

## Primer semestre del año cierra con caída del

## Indicador de Confianza empresarial

El Índice de Confianza Empresarial (ICE) en la provincia del Azuay, revirtió la tendencia de crecimiento observada en los primeros cinco meses del año, ubicándose este mes en 108.1 puntos.

Esta reducción de 25.08 puntos respecto del mes anterior, significa un menor optimismo sobre el nivel de actividad económica. Por otro lado, la diferencia de 16.1 puntos en relación al agregado nacional, ratifica aquella percepción de que el empresariado azuayo mantiene una visión más pesimista de los negocios, comparativamente con el resto del país.

En el Cuadro 1, es posible apreciar que la construcción incrementó su optimismo en 43.7 puntos, mientras que el sector servicios mantuvo prácticamente constante su indicador de confianza sectorial. No obstante, la industria disminuyó su nivel de confianza en 35.3 puntos; del mismo modo que el comercio redujo su optimismo en 19.2

### INDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL

	AGREGADO NACIONAL	AGREGADO AZUAY	CONSTRUCCION	INDUSTRIA	SERVICIOS	COMERCIO
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
May-07	139.7	133.2	266.6	112.8	122.4	134.4
Jun-07	124.3	108.1	310.3	77.4	124.4	115.0

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.

puntos, con lo cual finalmente se contrajo la confianza general.

Según los empresarios entrevistados, los factores que mayormente afectan la confianza empresarial en esta medición, tienen relación con la contracción de las ventas en la industria, comercio y servicios en el mes de junio. En el mismo sentido, reflejaron cierta preocupación respecto al ajuste de empleo en estos mismos sectores, así como también con aspectos

relacionados con el fuerte aumento de los precios de los materiales de construcción y de insumos para la industria en este mismo mes. Las fuentes de optimismo, en cambio se relacionan principalmente con la construcción, aunque al presentar tasas de crecimiento modestas, no alcanza a revertir la caída del indicador de confianza, sin que se prevean mayores cambios en julio, de acuerdo a las expectativas de los empresarios encuestados.

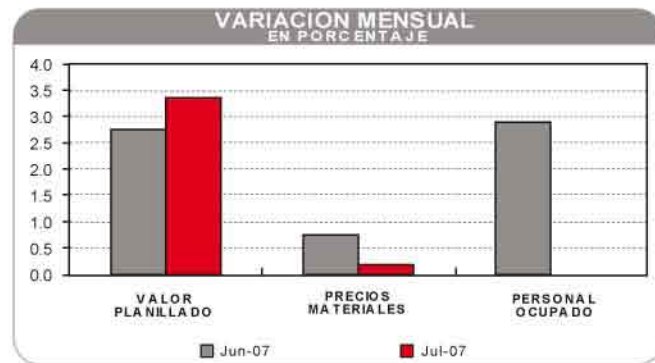
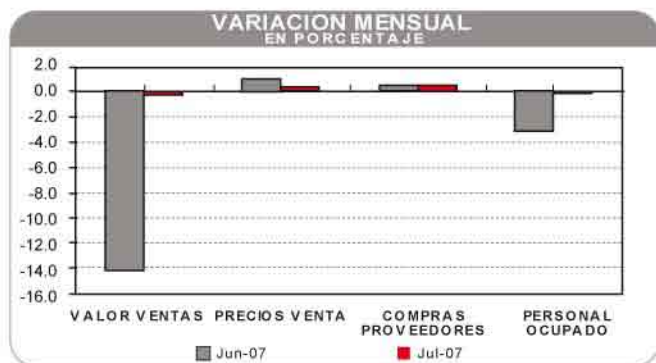
# Agregados Sectoriales

## COMERCIO

El sector comercio contribuyó a reducir el indicador de confianza general, al bajar su nivel de confianza sectorial de 134.4 puntos en mayo a 115.09 en junio. En esta oportunidad, el diagnóstico que realizaron los empresarios respecto de la evolución de su negocio fue negativo. A juicio de ellos, las ventas se contraerían -14.2% en junio y -0.2% en julio. El empleo también se vería fuertemente afectado, pero únicamente en junio con una contracción del personal de -3.2%, ya que en julio más bien se observaría un incremento de 0.1%. En cuanto a los precios de venta, debemos señalar el fuerte aceleramiento observado en junio (1.1%), que en julio se reduciría a un 0.4% de crecimiento en los productos de venta del sector. Por su parte, las compras exhibieron un crecimiento estable de 0.5% en estos dos meses.

