

Confianza empresarial en el Azuay

permanece estable

El Índice de Confianza Empresarial (ICE) en la provincia del Azuay, se mostró relativamente estable en el mes de abril. El indicador que mide el grado de optimismo empresarial se situó en 119.6 puntos, a una distancia de 1.1 puntos del mes anterior y 9.9 puntos por debajo de lo exhibido a nivel nacional. Como se puede observar en el cuadro 1, el sector industria muestra signos de debilitamiento en la confianza. Servicios y comercio por su parte han visto mejorar ligeramente sus niveles de optimismo por tercer mes consecutivo, situándose en los mayores niveles en lo que va del año. Finalmente, el sector de la construcción, que desde agosto del año pasado mantiene un liderazgo absoluto en materia de confianza, nuevamente presenta el mayor de los incrementos (34.7 puntos).

La evaluación empresarial de la situación de los negocios de abril, deja una combinación de optimismo y pesimismo, en tanto la industria y comercio presentan un saldo positivo, mientras los servicios y la construcción observan un saldo

INDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL

	AGREGADO NACIONAL	AGREGADO AZUAY	CONSTRUCCION	INDUSTRIA	SERVICIOS	COMERCIO
Nov-06	89.7	144.9	275.3	133.3	135.9	83.0
Dic-06	82.3	106.6	185.0	81.4	87.3	73.2
Ene-07	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Feb-07	109.6	110.8	149.8	113.0	103.0	103.0
Mar-07	119.1	118.5	188.2	117.0	109.7	109.0
Abr-07	129.5	119.6	222.9	114.1	112.0	110.5

El ICE, es un indicador que agrega las expectativas de los empresarios sobre aspectos relacionados con la variación en ventas, producción, empleo y perspectivas sobre la situación de negocios, tanto para el mes en curso, como para el siguiente mes. Un incremento significa que la confianza empresarial mejoró con respecto al mes anterior, al contrario de una reducción que significa que la confianza empresarial se deterioró con respecto al mes anterior.

negativo. Entre los factores que más contribuyen al optimismo, debemos señalar el incremento de las ventas en el sector de servicios y comercio (9.88% y 5.42% respectivamente), el aumento de la contratación de personal en el comercio (2.22%) y la estabilidad en los precios de los insumos. Estos desempeños favorables se ven contrarrestados por la reducción del empleo en el sector de servicios (-1.64%), y la falta de dinamismo en las ventas de la industria.

Por su parte, la actividad económica de mayo se centraría fundamentalmente en el sector comercial con un crecimiento de las ventas de 34.22% y un aumento del empleo de 7.84%, comportamiento previsible por el Día de la Madre; ya que la construcción si bien presentaría una expansión de su actividad, sería mucho menor en orden de magnitud; la industria se mostraría estable y los servicios inclusive observarían una contracción de sus ventas (-3.19%) y del empleo (-4.2%).

Agregados Sectoriales

COMERCIO

El resultado del sector comercio experimentó una ligera expansión en su medición de confianza. La variable que explica la mayor parte de dicha expansión guarda relación con la evolución de las ventas, que presentaría un crecimiento de 5.42% en abril y 34.22% en mayo. Similar efecto tendrían las proyecciones positivas para el nivel de empleo, que observaría un incremento de 2.22% y 7.84% en estos dos meses respectivamente. Al contrario de esto, el resultado de las compras impiden un mejor desempeño del sector, al observarse una caída en esta variable de 8.96%, tanto en abril como en mayo, generando una contribución negativa al índice de confianza sectorial. En materia de precios de venta, los ajustes resultan bastante moderados, si consideramos que éstos aumentarían 0.24% en abril y 0.14% en mayo.

CONSTRUCCION

La construcción, mantuvo el primer lugar en materia de optimismo empresarial, con un importante crecimiento de su indicador de confianza. Uno de los mejores resultados en relación a las variables medidas corresponde al valor planillado que crecería 1.24% en abril y 1.65% en mayo, con un significativo incremento de los volúmenes de construcción de 1.81% y 2.03% en estos dos meses respectivamente. Similar situación ocurre con los niveles de empleo, que si bien se muestran estables en abril con una tasa de variación de apenas 0.02%, mostrarían un significativo incremento de 1.41% en mayo. Por otro lado, la estabilidad de los precios promedio de los materiales de construcción nacionales e importados, tendencia que se mantiene en abril y mayo, también contribuye al aumento de la confianza sectorial.



