

# Informativo *Gerencial*

Octubre | 2019

---

Generamos impactos que trascienden



**Deloitte.**

# Contenido

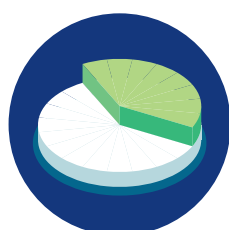


---

03

Estudio de Tendencias de Sostenibilidad 2019  
Sustainability Trends Study 2019

---



---

09

Índice Deloitte de Confianza Empresarial  
Deloitte Business Confidence Index

---



---

11

Streaming

---



---

14

Registros Oficiales  
Official Gazette

---



---

15

Cifras económicas  
Economic Indicators

---

# Estudio de Tendencias de Sostenibilidad 2019

Para acceder al estudio completo, ingrese a [www.deloitte.com/ec](http://www.deloitte.com/ec)

A lo largo de 6 años, hemos realizado un estudio de Tendencias de Sostenibilidad en Ecuador con el fin de conocer el nivel de madurez en la gestión del desarrollo sostenible.

Para la edición del 2019 participaron 105 empresas del país, de diferentes industrias y tamaños, obteniendo resultados valiosos que evidencian la relevancia que la sostenibilidad tiene para la estrategia de los negocios.

Como datos generales, observamos que el 20% de los encuestados cotizan en bolsa, además se evidencia en esta entrega que la gerencia general es quien lidera la sostenibilidad en las empresas (37%), seguidas por un 34% por áreas específicas.

Estos porcentajes han evolucionado positivamente, incluso **denotan un mayor número de empresas que gestionan el desarrollo sostenible**, versus el año pasado, donde estos porcentajes se encontraban en el 21% en manos de la gerencia general y el 27% en equipos de desarrollo sostenible.

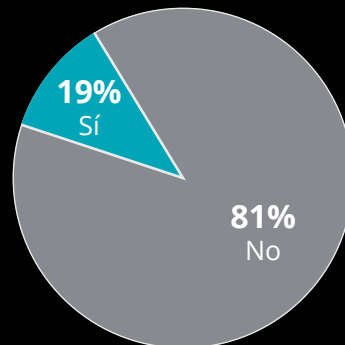
For 6 years, we have been undertaking Sustainability Trends studies in Ecuador to learn of maturity levels in the management of Sustainable Development.

The 2019 edition has been compiled with input from 105 companies in Ecuador, spanning various industries of different sizes, the results of which demonstrate the relevance of sustainability within a business strategy.

In general terms, 20% of respondents are publicly traded companies and, in 37% of such entities, the General Manager has responsibility for heading up sustainability followed by other areas in 34% of cases.

These percentages have been steadily climbing upwards, **indicating a greater number of companies incorporating Sustainable Development as a policy**. Last year the respective percentages were 21% (general manager) and 27% (sustainable development teams).

¿Cotizan en bolsa?



Para recalcar la relevancia que la sostenibilidad tiene en las empresas, el 74% ha hecho explícito su compromiso ya sea en la misión, visión, propósito y/o valores empresariales. De la misma manera, el 59% de los equipos gerenciales tienen objetivos específicos de sostenibilidad.

As evidence of its relevance, 74% of companies now include an explicit commitment to sustainability in their mission, vision, purpose and/or corporate values. While 59% of management teams include specific sustainability objectives.

Alcanzar los objetivos 2030 no es solo bueno para la humanidad sino para los negocios. El éxito de los mismos tiene una conexión con el compromiso del desarrollo sostenible. El propósito que describe lo relevante para el negocio y para el mundo; que conecta ambos conceptos se llama "Propósito 2030". Es una condición que genera valor a largo plazo a los stakeholders.

Con esta visión, se migra de crear valor únicamente para los accionistas vs creación de valor para todos los actores relacionados a la empresa. Para esto, la empresa debe responder preguntas iniciales como:

**¿Cómo los negocios que generan compromiso real con el desarrollo sostenible se destacan en el mercado?**

La relación desarrollo sostenible y negocio, no solo es compatible, sino que es interdependiente, e impacta positivamente en todas las perspectivas de los stakeholders, y

**¿Cómo vivir el propósito 2030 incrustándolo en la estrategia y el modelo de negocio; cultura, valores, la marca y la vinculación con los stakeholders?**

Esta interdependencia debe estar consagrada en el corazón del modelo de negocio de la empresa.

Attaining targets by 2030 is not only good for humanity but also good for business. Business success is linked to the commitment to sustainable development through a purpose that describes its relevance to business and to humanity. The resulting connection, known as "Purpose 2030", generates long-term value for stakeholders.

With this vision, we migrate from creating value for shareholders only toward creating value for all actors with an interest in the company. This requires companies to address initial questions such as:

**How do businesses that generate real commitment to Sustainable Development outperform in the market?**

The Sustainable Development and Business relationship is not only compatible, it's inter-dependent: a commitment to sustainable development positively impacts all stakeholder perspectives.

**Can we experience the 2030 purpose by embedding it in the business strategy and model, its culture, values, the brand and its relationship with stakeholders?**

This interdependence must be enshrined at the core of the company's business model.

**Tendencia 1: Innovación**

El 96% de los encuestados nos comentan que conocen la definición de esta "popular" palabra en nuestros tiempos, sin embargo, podemos cuestionar los resultados de esta tendencia en base a lo obtenido. ¿Qué falta en el Ecuador para ser verdaderos innovadores?, ¿Dónde están colocando las empresas sus esfuerzos en este ámbito?; el Índice Global de Innovación 2019 (GII por sus siglas en inglés), analiza y calcula 80 indicadores en 129 países.

Este documento señala que no ha existido mayor cambio en Latinoamérica, donde destacan Chile (51), Costa Rica (54) y México (56), y donde Ecuador está en el puesto 99.