## CONSTRUCCION

El sector construcción mantiene el liderazgo en materia de optimismo empresarial, con un mejoramiento de 43.8 puntos en su indicador de confianza sectorial. Este resultado contribuyó a detener una mayor caída en el índice de confianza general. En esta oportunidad, se dio una evaluación favorable de las variables que tienen relación con el valor planillado, el mismo que aumentaría 2.7% en junio y 3.4% en julio, con un impacto positivo en el personal ocupado durante el mes de junio (2.9%), que se mantendría constante en julio. El volumen de construcción también presenta aumentos importantes de 1.4% en junio y 3.9% en julio. No obstante, sentimientos negativos también se muestran en variables relacionadas con los precios de los materiales de construcción, que aumentarían 0.7% en junio y 0.2% en julio.



## INDICADORES MACROECONOMICOS

Fuente: Banco Central del Ecuador

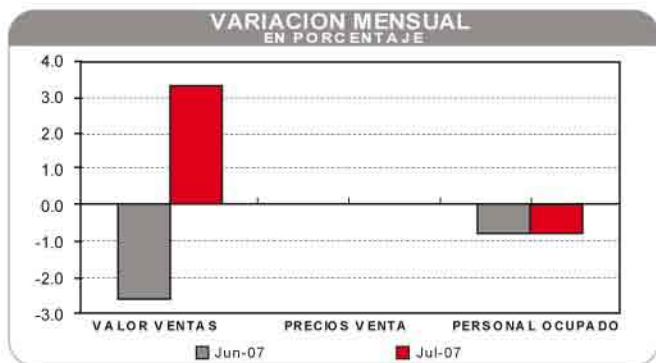


	Abr-07	May-07	Jun-07
•Tasa de interés activa referencial (en %)	9.98	10.26	10.12
•Tasa de interés pasiva referencial (en %)	5.44	4.92	5.2
•Índice riesgo país (EMBI)	600	620	711
•Tasa de inflación mensual (en %)	-0.01	0.03	0.3
•Activos externos netos de OSD(1) (en millones de dólares)	2379.9	2295.9	
•Crédito al sector privado de OSD (en millones de dólares)	10220.5	10323.2	
•Depósitos en las OSD (en millones de dólares)	9327.6	9361	

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

## SERVICIOS

El sector servicios exhibió un aumento de 2.1 puntos en su indicador de confianza sectorial, con lo cual cierra el primer semestre del año con un buen performance en términos de optimismo empresarial. En particular, la variable que ha permitido obtener este resultado tiene relación únicamente con las buenas expectativas en materia de ventas para el mes de julio, que en criterio de los empresarios aumentaría 3.3%, ya que las ventas en el mes de junio más bien presentaron una contracción de -2.6%. Dentro de las proyecciones negativas, también podemos destacar los ajustes en el personal ocupado por el sector, que se reducirían -0.8% tanto en junio como en julio. Una variable que se muestra estable en estos dos meses, son los precios de venta, lo cual contribuye al mejoramiento del indicador de confianza.



## INDUSTRIA

Según el orden de impacto en el índice general, el sector industrial contribuyó en mayor medida a la contracción que tuvo lugar en la confianza empresarial. En efecto, el mes de junio resultó fuertemente negativo para la industria, si consideramos una caída de la producción de -1.3%, una reducción de las ventas en -16.6%, un ajuste del empleo en -3.3% y un aumento del precio de los insumos en 0.6%; sin que se prevean mayores cambios para el mes de julio, ya que las ventas se recuperarían únicamente en 1.6%, los precios de los insumos y el empleo se mantendrían estables e inclusive la producción volvería a contraerse en -1.99%, configurando un ambiente negativo para el sector. En materia de precios de venta, la estabilidad mostrada en junio, contrasta con la proyección de reducción de 0.6% para julio.



## OPORTUNIDADES COMERCIALES

Fuente: Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI

### Para exportar espárragos a Francia

**Empresa:**  
BUTET ETS  
**Contacto:**  
Georgette Perichon

**Email:**  
butet2@wanadoo.fr  
**Telf:** +33 146870642  
**Fax :** +33 146878824  
**Dir:** 26 R D Angers Fruileg 707, 94854 Rungis Cedex

### Para exportar flakes de frutas a Alemania

**Empresa:**  
GBP DEUTSCHLAND KG  
**Contacto:**  
Peter Kogler  
**Email:**  
koegler@gbp-deutschland.com  
**Telf:** 493512137782  
**Fax :** 493512127781  
**Dir :** Eisenstuckstr. 44, 01069 Dresden



## Economía seccional

### Indicador de Inversión con respecto a Transferencias

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

Este indicador medido por la relación Inversión a Transferencias, permite hacer un análisis de la composición del gasto realizado a través de las transferencias intergubernamentales. En otras palabras, se puede observar que porcentaje de las transferencias realizadas a los gobiernos seccionales se destina a la inversión en lugar de gasto. Si bien este indicador no hace consideraciones de eficiencia en el manejo de los recursos, ni tampoco de efectividad en cuanto al destino de la inversión, podemos señalar que una mayor participación de las inversiones en las transferencias, refleja una mejor asignación presupuestaria.