INDICADORES MACROECONOMICOS

Fuente: Banco Central del Ecuador



	Feb-07	Mar-07	Abr-07
•Tasa de interés activa referencial (en %)	9.51	10.11	9.98
•Tasa de interés pasiva referencial (en %)	4.93	5.54	5.44
•Índice riesgo país (EMBI)	717	650	600
•Tasa de inflación mensual (en %)	0.07	0.1	-0.01
•Activos externos netos de OSD(1) (en millones de dólares)	2279.4	2135.2	Nd
•Crédito al sector privado de OSD (en millones de dólares)	10058.3	10189.2	Nd
•Depósitos en las OSD (en millones de dólares)	9242.6	9136.2	Nd

Nd: No disponible.

(1) Las OSD incluyen bancos, sociedades financieras, mutualistas, cooperativas, BEV y BNF.

SERVICIOS

El sector de servicios se situó 2.3 puntos por encima del nivel de confianza observado el mes de marzo. En esta oportunidad las variables que presionaron la ligera alza del indicador de confianza corresponde a la estabilidad de los precios de venta en estos dos meses y el crecimiento de las ventas únicamente del mes de abril. En efecto, los empresarios consultados señalaron un importante crecimiento de 9.88% en las ventas de abril respecto a marzo, previéndose un ajuste en esta misma variable de 3.19% para mayo. Por otro lado, estos buenos resultados difieren en relación al comportamiento del empleo, en tanto el personal ocupado en el sector mostraría un ajuste sucesivo de -1.64% y -4.20% en abril y mayo respectivamente, determinando con ello el modesto mejoramiento del indicador de confianza.



INDUSTRIA

La Industria, experimentó una contracción de 2.9 puntos en la presente medición, exhibiendo un quiebre en la tendencia de mejoramiento observada desde diciembre del año pasado. Una de las razones que explican este resultado guarda relación con las perspectivas negativas que tienen los industriales respecto al desenvolvimiento económico del sector en mayo. En efecto, las previsiones para este mes son de una caída tanto del volumen de producción (-2.29%), como del valor de ventas (-0.57%), destacando que no se afectaría los niveles de empleo. Al contrario de estos resultados, pero que no alcanzan a revertir la caída del indicador de confianza, podemos señalar un buen desempeño del sector en abril, al aumentar 1.27%, 1.01% y 0.42% el volumen de producción, valor de ventas y empleo respectivamente.



OPORTUNIDADES COMERCIALES

Fuente: Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI

Para exportar yuca a Estados Unidos

Empresa:
BROOKS TROPICALS
Contacto:
Sam Skogstad

Email:
sam@brookstropicals.com
Telf: 305-242-7367
Fax: 305-246-5827
Dir: Homestead, Florida

Para exportar vegetales orgánicos a Reino Unido

Empresa:
MACK
Contacto:
Steve Smith; Andy Palmer
Email:

Steve.smith@mackmultiples.com;
Andy.palmer@mackmultiples.com
Telf: 441892835577, 447880727560
Fax: 441892831520
Dir: Transfesa Road, Paddock Word,
Kent Tn 12 6ut



Economía seccional Indicadores de Alerta de Endeudamiento

Fuente:
<http://mef.gov.ec/Sissec/faces/index.jspx>

La sostenibilidad de las finanzas públicas es indispensable para conseguir la estabilidad macroeconómica. La sostenibilidad fiscal se alcanza cuando la deuda pública como porcentaje del PIB se mantiene constante en un nivel considerado apropiado, o se reduce gradualmente de un nivel considerado inadecuado. En el caso del Ecuador, consistente con este objetivo, la Ley Orgánica de Responsabilidad, Estabilización y Transparencia Fiscal establece que los gobiernos seccionales deben presentar los siguientes límites de endeudamiento:

- Un Indicador de Servicio de Deuda medido por la relación servicio anual de la deuda más la deuda flotante con relación al nivel de ingresos locales totales inferior al 40% y,
- Un Indicador de Stock de Deuda medido por la relación pasivo total, con el nivel de ingresos de cada gobierno seccional, no superior al 100%.

Estos criterios técnicos surgen a partir de la necesidad de que los organismos seccionales, una vez que contraen una deuda, eviten que ésta crezca explosivamente y puedan cancelar sin problemas de liquidez o solvencia, a través de la generación de suficientes superávits primarios, y se consideran que estos objetivos son factibles de ser alcanzados bajo estos determinados niveles de deuda como porcentaje de sus ingresos.