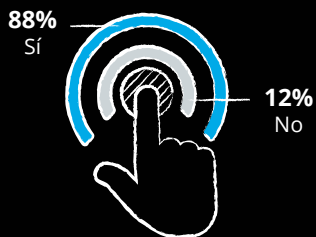
**Sin duda las empresas ecuatorianas han dado pasos importantes en esta temática.**

El 88% menciona que podrían aplicar los principios de innovación en sus empresas, y quienes han definido un plan para dar este paso, mencionan con un 37% que lo harán en procesos, productos y servicios.

**¿Conoce qué es la innovación?**



**¿Sabe si su empresa puede implementar procesos de innovación?**



**Trend 1: Innovation**

96% of respondents reported that they knew the definition of this buzz word. However, our research has caused us to question this result. What does Ecuador need to be truly innovative? Where are companies concentrating their efforts in this area? The Global Innovation Index 2019 (GII) analyzes and measures 80 indicators in 129 countries.

This document shows that there has been no major change in Latin America, where Chile (in 51st place), Costa Rica (54) and Mexico (56) stand out while Ecuador is in 99th position.

**Ecuadorian companies have undoubtedly taken major steps in this area.**

Indeed, 88% say that they could apply the principles of innovation in their companies. Furthermore, 37% have defined an implementation that will include processes, products and services.

## Tendencia 2: Economía circular

La economía circular según Ellen MacArthur Foundation, es una propuesta nueva a la manera de hacer las cosas. El 67% de los encuestados afirman que conocen este concepto, el cual ha venido sonando en el día a día del entorno local hace aproximadamente 4 años, y donde este 2019 ha tomado fuerza institucionalizada y ha generado un hito.

**Una investigación de la Fundación Ellen MacArthur, realizada en la Unión Europea, señala que la adopción de la economía circular podría suponer un ahorro en materiales de bienes de consumo de hasta \$700 MM de dólares.**

Desde entonces este nuevo concepto se ha posicionado en las sociedades, Ecuador no ha sido indiferente a la corriente, donde se han tenido algunos hitos valiosos generados, además que se ha evidenciado localmente buenas prácticas ya existentes a favor de la economía circular lideradas por empresas en el país. Sin embargo, la percepción empresarial cuestiona si es posible integrar este modelo en sus negocios.

¿Conoce qué es la economía circular?



## Trend 2: Circular economy

According to the Ellen MacArthur Foundation, the Circular Economy is a new proposal as to how to achieve success. Sixty-seven percent of respondents say that they have heard of the concept, which has been a daily topic of local conversation for about 4 years. However, the idea has gained institutional strength in 2019 and has now reached aspirational status.

**Research by the Ellen MacArthur Foundation, undertaken in the European Union, suggests that adopting the circular economy could result in savings in consumer goods of up to US\$700 million.**

This new concept has since gained a foothold in the community and Ecuador has not remained indifferent to the trend, chalking up some notable achievements. Many of the country's companies are now incorporating the circular economy into their good practices. However, business perception questions whether it is possible to integrate this model into your business.

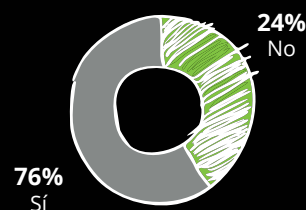
## Tendencia 3: Diversidad

Diversidad implica trabajar con personas con discapacidad y otros grupos vulnerables, así como diversidad de pensamiento e incluso etario (generacional), es decir una muestra heterogénea de la sociedad dentro de la empresa así como sus interacciones y creación de entornos.

En este sentido, consultamos a los participantes los temas críticos que se cree se saben trabajar dentro de la empresa en materia de diversidad, donde el 76% conoce afirmativamente estos espacios de trabajo y un 59% cuenta con un plan al respecto.

**Estar técnicamente preparados a nivel interno, traerá beneficios más allá de un retorno financiero cuantificable, permitirá trascender programas, vivir una verdadera sostenibilidad y generar impactos que trascienden en los stakeholders. Al tangibilizar demostraremos los beneficios y efectos de una verdadera equidad de género en la dinamización de las economías, la sociedad y nuestra cadena de valor. Al tangibilizar demostraremos los beneficios y efectos de una verdadera equidad de género en la dinamización de las economías, la sociedad y nuestra cadena de valor.**

¿Conoce los temas críticos de diversidad que debe trabajar dentro de su empresa?

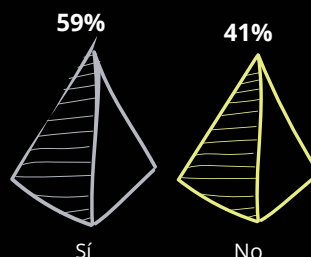


## Trend 3: Diversity

Diversity may include working with people with disabilities and other vulnerable groups, as well as diversity of thought and even age (generational). In other words, it is a heterogeneous sample of society within a company that involves interaction and the creation of environments.

We therefore asked our participants about those critical issues they endeavor to address within their company in terms of diversity. 76% affirmed that they have such workspaces and 59% have a plan in this regard.

¿Tiene un plan de trabajo al respecto?



**Being technically prepared internally brings benefits beyond a quantifiable financial return. It is not merely about programs, it's about exploiting sustainability to the full, generating impacts that matter to stakeholders.** By making such a tangible element, we will be able demonstrate the benefits and effects of true gender equality by dynamizing the economy, society and our value chain.

## Tendencia 4: Proyectos de desarrollo sostenible

La teoría de valor compartido se basa en un enfoque ganar-ganar, vinculando a actores menos favorecidos de las cadenas de valor a través de la creación o identificación de oportunidades y/o espacios de conexión entre, las necesidades de la empresa y las oportunidades existentes, con el fin de conseguir procesos sostenibles en el tiempo con impactos positivos reales para las partes.

