impidan el ingreso de productos importados.

Escuela de Pensamiento Económico en UCSG

Pablo Arosemena Marriott participó en la en la Primera Escuela de Pensamiento Económico, evento organizado por Asociación de Estudiantes de la Facultad de Economía de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, el 18 de julio.

Durante la charla, analizó la evolución del sector productivo y compartió propuestas para reactivarlo. Compartió el panel con los analistas Walter Spurrier y Alberto Dahik.

Foro de emprendimiento e innovación

En el marco del Foro de Emprendimiento e Innovación, realizado el 18 de julio en la CCG, Fernando Barciona, gerente general de Almacenes Boyacá, y Enrique Martínez, fundador y CEO de Nómada, compartieron sus experiencias como emprendedores.

La Cámara de Comercio de Guayaquil rinde homenaje a su ciudad

Directivos, colaboradores y socios de la Cámara de Comercio de Guayaquil se reunieron en el Monumento a Francisco de Orellana, para hacer la entrega de una ofrenda floral, con motivo de los 482 años de fundación de la ciudad.

CCG Speed Networking VII Edición

El 19 de julio se realizó la séptima edición del CCG Speed Networking. El evento contó con la participación de más de 100 empresarios que compartieron experiencias sobre sus negocios y ampliaron su red de contactos, a través de interacciones de un minuto con cada uno de los asistentes.

Sesión Solemne 482 años de Fundación de Guayaquil

El 25 de julio en el Palacio de Cristal, Pablo Arosemena Marriott, presidente de la CCG, participó de la Sesión Solemne por los 482 años de Fundación de Guayaquil.

Doing Business Indonesia

La CCG, en conjunto con la Embajada de Indonesia en Ecuador, realizó, el 31 de julio, el evento Doing Business con Indonesia, donde se dieron a conocer las oportunidades de negocios con ese país.

La charla principal estuvo a cargo de Diennaryarti Tjourosuprihatono, embajadora de la República de Indonesia para Ecuador, quien explicó la cultura de su país y formas de entrar al mercado.

Presentación del III Concurso de Ensayo en Ecotec

Pablo Arosemena Marriott dio una charla para animar a los estudiantes de la Universidad Ecotec a participar en el III Concurso de Ensayo Emprendedores del Comercio. Al finalizar, directivos de esa institución realizaron la entrega de un reconocimiento por los 128 años de vida institucional de la CCG.

Nombre Comercial:
ACMAN CIA. LTDA.

Razón social:
ACCOUNTING, CONSULTING & MANAGEMENT CIA. LTDA.

Representante legal:
C.P.A. Daniel Martínez Pilay, MSc.

Actividad de la empresa:
Firma calificada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Superintendencia de Economía, Popular y Solidaria para realizar Auditoría Externa a empresas bajo su control. Efectuamos Consultoría Contable, Tributaria y Societaria. Consolidación de Estados Financieros. Elaboración de Estados Financieros bajo NIIF. Peritajes y Avalúos.
Miembro Independiente de Kudos International Network (UK).

Av. Joaquín Orrantia SG-1 y Av. Leopoldo Benítez, Edificio Trade Building Torre B, Piso 6, Oficina 634
Teléfono: +593 4 2638019 / +593 4 2638022
Celular: +593 997964899
Email: dmartinez@acman.com.ec
www.acman.com.ec

Nombre Comercial:
Cedeño Cabanilla Inmobiliaria Constructora

Razón social:
INMOCEDCAB S.A.

Representante legal:
José Andrés Cedeño Ottati

Actividad de la empresa:
Compra, venta, alquiler y explotación de Bienes Inmuebles. Brinda a sus clientes toda clase de servicio relacionado al mundo inmobiliario como: la intermediación de inmuebles y ofertas de propiedades en el área de subastas, construcción y remodelación; el avalúo del bien para poder establecer un precio de mercado adecuado. También ofrece soporte completo y continuo en: tecnología, educación, finanzas, planificación estratégica, proyección de negocios y mucho más.

Kennedy Norte, E. Almazán y Miguel H. Alcívar, Edif. Inrrapallo 3er Piso
Teléfono: 042-290443 / 045-120028
Email: infocedcab@cedenocabanilla.com
www.cedenocabanilla.com

Nombre Comercial:
Audit Corporate

Razón social:
Hidalgo Auditores Asociados Cía. Ltda.

Representante legal:
Carlos Espinoza Herrera

Actividad de la empresa:
Auditoría financiera; Procedimientos convenidos; Due diligence Control interno CosoERM; Manual de procedimiento; Revisión de procesos.

Carchi 601 y Quisquis Edificio Quil1 Oficina 102 primer piso
Teléfono: (04)6049787
Celular: 0999089106
Email:
auditcorporate@auditcorporate.com
www.auditcorporate.com

Nombre Comercial:
Agroeventos

Razón social:
Iván Andres Huerta Mora

Actividad de la empresa:
Organización promoción y difusión de eventos agropecuarios y tecnológicos, librería profesional Agropecuaria, publicidad.

Cdla. Santa Mónica Mz. 15 solar 19 3er. Piso
Teléfono: 04 498113
Celular: 0979162971
Email: ihuerta@agroeventosecuador.com
www.agroeventosecuador.com

Nombre Comercial:
GAMBOA BOXING S.A.

Razón social:
GAMBOA BOXING S.A.

