

**Confianza
Empresarial en nivel
histórico más alto**

ICE 141.3 ▲ 17.7

El Índice de Confianza Empresarial (ICE) en la provincia del Azuay, se expandió desde 123.6 puntos en septiembre a 141.3 puntos en la medición de octubre. En el cuadro, se muestra la fuerte expansión que experimentó el índice del sector servicios, seguido muy de lejos por los índices sectoriales de industria y comercio, los mismos que compensaron los malos resultados del sector construcción, y produjeron en el agregado una expansión de 17.7 puntos en el Índice de Confianza Empresarial del mes de octubre, situándolo en el nivel máximo del año 2007. No obstante, de este incremento del indicador de confianza empresarial del Azuay, se mantiene la tendencia de menor optimismo en el empresariado azuayo, al observarse una diferencia de 26.6 puntos a favor del ICE nacional, situación que se mantiene invariable desde el mes de junio.

La evolución positiva del ICE agregado y de los índices sectoriales, exceptuando el de la construcción, se explican por el buen desempeño de la economía

INDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL

	AGREGADO NACIONAL	AGREGADO AZUAY	CONSTRUCCION	INDUSTRIA	SERVICIOS	COMERCIO
May-07	139.7	133.2	266.6	112.8	122.4	134.4
Jun-07	124.3	108.2	310.4	77.4	124.5	115.1
Jul-07	128.3	101.8	360.9	77.4	134.6	101.9
Ago-07	139.6	119.7	380.7	99.2	174.1	115.8
Sep-07	144.1	123.6	368.9	114.9	165.7	112.6
Oct-07	167.9	141.3	355.5	138.1	238.8	124.8

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.

en octubre, así como por las expectativas altamente favorables para noviembre. En efecto, los principales resultados del mes de octubre, están asociados al crecimiento de las ventas en servicios y comercio de 3.9% y 3.5% respectivamente, y al aumento del empleo en la industria de 0.9%. En lo que respecta a noviembre, destacan las previsiones de crecimiento de las ventas en servicios (16.8%), comercio (7.3%) e industria (5.2%), conjuntamente con los pronósticos de aumento del empleo en la

industria y comercio de 1.9% y 0.3% respectivamente.

Por su parte, las proyecciones sobre la situación general de los negocios aumentaron hacia un mayor optimismo en octubre. La presente medición exhibe un balance neto positivo en servicios, comercio e industria, con una mejoría respecto a los niveles observados en las mediciones anteriores, e inclusive la construcción reduce su nivel de pesimismo, lo que también impulsa al alza al indicador de confianza.

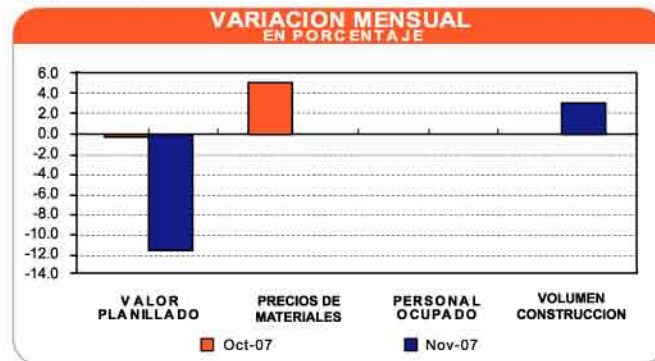
Agregados Sectoriales

COMERCIO

Una fuerte mejoría de optimismo mostró la confianza empresarial del sector comercio. En la medición del mes de octubre, el indicador se situó en 124.8 puntos, lo que significa una expansión de 12.2 puntos respecto a la medición de septiembre (112.6). El mayor crecimiento en el optimismo fue en la variable ventas, que aumentaría 3.5% en octubre y 7.3% en noviembre, con un ajuste de los precios de venta de 0.2% y 0.5% en octubre y noviembre respectivamente; seguido del empleo, que presentaría un importante crecimiento de 0.3% en noviembre, luego de la estabilidad mostrada por esta variable en octubre. En relación a igual mes del año pasado, se infiere una situación menos dinámica en octubre del 2007, al observarse un menor performance en términos mensuales, tanto en materia de ventas como de empleo.

CONSTRUCCION

La construcción es el único sector que mostró resultados más pesimistas, el indicador de la construcción se situó en 355.5 puntos en octubre, en comparación a los 368.9 puntos que exhibió en la medición de septiembre. El diagnóstico realizado por parte de los constructores, respecto a la estabilidad mostrada por los niveles de contratación de trabajadores durante octubre y noviembre, así como de la estabilidad de las ventas en octubre y la proyección de reducción para el mes de noviembre en -11.6%, influenciado en gran medida por el ajuste previsto de los precios de venta (-14.5%), conjuntamente con el crecimiento de los precios de los insumos en octubre (4.9%), contribuyeron al pesimismo del sector y afectaron negativamente al indicador de confianza, que se reduce por segundo mes consecutivo.