Sugerimos las posibles estrategias para dar respuesta a este ámbito:

- 1 Mapeo de riesgos empresariales.
- 2 Identificación de oportunidades de creación de valor para stakeholders.
- 3 Propuesta de indicadores para medición y monitoreo.
- 4 Análisis costo beneficio o de cuantificación de impacto.
- 5 Comunicación de resultados a través de tangibilización de los mismos (incluso resultados intangibles).

## Tendencia 5: Objetivos de desarrollo sostenible

A cuatro años de entrar en vigencia los ODS se siguen observando cambios, en el 2018 ya había incrementado 26 puntos frente al 2017. Ahora, el 71% de los encuestados, está considerando los ODS al interior de sus empresas. En cuanto al reconocimiento de los ODS, éste ha mejorado, lo cual es favorable.

En Ecuador nuestros mayores desempeños de progreso han sido en los ODS 5, ODS 7, ODS 11, ODS 13, y ODS 17. Mientras que, nuestros ODS críticos son: ODS 2, ODS 3, ODS 9, ODS 10 y ODS 16. Este último un reto común para todos los países de la región.

## Tendencia 6: Finanzas sostenibles

El 62% de los encuestados mencionan que conocen qué son las finanzas sostenibles, sin embargo, casi el 80% no tiene un plan en la empresa para trabajar en este ámbito. El 20% cuenta con herramientas para desarrollarlo y el 71% no cuenta con el conocimiento técnico para hacerlo. Sin duda, este panorama nos deja una lectura de que hay mucho por hacer.

Existen buenas prácticas mundiales en la

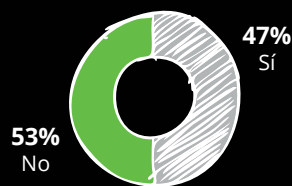
## Trend 4: Sustainable development projects

The shared value theory is based on a win-win approach, bringing less favored actors into the value chains by creating or identifying opportunities and/or connection spaces between the needs of the company and the existing or potential opportunities of certain stakeholders, thus achieving sustainable processes over time with real positive impacts for all the parties.

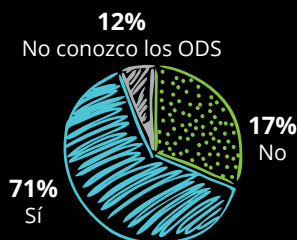
Possible strategies to achieve this environment include:

- 1 Business risk mapping.
- 2 Identifying value creation opportunities for stakeholders.
- 3 Proposing measurement and monitoring indicators.
- 4 Cost benefit or impact quantification analysis.
- 5 Communicating results based on their tangibility (including intangible results).

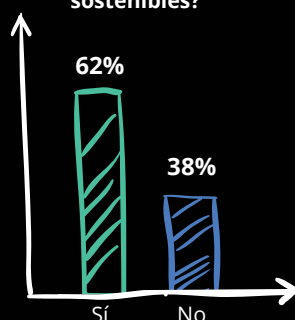
Sus programas de desarrollo sostenible ¿generan retorno financiero para las partes?



¿Su empresa está considerando los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de las Naciones Unidas en la gestión?



¿Conoce qué son las finanzas sostenibles?



## Trend 5: Sustainable development goals

Four years after the SDGs coming into effect, their evolution continues. 2018 saw a 26-point increase compared to 2017. Now, 71% of respondents are considering implementing the SDGs within their companies. At the same time, awareness has increased which is an encouraging sign.

In Ecuador most progress has been made in SDG 5, SDG 7, SDG 11, SDG 13, and SDG 17. Ecuador's critical SDGs are SDG 2, SDG 3, SDG 9, SDG 10 and SDG 16. The latter a common challenge for all countries in the region.

## Trend 6: Sustainable finance

62% of those surveyed claimed to have knowledge of Sustainable Finance. However, almost 80% admit to having no plan within their company with which to work in this area. 20% have the tools required to develop this field but 71% lack the necessary technical knowledge. Evidently, much work needs to be done in this area.

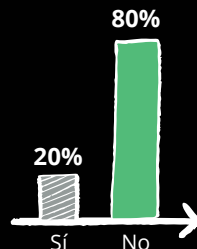
Good global practices have been established



materia, así como iniciativas valiosas a nivel local. Los diferentes actores que se han involucrado en este aspecto, han venido trabajando en procesos gratificantes de co-construcción. Conocemos que, las finanzas sostenibles no solo son un vehículo de generación de financiamiento, sino que apoyan a la institucionalización del desarrollo sostenible a otro nivel.

Las diferentes maneras de conseguir financiamiento en el mercado han abierto sus puertas a un nuevo concepto "sostenible", que puede abordar enfoques verdes y/o sociales; donde los diferentes actores, en especial los inversionistas han dado pautas relevantes para evidenciar el uso de los fondos a disposición.

¿Cuenta con herramientas para desarrollar este ámbito?



in this area, as well as valuable initiatives at local level. The different actors involved in this aspect, have discovered that working on co-construction processes to be a rewarding experience. Sustainable finance is not merely a vehicle for generating finance, it also supports the institutionalization of sustainable development at another level.

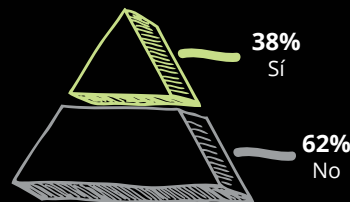
The different means of obtaining financing in the market have led to a new "sustainable" concept that may incorporate green and/or social approaches, where different actors, especially investors, have provided key guidelines to demonstrate the use of available funds.