Representante legal:
Raúl Gamboa Valladares

Actividad de la empresa:
Gamboa Boxing es un Centro Integral de Boxeo fundado en 1966 por Raúl Gamboa Abril destacado y reconocido Boxeador y además de contar con una gran trayectoria como Dirigente Deportivo. Somos la Comunidad Boxística más grande del Ecuador y contamos con 4 sedes ubicados estratégicamente en toda la ciudad: Gamboa Sur, Gamboa Norte, Gamboa Puerto Azul y Gamboa Vía Sambo.

Pedro Moncayo 3112 y San Martin; Urdenor 1; Urb. Puerto Azul; Km 13.5 Vía Puntilla - Aurora
Teléfono: 6002355 - 4507422
Celular: 0959185508
Email: coordinacion@gamboaboxing.com
www.gamboaboxing.com

Nombre Comercial:
CORPMAN S.A.

Razón social:
CORPMAN S.A.

Representante legal:
Sr. Marcel Speck

Actividad de la empresa:
Servicio de catering empresarial, coffe breaks para eventos y nuestra nueva línea de delivery para reuniones. Todo lo encontraras en nuestra página web.

Av. Juan Tanca Marengo. Km 4.5. CC Plaza Saibaba. Bodega 1
Teléfono: 2658380 - 2658332
Celular: 0987711661
Email: mse@specktacular.com
www.specktacular.com.ec

Nombre Comercial:
SENSIA MARKETING OLFATIVO

Razón social:
SENSIA ECUADOR S.A.

Representante legal:
Margarita Puig

Actividad de la empresa:
Brindamos a nuestros clientes asesoría y soluciones integrales de marketing olfativo. A través de la implementación de estrategias de marketing olfativo ayudamos a enriquecer ambientes, comunicar marcas y crear experiencias memorables.
Ofrecemos servicio de aromatización con sofisticados sistemas de difusión de aromas para todo tipo de ambientes y eventos, servicio de desodorización y sanitización de baños, además de otros servicios olfativos.

Km 1.5 Via Samborondon. Paseo Comercial Bocca, Piso 1, Oficina 104
Teléfono: 2831835
Celular: 0998681022
Email: vpuig@sensia.ec
www.sensia.ec

Nombre Comercial:
PROMARCO

Razón social:
Marco Piedra Koppel

Actividad de la empresa:
Venta, mantenimiento, limpieza de ductos y reparación de aires acondicionados.

Cdla. Miraflores Calle 1Era 211 y Guayas
Teléfono: 6000963
Celular: 0998454988 - 0994078076
Email: promarco.ac@gmail.com
marcopiedrakoppel@gmail.com

idepro
Instituto de Desarrollo Profesional

#FormandoGerentes desde 1985

Hay muchos estilos de Gerencia,
pero un solo lugar donde aprenderlos.

CRONOGRAMA 2017 - II SEMESTRE

	FECHA	TEMA	HORAS
AGOSTO	1	Taller de actualización en derecho laboral	15
	5	¿Cómo crear negocios en internet?	8
	14	Programa en Gestión de Stocks	24
	14	Taller de Excel intermedio y avanzado	24
	18	Taller de técnicas de comunicación oral y práctica	20
	18	Programa de Formación de Community Managers **NUEVO**	30
	18	Programa Avanzado en Administración Financiera - II Edición	40
	21	Taller de técnicas de selección de personal	12
	28	Taller de Excel intermedio y avanzado **NUEVO**	24
	28	Taller de estrategias de recuperación de cartera **NUEVO**	12
SEPTIEMBRE	9	Taller de buenas prácticas de almacenamiento y clasificación de inventario	16
	15	Programa de Actualización en Importación y Exportación	48
	18	Taller de tablas dinámicas con Excel 2013 **NUEVO**	9
	19	Taller de técnicas y herramientas para las ventas	8
	21	Programa de Formación de Formadores	20
	25	Taller de finanzas para no financieros	15
	26	Taller de neuromarketing aplicado a ventas	8
	28	Taller de calidad en el servicio al cliente	8
OCTUBRE	2	Programa de Crédito y Cobranzas - III Edición	30
	2	Taller de gestión y control de presupuesto	15
	4	Taller de negociación y técnicas de ventas **NUEVO**	8
	16	Programa de Actualización Tributaria - VII Edición	24
	16	Programa de Alta Dirección	42
	23	Taller de Excel aplicado a Recursos Humanos	15
	23	Taller de Business Intelligence con Excel 2013	18
NOVIEMBRE	6	Taller del ABC de la contabilidad	20
	18	Taller de gestión de riesgos laborales	8
	20	Programa en Técnicas de Auditoría	24
	18	Taller de introducción a la economía para gerentes	16
DICIEMBRE	6	Taller de administración del tiempo	6
	12	Taller de Empowerment Empresarial: Aprendiendo a delegar	6

CÁMARA
DE COMERCIO
DE GUAYAQUIL

MÁS DE 18.000
VISITANTES

MÁS DE 100 STANDS
EN UN SOLO LUGAR

EN NUESTRA PRIMERA EDICIÓN

feria del comercio

2da. edición

UNA OPORTUNIDAD PARA
VENDER Y EXPONER
TUS PRODUCTOS O SERVICIOS

ENTRADA GRATUITA • PALACIO DE CRISTAL

13 al 15
OCTUBRE

@camaradecomerciodeguayaquil @lacamaragye www.lacamara.org