INDICADORES MACROECONÓMICOS

Fuente: Banco Central del Ecuador



	Ago-07	Sep-07	Oct-07
• Índice riesgo país (EMBI)	676	616	575
• Tasa de inflación mensual (en %)	0.07	0.71	0.13
• Activos externos netos de OSD(1) (en millones de dólares)	2,654.6	2,699	2,770.7
• Crédito al sector privado de OSD (en millones de dólares)	10,717.2	10,819.4	10,821.1
• Pasivos monetarios en las OSD (en millones de dólares)	9,957.8	10,069.9	10,227.5

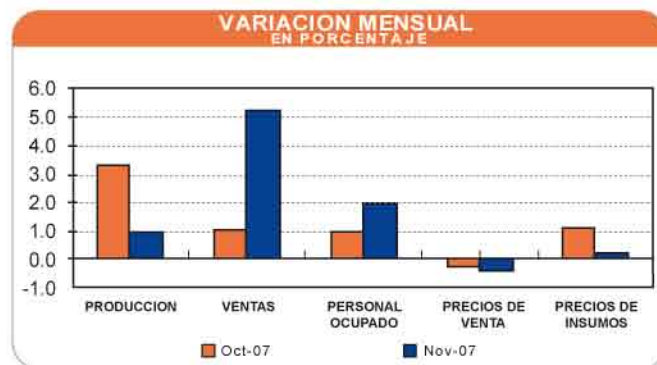
(1) Las OSD incluyen bancos, sociedades financieras, mutualistas, cooperativas, BEV y BNF.

SERVICIOS

El sector servicios mostró un fuerte aumento de optimismo, en la medición de octubre el indicador se situó en 238.8 puntos, en comparación a los 165.7 puntos de la medición del mes de septiembre. La evolución de las ventas en el mes de octubre en relación a septiembre, con un crecimiento de 3.9%, y las buenas expectativas que se tienen en esta misma variable para el mes de noviembre, al proyectarse un crecimiento de 16.8%, fue la variable más optimistas en esta última medición. No obstante de ello, el empleo se mantendría estable en estos dos meses, al igual que los precios de venta. Al evaluar el desempeño económico en comparación con el año pasado, podemos señalar un mejor performance en octubre de este año, en tanto las tasas de crecimiento mensuales de las ventas y el empleo se muestran mayores.

INDUSTRIA

El índice de confianza del sector industria se situó en 138.1 puntos en la medición de octubre, en comparación a los 114.9 puntos del mes anterior. Este mayor optimismo se debió a la evolución positiva de las ventas y empleo en el mes de octubre (0.98% y 0.95% respectivamente); así como a las buenas expectativas que se tienen para el mes de noviembre, en el cual se observarían crecimientos de 5.2% en el caso de ventas y 1.9% en cuanto al empleo. Al contrario de ello, el aumento de los precios de los insumos de 1.1% en octubre y 0.3% en noviembre, y la reducción de los precios de venta de -0.2% en octubre y -0.3% en noviembre, contribuyen negativamente al indicador de confianza. Por otro lado, estos resultados en materia de ventas y empleo fueron inferiores a los exhibidos en igual período del 2006.



TASAS DE INTERES REFERENCIALES

	Septiembre	Octubre	Noviembre
• Corporativo (Ventas \geq 5 millones USD.)	10.82	10.70	10.55
• PYMES (Ventas \geq 100 mil USD., pero $<$ 5 millones USD.)	14.17	14.10	13.31
• Vivienda	11.50	12.15	12.19
• Consumo (Crédito $>$ 600 USD.)	17.82	18.47	17.89
• Consumo Minorista (Crédito \leq 600 USD.)	25.92	24.96	21.17
• Microcrédito acumulación. ampliada (Crédito $>$ 8500 USD., Ventas $<$ 100 mil USD.)	23.06	24.75	23.27
• Microcrédito acumulación simple (Crédito $>$ 600 USD y $<$ 8500 USD., Ventas $<$ 100 mil USD.)	31.41	36.24	34.04
• Microcrédito de subsistencia (Crédito \leq 600 USD., Ventas $<$ 100 mil USD.)	40.69	42.90	35.06

Las tasas referenciales constituyen el promedio ponderado por monto de las tasas de interés efectivas pactadas en las operaciones de crédito concedidas por las instituciones del sistema financiero privado.