## Tendencia 7: Comunicación de la gestión responsable

Generar negocios sostenibles va más allá de la reputación, se busca hacer modelos que impacten al desarrollo con el fin de mejorar las ganancias empresariales de una manera responsable; con este enfoque, la intención real es más que conseguir certificaciones o reconocimientos en la materia.

Ahora los lineamientos mundialmente reconocidos son: ISO26000 – Responsabilidad Social, la cual no es certificable, pero desde el 2010 da una pauta general de implementación del sistema a nivel interno en la empresa. También el Global Reporting Initiative (GRI), guía mundialmente reconocida para la elaboración de informes anuales de rendición de cuentas empresariales.

¿Cuentan con un informe de rendición de cuentas anual de triple impacto?



Generating sustainable businesses goes beyond reputation. It seeks out models that impact development as a means of improving business profits with related parties. Using this approach is evidence that the real intention goes beyond obtaining certifications or recognition in the field.

Now, globally recognized guidelines to legitimize business actions are: ISO26000 - Social Responsibility. Although not certifiable, since 2010 ISO26000 has provided general guidelines for implementing the system internally in a company. Also the Global Reporting Initiative (GRI) is a guide worldwide recognized for preparing annual corporate accountability reports.

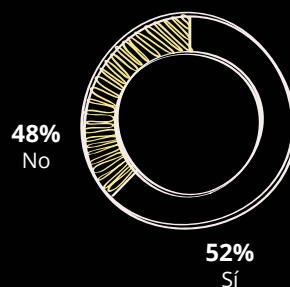
## Tendencia 8: Derechos humanos

En el marco de los principios rectores de Naciones Unidas sobre empresas y derechos humanos, las empresas tienen la obligación de respetar los mismos, lo que significa actuar con debida diligencia para no vulnerarlos y reparar las consecuencias negativas de sus actividades.

Cada organización deberá realizar un análisis exhaustivo para saber qué derechos humanos tendrán mayor probabilidad de verse afectados por su actividad y/o sus operaciones.

La matriz de riesgos que se propone aborda aquellos por proceso, es decir que contempla los productivos, gestión de personal

¿Su empresa identificó los DDHH críticos para su actividad?



## Trend 8: Human rights

Within the framework of the United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights, companies have an obligation to respect Human Rights, which means acting with due diligence to avoid violating the rights of third parties and repairing the negative consequences of one's actions.

Each organization must undertake an exhaustive analysis to learn of those human rights most likely to be affected by its activity and/or its operations.

The risk matrix proposed addresses the risks by process. In other words, it provides for productive processes, personnel management, communication & marketing, legal, environment,

comunicación & marketing, legales, ambiente, gobierno corporativo, contabilidad, tesorería, SSO, ventas, compras, entre otros relevantes.

corporate governance, accounting, treasury, SSO, sales, purchases, among other relevant areas.

## Tendencia 9: Cambio climático y Science Based Targets (SBT)

Medir la línea base ambiental y las emisiones de gases de efecto invernadero –GEI, para reportarlas, de forma adecuada, es el punto de partida para las empresas para reducir la huella de carbono y mostrar responsabilidad frente al mercado y todos los grupos de interés de la empresa.

Existen estándares internacionales que ofrecen metodologías mundialmente reconocidas para la medición de la huella de carbono, como lo son la ISO14001, el GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol) y el Science Based Targets (SBT).

Es una metodología:

- Alineada al acuerdo de París para limitar el calentamiento global a menos de 2°C.
- Impulsa a las empresas en la transición a la economía baja en carbono.
- Especifica cuánto y con qué rapidez necesitan reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Donde los porcentajes de reducción se definen por alcances y en base a enfoques técnicos (power, iron and steel, cement, aluminium, pulp and paper and services - buildings), como enfoques sectoriales (absoluto o basados en la economía).

## Conclusiones

Como conclusión general del presente estudio, podemos evidenciar que las empresas están informadas en cuanto a las tendencias del día a día, este aspecto es positivo ya que saben que hay corrientes que están sucediendo, que son importantes de atender y que el papel empresarial es relevante para un camino sostenido.

Es gratificante saber que estas tendencias son las que se están viviendo en el continente suramericano, por lo cual la relevancia está dada a nivel macro y Ecuador es parte de estos retos, es un contexto positivo ya que somos parte de los desafíos, pero también de las soluciones.

Como tantas veces se ha mencionado que la sostenibilidad es transversal al negocio y luego de revisar el presente estudio no nos cabe la duda de que, el momento de la sostenibilidad en el Ecuador es hoy.

## Trend 9: Climate change and Science Based Targets (SBT)

Measuring the environmental baseline and greenhouse gas emissions, and reporting on them appropriately, is the starting point for companies wishing to reduce their carbon footprint and acting responsibility towards the market and all the company's stakeholders.

Various international standards offer worldwide recognized methodologies for measuring the carbon footprint, such as ISO14001, the GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol) and the Science-Based Targets (SBT).

This methodology:

- Is aligned to the Paris Agreement to limit global warming to less than 2°C.
- Drives the competitive advantage of companies during the transition to a low carbon economy.
- Provides companies with a clearly defined path by specifying how much and how quickly they need to reduce their greenhouse gas emissions.
- Indicates the reduction percentages required, defined by scope and based on technical approaches (power, iron and steel, cement, aluminum, pulp and paper and services - buildings), as sectoral approaches (absolute or based on the economy)

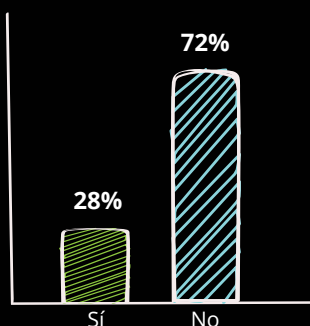
## Conclusiones

As a general conclusion, we have seen that companies are informed of current trends. This is a positive development since organizations are now aware of movements as they happen and realize their significance and that the role of business role is relevant in terms of sustainment.