En términos de los organismos seccionales pertenecientes a la provincia del Azuay, encontramos los siguientes Indicadores de Servicio y Stock de Deuda al año 2006.

Gobiernos Seccionales	Indicador de Servicio de Deuda	Indicador de Stock de Deuda
CONSEJO PROVINCIAL DEL AZUAY	79.57	11.70
MUNICIPIO DE CAMILO PONCE ENRIQUEZ	161.97	90.00
MUNICIPIO DE CHORDELEG	3.30	0.46
MUNICIPIO DE CUENCA	254.78	68.68
MUNICIPIO DE EL PAN	38.61	11.45
MUNICIPIO DE GIRON	47.74	35.51
MUNICIPIO DE GUACHAPALA	15.66	15.43
MUNICIPIO DE GUALACEO	63.08	19.14
MUNICIPIO DE NABON	9.99	0.86
MUNICIPIO DE OÑA	205.37	73.07
MUNICIPIO DE PAUTE	27.10	15.55
MUNICIPIO DE PUCARA	57.98	7.11
MUNICIPIO DE SAN FERNANDO	105.78	17.32
MUNICIPIO DE SANTA ISABEL	169.31	40.34
MUNICIPIO DE SEVILLA DE ORO	20.90	7.02
MUNICIPIO DE SIGSIG	58.36	2.17

Según puede observarse en el cuadro, en relación al Indicador de Stock de Deuda, ninguno de los gobiernos seccionales del Azuay presentan riesgos de endeudamiento en esta materia, por lo que desde el punto de vista de la solvencia financiera todas las instituciones pasan la prueba; no así en materia del Servicio de Deuda, donde todas las instituciones que pasen la barrera del 40%, presentarían riesgos de liquidez.



¿Está su empresa al borde de una crisis: evalúe cuál es su nivel de riesgo?

Tomado de
<http://www.degerencia.com>

La posibilidad de una crisis forma parte de la propia naturaleza de cualquier empresa. Ninguna empresa está exenta de ese fatídico riesgo. Incluso, un periodo de rápido crecimiento de la empresa puede convertirse en una situación de crisis. En general, se puede distinguir cuatro niveles de crisis (en potencia, en gestación, en desarrollo y total). Las empresas que han logrado superar y recuperarse por completo de sus periodos de crisis han sido aquellas que han actuado, con firmeza y acierto, mientras se encontraban en los dos primeros niveles. En consecuencia, nos vamos a centrar en los dos primeros niveles de crisis.

Crisis en potencia

Se produce en empresas en las que una situación financiera aparentemente sólida y saludable induce a sus responsables a la auto-complacencia y a descuidar el análisis de la organización, que impide determinar en qué áreas debe cambiar la empresa con el fin de adaptarse eficazmente a las transformaciones que se están produciendo en el entorno. Los principales síntomas son:

- Un comportamiento positivo durante años, pero mediocre. Sin grandes avances o crecimientos.
- Crecimiento muy rápido en los últimos años, pero sin ajustar la estructura a su nuevo tamaño.
- Altos niveles directivos alejados de los consumidores, usuarios o clientes debido a que "están demasiado ocupados gestionando la empresa" o se consideran "demasiado importantes para dedicar su tiempo a esas cosas".

- Niveles de comunicación interna muy bajos, deficientes y burocráticos.
- Falta de liderazgo o liderazgo muy débil, comportamientos inadecuados, baja moral laboral, deficientes o inexistentes métodos formales para el establecimiento de objetivos y metas, deficientes sistemas de retroalimentación, muy bajo nivel de autocritica y/o aceptación de la misma.
- Excesiva burocracia que se refleja en excesivos niveles jerárquicos, relaciones internas poco fluidas, disciplina en exceso rígida, exceso de normas y reglamentos, y similares.
- Mala comunicación con proveedores.
- Los consumidores, usuarios o clientes comienzan a percibir que en la empresa nadie se preocupa en realidad por ellos: se le dedica poca o nula atención a las quejas, procesos demasiado complicados para adquirir o utilizar los productos y servicios, baja calidad de los productos o servicios, y similares.
- La gestión se concentra exclusivamente en los datos contables y cuantificables.
- La cultura de la empresa es tan inadaptable que no permite ningún cambio o transformación interna.

Crisis en gestación

La empresa comienza a mostrar claros síntomas de debilidad y deterioro. Las principales señales de alarma son:

- Problemas de liquidez: déficit moderado de caja, pérdida de capital de trabajo.
- Problemas en cobros: incremento de la

cartera vencida.