Economía seccional Indicadores de Gasto Corriente e Inversión per Cápita 2006

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

Estos indicadores medidos por las relaciones gasto corriente y gasto de inversión a población, permiten hacer un análisis de la asignación presupuestaria que realizan los gobiernos seccionales del Azuay, en cuanto al destino que dan al total de ingresos que perciben. Esto es, si se asigna mayormente a Gasto Corriente, concebido como el gasto en personal, prestaciones de seguridad social, bienes y servicios de consumo, aporte fiscal, gastos financieros, otros gastos y transferencias corrientes, o se lo hace mayoritariamente a Inversión, considerada como aquella destinada al incremento del patrimonio del Estado.

En términos generales podemos señalar que mientras más grande sea la diferencia entre lo que se destina a inversiones, respecto a lo que se consigna para gasto corriente, se tendría una mejor asignación presupuestaria, sin embargo debemos mencionar que estos indicadores no hacen consideraciones de eficiencia, efectividad o calidad de servicio, por lo que la calificación institucional que se hace a partir de estos indicadores, pudiera cambiar ostensiblemente con otro tipo de información. Para el año 2006, se observan los siguientes indicadores de Gasto Corriente e Inversión per cápita en los diferentes gobiernos seccionales del Azuay:

Gobiernos Seccionales	Gasto Corriente per Cápita	Inversión per Cápita
CONSEJO PROVINCIAL DEL AZUAY	4.58	23.24
MUNICIPIO DE CAMILO PONCE ENRIQUEZ	21.97	98.86
MUNICIPIO DE CHORDELEG	19.91	96.83
MUNICIPIO DE CUENCA	34.90	88.29
MUNICIPIO DE EL PAN	56.41	106.08
MUNICIPIO DE GIRÓN	62.04	82.76
MUNICIPIO DE GUACHAPALA	61.61	95.29
MUNICIPIO DE GUALACEO	24.36	60.09
MUNICIPIO DE NABÓN	16.48	103.77
MUNICIPIO DE OÑA	51.90	129.70
MUNICIPIO DE PAUTE	26.22	68.46
MUNICIPIO DE PUCARÁ	7.24	20.01
MUNICIPIO DE SAN FERNANDO	46.34	94.48
MUNICIPIO DE SANTA ISABEL	45.68	58.25
MUNICIPIO DE SEVILLA DE ORO	51.43	181.81
MUNICIPIO DE SIGSIG	19.02	60.42

Del cuadro adjunto, podemos destacar que Sevilla de Oro, seguido muy de lejos por los municipios de Nabón, Oña, Chordeleg y Camilo Ponce Enríquez, presentarían la mejor relación presupuestaria, esto es el mayor diferencial entre inversiones y gasto corriente; mientras que Santa Isabel, Pucará y el Consejo Provincial del Azuay observarían el peor performance en este aspecto. Al evaluar por separado cada uno de los indicadores, en lo que respecta al gasto corriente per cápita, los niveles más altos se encuentran en los municipios de Girón y Guachapala, mientras que el Consejo Provincial del Azuay, conjuntamente con el municipio de Pucará, se distinguen por mantener los estándares más bajos en esta variable. En relación a la inversión per cápita, el mejor desempeño se observa en los municipios de Sevilla de Oro y Oña, mientras que el municipio de Pucará y el Consejo Provincial del Azuay destacan por exhibir los más bajos niveles de inversión per cápita.



Consejos de un experto para el potencial exportador

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

Los primeros pasos

Existe una serie de pasos previos que deben tomarse antes de iniciar la comercialización al exterior. Uno de ellos es dominar la terminología exportadora. Por ejemplo, averigüe cuáles son las cláusulas de ventas, sus siglas y significado. Las más conocidas son FOB, que significa Free On Board o Libre a Bordo, e implica que el exportador es responsable de colocar las mercaderías a bordo del buque, en el puerto de embarque, y hasta ese momento los gastos corren por su cuenta. El importador es el encargado de seleccionar el buque y pagar el flete.

La cláusula CIF, en tanto, es la abreviación de Cost, Insurance and Freight o Costo, Seguro y Flete. Aquí el vendedor es responsable y debe costear la entrega de la mercadería en el destino, asume los gastos de flete y debe contratar un seguro contra riesgo de pérdida o de daño de la mercadería durante su transporte.

Una planificación básica de la competencia y de sus productos es esencial antes de exportar. Se recomienda realizar un análisis FODA a fin de poder identificar y evaluar su situación interna y externa, y planificar las acciones que tomará a corto y largo plazo.

Otro paso previo a exportar es conocer los mercados de interés, para estudiar sus características y definir el tamaño del mercado y el porcentaje de ese mercado que pretende tomar la empresa. Es recomendable viajar entre 2 y 3 veces al país de interés para conocerlo en profundidad, por períodos de una semana. Y, una vez que se haga este levantamiento del mercado, determinar

las ventajas competitivas de la empresa.