It is encouraging to learn that these trends are now being implemented in the South American continent. Indeed, they are relevant at the macro level and Ecuador forms part of these challenges. Viewed positively, we are part of the context because we are part of the challenges, but we are also part of the solutions.

It has been said many times but it bears repeating: sustainability is a cross-cutting element within a business. The results of this study leave no doubt. The time has come to implement sustainability in Ecuador.

¿Su compañía ha podido medir su línea base, huella de carbono?





# Índice Deloitte de Confianza Empresarial

El IDCE presenta a septiembre 2019 una variación de -1.42% respecto de agosto. El sentimiento general sigue siendo todavía expectante en función de las medidas que se vayan a tomar para el manejo económico.

The IDCE presents as of September 2019 a variation of -1.42% from August. The overall sentiment remains expectant depending on the measures to be taken for economic management.

A continuación presentamos los resultados de la encuesta de septiembre:

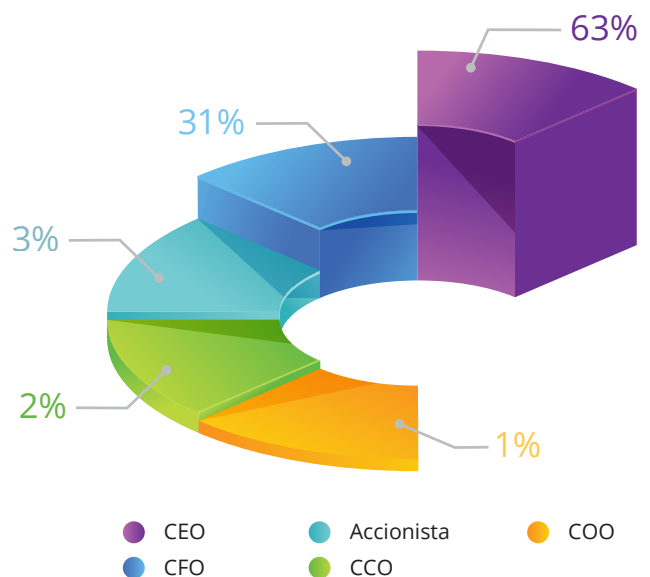
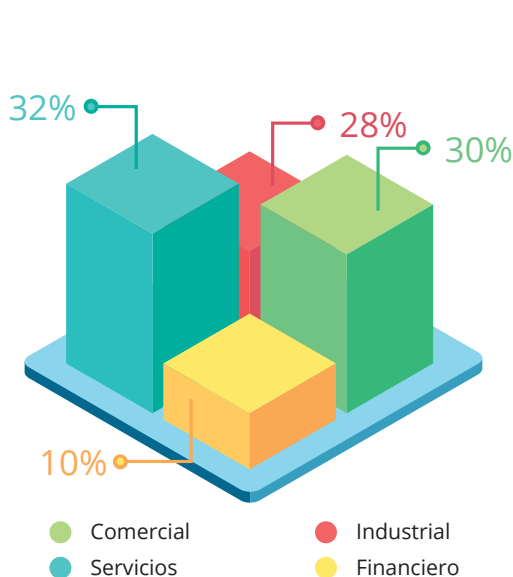
Below we present the results of the May survey:

Las **98** respuestas obtenidas por sector de actividad y cargo:

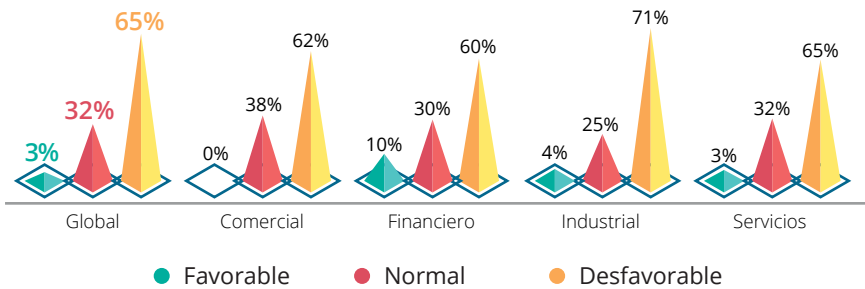
The **98** responses received by sector and position:

Por sector de actividad / By sector of activity

Por cargo / By position



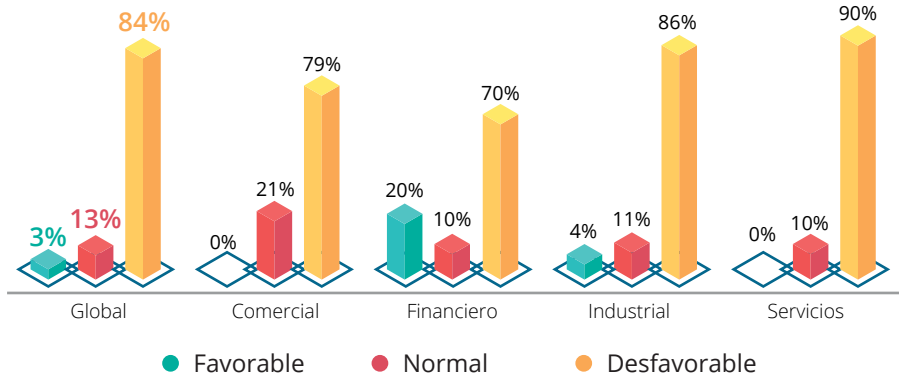
## Entorno Socio-económico del país / Ecuador's socio-economic environment



Un 35% de los encuestados considera que el entorno socio económico es favorable-estable (40% el mes pasado), lo cual no demuestra una mejora ante la percepción presentada en meses anteriores.

35% of respondents believe the socio-economic environment to be favorable - stable (40% last month), which does not demonstrate an improvement in the perception presented in previous months.