- Problemas con la rentabilidad: pérdidas moderadas que se consideran "aceptables".
- Problemas en el mercado: ventas estancadas o en descenso, pérdida de participación de mercado, imagen débil en el mercado.
- Problemas con la calidad: exceso de reclamaciones y quejas, incapacidad para satisfacer las expectativas de clientes importantes, deterioro del prestigio de la empresa, incremento de las devoluciones..
- Problemas con el personal: la moral laboral empeora, incapacidad para contratar personal de calidad, alto nivel de rotación y ausentismo, descenso de los niveles de productividad.
- Problemas con la organización de la empresa: confusión y conflictos frecuentes, indefinición en la asignación de responsabilidades, deficiente comunicación interna.
- Problemas de gestión: excesiva centralización de las decisiones, ausencia de objetivos y metas precisas.
- Problemas de ajuste con el entorno: la empresa sigue operando con los mismos métodos y sistemas a pesar de que sus responsables son conscientes de los cambios que se están produciendo en el entorno.
- Problemas con la planificación y previsiones: no hay como predecir en el corto plazo.
- Problemas en el área de la innovación: resistencia a innovar o a mejorar productos, servicios, sistemas, enfoques de gestión.

NOTA METODOLÓGICA

Las encuestas de negocios se conducen mensualmente con el propósito de buscar información acerca de la actividad económica en el mes corriente y su expectativa para el siguiente mes. La encuesta se realiza a empresas clasificadas en 4 sectores productivos (Industria, Comercio, Servicios, Construcción).

Para mayor información:
Econ. Carlos Rivera
E-mail: crivera@bce.ec
Teléfono: 2831255 Ext: 109
Fax: 2831255 Ext: 301

NOTAS EMPRESARIALES

Plan de mercadotecnia

Tomado de <http://www.soyentrepreneur.com>

Un plan de mercadotecnia analiza el entorno que identifica las necesidades y determina la manera en que la empresa puede satisfacerlas, permitiendo dar un beneficio para el mercado, que se traducirá en rentabilidad. Incluye el estudio de:

La compañía: acotar el mercado que se atiende, qué necesidades se satisfacen y la manera en cómo se satisfacen.

Entorno y mercado: identificar grupos de consumidores, tipos de necesidades, tendencias, crecimiento de los grupos, factores influyentes del entorno.

Análisis FODA: describir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa.

Identificar la necesidad: que más valor le dan los consumidores y que nuestra empresa sea capaz de satisfacer.

Segmentación: estudiar el perfil del posible consumidor en términos de características demográficas, hábitos, ubicación, forma de compra, etc. Al elegir el segmento debemos medir su tamaño, su tendencia de crecimiento, su capacidad de compra y el costo para la empresa de acercarse a ellos.

Posicionamiento: definir y comunicar nuestro producto o servicio para que el mercado capte que somos la mejor alternativa para satisfacer sus necesidades y nos permita diferenciarnos de otras opciones.

Estrategias: conjunto de actividades que nos permitirán cumplir los objetivos planteados.

Mezcla de mercadotecnia: un buen producto, una correcta definición del precio, una adecuada selección de puntos de venta, una buena estrategia de publicidad y promoción y un buen sistema de despacho.

Pronósticos financieros: proyectar el flujo de ventas esperado y el nivel de gastos requerido para implementar las estrategias de mercadotecnia.

Implementación y control: definir actividades, fechas de inicio y término, responsables y el presupuesto asignado.

Banco Central del Ecuador
Sucursal Cuenca

Ramiro Viteri C.
Gerente

www.bce.fin.ec

Universidad de Cuenca

Jaime Astudillo R.
Rector

Fabián Carrasco C.
Vicerrector

Marco Valencia O.

Decano Facultad Ciencias Económicas

Milton Quesada C.

Subdecano Facultad Ciencias Económicas

Adrián Carrasco V.

Director del DIP

infoeconomía

Es una publicación mensual del
Banco Central del Ecuador

Análisis

Carlos Rivera B.
BCE

**Recopilación y Procesamiento
de Información
Empresa Critería**

Milton Quesada C.
Jorge Luis Palacios

DIP Universidad de Cuenca

Dirección de Arte
Patricio Maldonado O.

Impresión
Servigraf



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR


Fundada en 1867
UNIVERSIDAD DE CUENCA