Los gobiernos seccionales de la provincia del Azuay, observan los siguientes Indicadores de Inversión con respecto a las Transferencias.

Gobiernos Seccionales	Indicador de Inversión con Respecto a Transferencias							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Promedio
MUNICIPIO DE CAMILO PONCE ENRIQUEZ	0.0	0.0	0.0	47.5	87.7	78.4	878.6	83.1
MUNICIPIO DE OÑA	27.7	48.1	37.4	40.4	80.3	51.5	681.7	48.1
MUNICIPIO DE CUENCA	48.6	118.3	62.9	119.4	192.6	104.3	174.7	117.3
MUNICIPIO DE SEVILLA DE ORO	44.8	64.1	186.5	0.0	150.1	107.3	119.9	112.1
MUNICIPIO DE SANTA ISABEL	30.3	46.7	446.4	50.7	70.4	63.7	65.3	63.7
MUNICIPIO DE SAN FERNANDO	18.7	73.6	84.2	40.1	86.8	62.1	217.1	73.6
MUNICIPIO DE GIRÓN	42.3	41.0	88.5	60.6	144.7	48.0	74.5	60.6
MUNICIPIO DE NABÓN	16.8	45.2	74.5	72.2	162.8	55.8	70.3	70.3
CONSEJO PROVINCIAL DEL AZUAY	77.8	47.2	68.1	66.6	78.7	64.1	78.2	68.7
MUNICIPIO DE PUCARA	70.3	70.9	64.7	56.5	94.6	63.4	56.5	68.1
MUNICIPIO DE CHORDELEG	49.8	42.5	81.0	39.8	78.1	62.1	99.4	64.7
MUNICIPIO DE SIGSIG	37.4	70.9	68.5	51.2	79.9	52.9	89.8	64.4
MUNICIPIO DE PAUTE	12.7	38.1	62.2	71.4	78.6	83.8	97.6	63.5
MUNICIPIO DE GUALACEO	30.4	33.3	115.8	36.7	63.0	0.0	73.9	58.8
MUNICIPIO DE GUACHAPALA	39.0	57.5	56.4	0.0	88.0	67.6	40.2	58.1
MUNICIPIO DE EL PAN	35.0	40.5	89.1	64.0	65.4	0.0	38.3	55.4

• Los promedios de participación de los municipios Camilo Ponce Enríquez, Oña, Santa Isabel, San Fernando, Girón y Nabón, se los calcula en base a la mediana, debido a la existencia de valores atípicos que sesgan el valor de la media.

Debemos destacar que los Municipios de Cuenca y Sevilla de Oro presentan los mejores indicadores de inversión con respecto a las transferencias. De hecho, son los únicos que realizan inversiones promedio por montos superiores a lo que reciben del gobierno por concepto de transferencias. En orden de importancia, pero en una magnitud mucho menor, les siguen Camilo Ponce Enríquez y San Fernando.

Los otros gobiernos seccionales presentan indicadores promedios entre el 55% y 70%, dejando al Municipio de Oña como el único gobierno seccional que invierte menos del 50% en promedio de sus transferencias (48.14%).



# Diez Causas del Fracaso del Liderazgo

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

**1.** La incapacidad para organizar detalles. Un liderazgo eficiente requiere capacidad para organizar y controlar los detalles. Ningún líder genuino está jamás "demasiado ocupado" para hacer cualquier cosa que se le pueda pedir en su condición de líder. Cuando un líder, admite que está "demasiado ocupado" para cambiar de planes, o para prestar atención a una emergencia, está admitiendo su incompetencia. El líder de éxito debe ser quien controle todos los detalles relacionados con su posición. Esto significa, por supuesto, que ha de adquirir el hábito de relegar los detalles a asistentes capaces.

**2.** Mala disposición para prestar servicios modestos. Los líderes están siempre dispuestos, cuando la ocasión lo exige, a llevar a cabo cualquier tipo de labor que se les pida que hagan. Que "el mejor de entre vosotros será el sirviente de todos" es una verdad que todos los líderes capaces observan y respetan.

**3.** Expectativas de gratificación por "lo que saben" y no por lo que hacen con aquello que saben". El mundo no paga a los hombres por lo que "saben". Les pagan por lo que hacen, o impulsan a hacer a otros.