## Condiciones para la Inversión Extranjera Directa - IED



## Conditions for Foreign Direct Investment - FDI

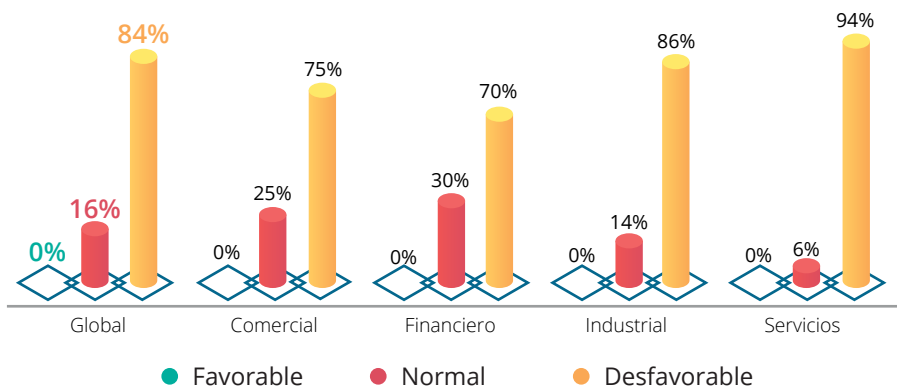
Un 16% en promedio considera que las condiciones para atraer IED fueron normales - favorables (29% el mes pasado).

Durante el segundo trimestre del año no se han cumplido las expectativas del Gobierno para atraer la IED. Este mes presenta una baja en la confianza, principalmente en los sectores comercial y de servicios .

An average of 16% believe that the conditions to attract FDI were normal - favorable (29% last month).

During the second quarter of the year, the Government's expectations to attract FDI have not been met. This month presents a decline in confidence, mainly in the commercial and service sectors.

## Entorno Jurídico - regulatorio



## Legal - Regulatory environment

El 84% en promedio considera que el entorno jurídico - regulatorio es desfavorable para el desarrollo de las actividades económicas (86% lo percibía como desfavorable el mes pasado). Un 16% estima que este marco es estable.

84% believes that the legal - regulatory environment is unfavorable for undertaking economic activities (86% last month). 16% estimated that this framework is stable.

# Streaming

Por: Germán Ortiz, Socio Líder de la Industria de Tecnología, Medios y Telecomunicaciones, Deloitte España

Los nuevos contenidos de las plataformas de streaming o Video on Demand (VoD) no solo han modificado el panorama actual de los medios a nivel global, sino que también han traído consigo un cambio de paradigma en las maneras tradicionales de hacer y ver el cine y la televisión.

**L**os mercados de televisión y entretenimiento están evolucionando a una gran velocidad. Los cambios en la tecnología, en las preferencias y en los hábitos de los espectadores, así como el surgimiento de consumidores cada vez más preparados y conscientes, están impactando y modificando la dinámica y el panorama actual de la industria.

Hoy, los proveedores de servicios de televisión y entretenimiento tienen que hacer frente a cientos de pantallas de acceso, dominadas por dispositivos habilitados para el uso Over-The-Top (OTT) o de libre transmisión. Solo durante 2016, casi la mitad de los hogares de los EE.UU. se había suscrito a un servicio de Streaming Video on Demand (S-VoD), –los millennials lo hicieron a un promedio de cuatro–.

**En general, 60% de los consumidores de los EE.UU. (y 82% de los millennials) consume video en streaming, al menos una vez al mes.**

Gartner estima que, para 2019, entre 50% y 60% de los hogares recién formados en todo el mundo no se suscribirán a un servicio tradicional de televisión de paga y elegirán entre las ofertas S-VOD, Transaccional Video on Demand (T-VOD) y servicios de video en línea gratuitos (como YouTube).

La oferta tan grande de contenido que se tiene en la actualidad está alejando al consumidor de las ofertas tradicionales, al contar con múltiples portales y plataformas para buscar contenido.

**T**he television and entertainment markets are evolving rapidly. Changes in technology, preferences and the habits of the viewing public as well as the emergence of ever more informed and conscious consumers has impacted and modified the industry's dynamics and outlook.

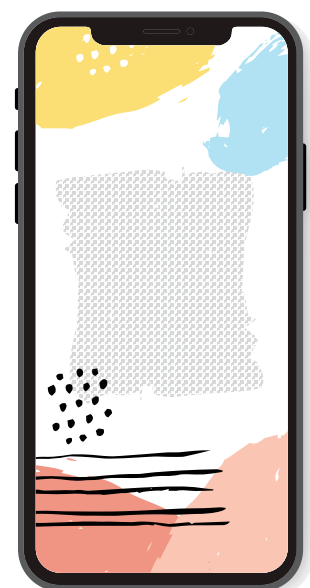
Television and entertainment service providers now have to deal with hundreds of access screens, dominated by over-the-top (OTT) or free-streaming devices. During 2016 alone, almost half of U.S. households subscribed to a Streaming Video on Demand (S-VoD) service - millennials were twice as likely to subscribe.

**Overall, 60% of U.S. consumers (and 82% of millennials) consume streaming video at least once a month.**

Gartner estimates that by 2019 between 50% and 60% of newly formed homes worldwide will cease to subscribe to a traditional pay-TV service and will choose between the S-VOD, Transactional Video on Demand (T-VOD) offers and free online video services (such as YouTube).

The wide range of content currently available is moving the consumer away from traditional offers by providing multiple portals and platforms to search for content.

The new content available on streaming platforms or Video on Demand (VoD) has not only changed the current global media landscape but has also brought about a shift in the traditional ways of making and watching cinema and television.