Es fundamental revisar las posibles barreras no arancelarias que pueden complicar el proceso de exportación, es decir las dificultades u obstáculos que presenta un país frente a la entrada de un producto. Estas barreras de pueden dividir en dos: las directas, correspondientes a las restricciones cuantitativas a la importación, como depósitos previos o recargos a la importación e impuestos discriminados; y las indirectas, que son medidas de protección a la industria nacional que constituyen obstáculos al comercio internacional.

Otro paso previo recomendado es estudiar el marco legal existente del país al cual se quiere vender, además de los eventuales requerimientos específicos para los productos de la empresa. Junto a lo anterior, se deben intentar visualizar las posibles reacciones de la competencia frente al ingreso de su empresa al mercado, y evaluar hasta donde se pueden enfrentar.

Eligiendo a un distribuidor

Respecto a la elección de un representante que distribuya los productos, se aconseja no entusiasmarse y elegir al primero que encuentre, por la simple razón de querer concretar el negocio a la brevedad. Recomienda tener tres candidatos y hacer una evaluación, destacando los aspectos positivos y negativos de cada uno: cuánto saben del negocio, la cantidad de recursos con que cuentan y sus antecedentes. Es fundamental que verifique que los productos de su empresa sean importantes para el negocio del distribuidor, de lo contrario el empresario

le dará prioridad a su propio negocio. En el caso que su distribuidor no sea la persona idónea para el cargo, tenga en cuenta que podrá tardar a lo menos un año en cambiarlo, porque el proceso es largo.

Ojo! Algunas precauciones que debe considerar...

La carta de crédito es uno de los aspectos más importantes que deberá atender. A través de instrumento de pago un banco emisor, en representación de un cliente, se obliga a hacer un pago a un tercero, contra la presentación de documentos relativos a la venta de mercancías o prestación de servicios. Es decir, el banco tendrá la tarea de cobrar los pagos al importador. En el caso de no poder operar con este instrumento, puede hacerlo con un seguro de crédito.

Otro aspecto a tener en cuenta es la extensión del acuerdo. Por ejemplo en países como Costa Rica, luego de transcurrido un período de tiempo, el contrato con el distribuidor pasa a ser de duración indefinida, por lo que si se corta la relación, se deberán pagar indemnizaciones. Es por esto que se debe revisar la legislación del país al cual se envían los productos.

En el caso que la exportación se fundamente en una ventaja competitiva transitoria o débil, como el precio, se recomienda no hacer grandes inversiones, porque es una variable que cambia rápido. Distinto es tener una patente o licencia. Por último, se aconseja estar permanentemente monitoreando el mercado para detectar posibles cambios de tendencia que puedan afectar su negocio.

Encuesta de Cierre de Negocios en Cuenca: Agosto – Octubre 2007

Los resultados de la Encuesta de Cierre de Negocios, realizada por el Banco Central de Ecuador, Sucursal Cuenca, muestran que las principales razones por las que se han cerrado negocios en la ciudad de Cuenca en el trimestre agosto – octubre del 2007, tienen que ver con las variables: Exceso de competencia (28%), Débil estructura de financiamiento (20%), principalmente asociada a la Falta de capital propio, y Asuntos personales (19%). Les siguen en orden de importancia, aunque a un nivel bastante menor, los Altos costos de producción (14%), especialmente asociados a los bienes y servicios públicos, dejando a los Problemas de comercialización, Problemas administrativos y Altos impuestos, como factores de menor importancia a la hora de explicar el cierre de los negocios en la ciudad de Cuenca.



Esta información se pudo obtener mediante encuesta realizada a los 45 negocios que han cancelado la patente municipal de funcionamiento, en la Ilustre Municipalidad de Cuenca, respecto a las 3 principales razones por las que se han visto abocados a cerrar sus negocios.

Debemos expresar nuestros agradecimientos a la Dirección de Rentas del Municipio de Cuenca, que mediante convenio de intercambio de información entre la Municipalidad de Cuenca y el Banco Central del Ecuador, Sucursal Cuenca, ejecuta la presente encuesta de cierre de negocios en sus dependencias, aunque el diseño del cuestionario, tabulación de respuestas y análisis corresponde exclusivamente a la Sucursal Cuenca del Banco Central.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
Independencia Técnica al Servicio del País
www.bce.fin.ec

Para mayor información contáctenos:

Teléfono: 2831255 Ext.: 109 Fax: 2831255 Ext.: 301

infoeconOMÍA

**Publicación
mensual del**

**Banco Central del Ecuador
Sucursal Cuenca**



Fernando Andrade A.
Gerente

Carlos Rivera B.
Análisis

José Cobos R.
Coordinación y Distribución

Empresa Critería
Levantamiento de Información

Patricio Maldonado O.
Dirección de Arte

Servigraf
Impresión