**4.** Temor ante la competencia de su gente. El líder que teme que uno de sus seguidores pueda ocupar su puesto está prácticamente condenado a ver cumplidos sus temores tarde o temprano. El líder capaz entrena a

suplentes en quienes pueda delegar, a voluntad, cualquiera de los detalles de su posición. Sólo de ese modo un líder puede multiplicarse y prepararse para estar en muchos lugares, y prestar atención a muchas cosas al mismo tiempo. Es una verdad eterna que los hombres reciben más paga "por su habilidad para hacer que los demás trabajen" que lo que ganarían por su propio esfuerzo. Un líder eficiente puede, a través del conocimiento de su trabajo y del magnetismo de su personalidad, aumentar en gran medida la eficacia de los demás, e inducirlos a rendir más y mejores servicios que los que rendirían sin su ayuda.

**5.** Falta de imaginación. Sin imaginación, el líder es incapaz de superar las emergencias, y de crear planes que le permitan guiar con eficacia a sus seguidores.

**6.** Egoísmo. El líder que reclama todo el honor por el trabajo de sus seguidores está condenado a generar resentimientos. El verdadero líder no exige honor alguno. Le alegra ver que los honores, cuando los hay, son para sus seguidores, porque sabe que la mayoría de los hombres trabajarán con más entusiasmo por recomendaciones y reconocimientos, que sólo por dinero.

**7.** Intemperancia. Los seguidores no respetan a los líderes intemperantes. Además, la intemperancia en cualquiera de sus diversas formas destruye la resistencia y la vitalidad de

cualquiera que se deje llevar por ella.

**8.** Deslealtad. Quizá esta causa debería encabezar la lista. El líder que no sea leal con su organización y con su equipo, con quienes están por encima de él y con quienes están por debajo, no podrá mantener mucho tiempo su liderazgo. La deslealtad le señala a uno como alguien que está en el nivel del polvo que pisamos, atrae sobre su cabeza el desprecio que se merece. La falta de lealtad es una de las principales causas de fracaso en todos los terrenos de la vida.

**9.** Acentuar la autoridad del Liderazgo. El líder eficiente enseña mediante el estímulo y no intenta atemorizar a sus seguidores. El líder que trata de impresionar a sus seguidores con su "autoridad" entra en la categoría del liderazgo por la fuerza. Si un líder lo es de verdad, no necesitará anunciarlo, a no ser mediante su conducta, es decir, con su simpatía, comprensión y sentido de la justicia, y demostrando, además, que conoce su trabajo.

**10.** Insistir en el título. El líder competente no necesita "títulos" para obtener el respeto de sus seguidores. El hombre que insiste demasiado en su título, generalmente no tiene mucho más en qué apoyarse. Las puertas de la oficina de un verdadero líder permanecen abiertas para todos aquellos que deseen entrar, y su lugar de trabajo está tan libre de formalidad como de ostentación.

# 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

### Perfil ideal de un vendedor

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

Para lograr una venta verdaderamente efectiva, los vendedores que deben buscar las empresas tienen que reunir las siguientes características:

- Capaces de venderse a sí mismos. Deben ser personas que confíen y crean en sí mismas.
- Seleccionados de acuerdo a su importante cometido en la empresa. Los mejores, los más preparados y cualificados son, los que ejercen la función comercial, ya que son el enlace natural de la empresa con la clientela.
- Preparación, experiencia, flexibilidad y creatividad. Además de ser personas bien preparadas académicamente, la flexibilidad y creatividad son indispensables, porque tienen que negociar ante muy diferentes interlocutores.
- Preferir el riesgo bien retribuido a la seguridad mal pagada. Los nuevos vendedores tienen que preferir el riesgo de no tener un puesto fijo y ser remunerados en base a sus logros, en lugar de disponer de un puesto de trabajo seguro.
- Saber crear necesidades e influir positivamente. La venta no finaliza con el pedido del cliente. La venta continúa; siempre. El vendedor mantiene relación con su cliente, se preocupa por él y está pendiente de lo que pueda necesitar.
- Conocimiento del mercado. Es muy importante conocer perfectamente el producto que se vende, el servicio y el mercado en el que se desenvuelve el vendedor, así como a los competidores y sus ofertas.
- Preguntar y escuchar. Su comunicación con el cliente tiene que ser necesariamente espléndida.
- Trabajar con objetivos. Es imprescindible trabajar con objetivos concretos y medibles, cada día, cada semana y cada mes; con cada cliente y con cada grupo de clientes.
- Saber decir que no. El buen vendedor es consecuente, ético y no engaña al cliente. Sabe decir que no cuando llega el caso y no acepta todas las condiciones que quiere imponerle el cliente.
- Buscar referidos. Conseguir que los clientes le recomienden, convirtiendo a los propios clientes en vendedores suyos y de su empresa.

**Banco Central del Ecuador**  
**Sucursal Cuenca**

Ramiro Viteri C.  
Gerente

[www.bce.fin.ec](http://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**