De hecho, en mercados maduros, los proveedores de servicios de comunicaciones (CSP, por sus siglas en inglés), que operan como proveedores de servicios de video tradicionales, están amenazados con un comportamiento "de corte de cables" por parte de los usuarios, mientras que, en los mercados emergentes, tienen dificultades para seguir atrayendo nuevos clientes, lo que ha provocado una caída importante en ese sector.

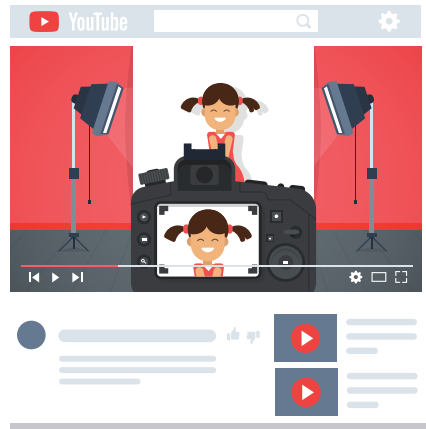
De acuerdo con las Predicciones de Deloitte 2019, en 2022, se espera que 80% del mercado de contenidos sea vía streaming. A medida que diversas plataformas, como Netflix y Amazon, han incrementado la variedad y la calidad del contenido de sus servicios de transmisión, sus proyectos han obtenido un mayor reconocimiento, modificando completamente el actual ecosistema de entretenimiento y convirtiéndose en la opción predilecta de millones de suscriptores.

**Hoy, más que nunca, cuando se trata de contenido, los consumidores lo quieren "a su manera". Gracias a los avances en tecnología móvil y video, actualmente, los usuarios pueden disfrutar de un formato conformado por una gran cantidad de opciones, en el que ellos deciden qué ver y cuándo hacerlo, sin necesidad de publicidad. Esto, en conjunto, ha incrementado la popularidad y aceptación de los servicios de streaming.**

En ese sentido, destaca el caso de Netflix, que se ha convertido en una plataforma de contenido importante, disruptiva y que ha venido a cambiar el panorama general de la industria, al considerar no solo los contenidos que produce y transmite, sino también el vínculo que genera con el consumidor.

Además del contenido, uno de los puntos que más le ha permitido a Netflix posicionarse en el mercado es el manejo de redes sociales para promover la marca, con lo que ha logrado crear una cercanía inmediata con el público, aprovechando sucesos de la vida real. Este tipo de promoción se ajusta a cada red social, creando publicaciones que en ocasiones resultan virales.

Otro de los secretos de su éxito es que cada uno de sus usuarios tiene su propio perfil, lo que permite, a través de analíticos avanzados, trabajar en mecanismos de personalización que analizan el comportamiento del suscriptor, sus horarios, gustos y preferencias, y las etiquetas de su actividad reciente, y, de esta forma, conecta al espectador con historias



Indeed, in the mature markets, communications service providers (CSPs), which operate as traditional video service providers, are threatened with "cable cutting" by users, while, in emerging markets, they face difficulties in continuing to attract new customers, leading to a significant fall in the market sector.

According to the Deloitte Predictions 2019, in 2022, 80% of the market content is expected to be available through streaming. As various platforms, such as Netflix and Amazon, have increased the variety and quality of their streaming services content, their projects have gained greater recognition, completely modifying the current entertainment ecosystem and becoming the favorite choice of millions of subscribers.

**Today, more than ever, when it's a matter of content, consumers want it "their own way." Thanks to the advances in mobile and video technology, users can now enjoy a format with a large number of options, enabling them to decide what to watch and when to watch it, without any advertising. This, when taken as a whole, is the reason behind the increased popularity and acceptance of streaming services.**

A case in point is Netflix, a key, disruptive content platform that has changed the industry's general outlook. Netflix not only sees content but values it for the link that it forges with the consumer.

In addition to content, Netflix has also been able to position itself in the market by managing social networks that promote the brand, creating an immediate proximity to the public while taking advantage of real-life events. This type of promotion harmonizes with each social network, creating messages that often go viral.

Another secret behind Netflix's success is the individual user profile. Leveraging advanced analytics, the company can customize mechanisms to analyze subscribers behavior, their schedules, tastes and preferences, and their recent activity tags. The company then connects the viewer to stories that may be of interest, reinventing the user interface and making it more interactive, dynamic and attractive.



que podrían ser de su interés, reinventando la interfaz de usuario y haciéndola más interactiva, dinámica y atractiva.

Es muy probable que, próximamente, el cine y la televisión tiendan hacia un formato streaming, debido a las preferencias actuales del consumidor, como disfrutar de contenido en la comodidad de su hogar, evitar traslados, así como disfrutar de sus alimentos y bebidas favoritas y que tienen al alcance.

**Por ello, y con el propósito de evitar ser desplazadas, cada vez será más común observar la incursión de ciertas cadenas de cine y de televisión de paga en plataformas streaming.**

La transformación del sector se muestra también en sucesos como la inclusión de Netflix a la Asociación Cinematográfica de los Estados Unidos (MPAA, por sus siglas en inglés), uno de los grupos más poderosos en la industria del cine y la televisión, fundada en 1922.

Al convertirse Netflix en el primer servicio de streaming en pertenecer a la MPAA, se une a gigantes cinematográficos que eventualmente terminarán por girar hacia esta tendencia de distribución innovadora.

Para muestra, está el caso de los estudios Walt Disney, que lanzarán su plataforma de S-VoD en los próximos meses, un suceso que sin duda puede sentar un precedente de la evolución que tanto el cine como la TV tendrán hacia estos canales.

In the none-too-distant future it is very likely that cinema and television will move towards a streaming form, given current consumer preferences. Users will be able to enjoy content in the comfort of their home, thus avoiding travel, as well as indulging in their favorite food and drinks that are all within reach.

**As companies strive to avoid being displaced, the incursion of various pay-per-view film and television networks on streaming platforms will become increasingly common.**

The transformation of the sector has also become apparent in events such as the inclusion of Netflix to the United States Film Association (MPAA), one of the most powerful film and television industry groups, founded in 1922.

When Netflix became the first streaming service to join the MPAA, it joined the film giants who will eventually decide the future of this innovative distribution trend.

A case in point is the Walt Disney studios, which will launch their S-VoD platform in the coming months, an event will establish a precedent for the evolution of both cinema and TV.



# Registros oficiales



## Materia Tributaria

**Registro Oficial No. 31 Suplemento No. 1: Resolución del SRI No. 43:** El Servicio de Rentas Internas reforma el Porcentajes de retención en la fuente del impuesto a la renta, dada por SRI 787 RS 346 2/10/2014.

**Registro Oficial No. 37 Suplemento No. 1: Resolución del SRI No. 44:** El Servicio de Rentas Internas, reforma el procedimiento para la devolución del IVA a sociedades y personas naturales que desarrollen proyectos de construcción de vivienda de interés social, dado por SRI 419 RS 354 24/10/2018.

## Materia Ambiental

**Registro Oficial No. 33: Resolución Ministerial No. 63:** Dirección del Parque Nacional Galápagos: Declara restringida temporalmente la actividad de buceo de superficie (snorkel) en la zona destinada para esta actividad en el sitio Santa Fe (Fondeadero).

**Registro Oficial No. 33: Resolución Ministerial No. 616:** Dirección del Parque Nacional Galápagos, expide el Protocolo para la tramitación de solicitudes de uso de suelo en áreas del Parque Nacional Galápagos.

## Materia Contratación Pública

**Registro Oficial No. 37 Suplemento No. 1: Servicio Nacional de Contratación Pública No. 101:** Reforma la Codificación y Actualización de las Resoluciones emitidas por el Servicio Nacional de Contratación Pública, dado por ICP 72 RS 245 29/1/2018.

## Materia Societaria

**Registro Oficial No. 39: Resolución de la Superintendencia de Compañías No. 9:** La Superintendencia de Compañías expide el Instructivo para la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF" completas y de la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES), en las compañías sujetas al control y vigilancia.

## Tax Matters

**Supplement No. 1 to Official Gazette No. 31: Resolution SRI No. 43:** The Internal Revenue Service amends the income tax withholdings at source percentages, granted through SRI 787 RS 346 2/10/2014.

**Supplement No. 1 to Official Gazette No. 37: Resolution SRI No. 44:** The Internal Revenue Service amends the procedure for refunding VAT to companies and individuals that undertake housing construction projects of social interest, granted through SRI 419 RS 354 24/10/2018.

## Environmental Matters

**Official Gazette No. 33: Ministerial Resolution No. 63:** The Department of the Galapagos National Park: Declares the temporarily restriction on surface diving activity (snorkeling) in the area destined for such activity at the Santa Fe site (Fondeadero).

**Official Gazette No. 33: Ministerial Resolution No. 616:** The Department of the Galapagos National Park issues the Protocol for processing land use applications in the Galapagos National Park areas.

## Public Procurement Matters

**Supplement No. 1 to Official Gazette No. 37: National Public Procurement Service No. 101:** Reforms the Codification and Updates the Resolutions issued by the National Public Procurement Service, granted through ICP 72 RS 245 29/1/2018.

## Corporate Matters

**Official Gazette No. 39: Superintendence of Companies Resolution No. 9:** The Superintendence of Companies issues the Instructions for application of full International Financial Reporting Standards "IFRS" and the International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities (IFRS for SMEs), in companies subject to its control and oversight.

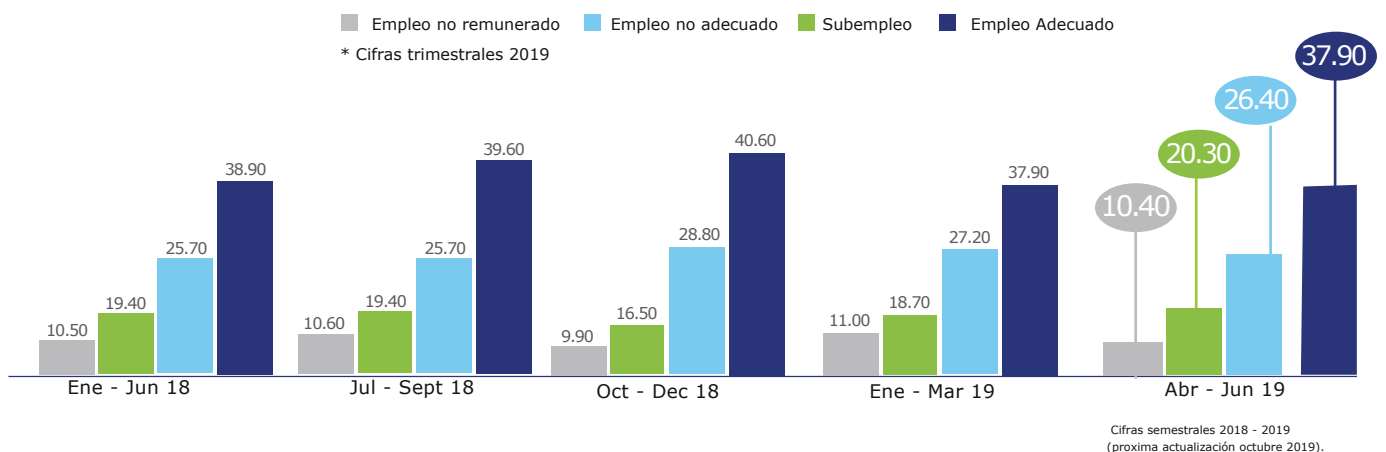


# Cifras económicas

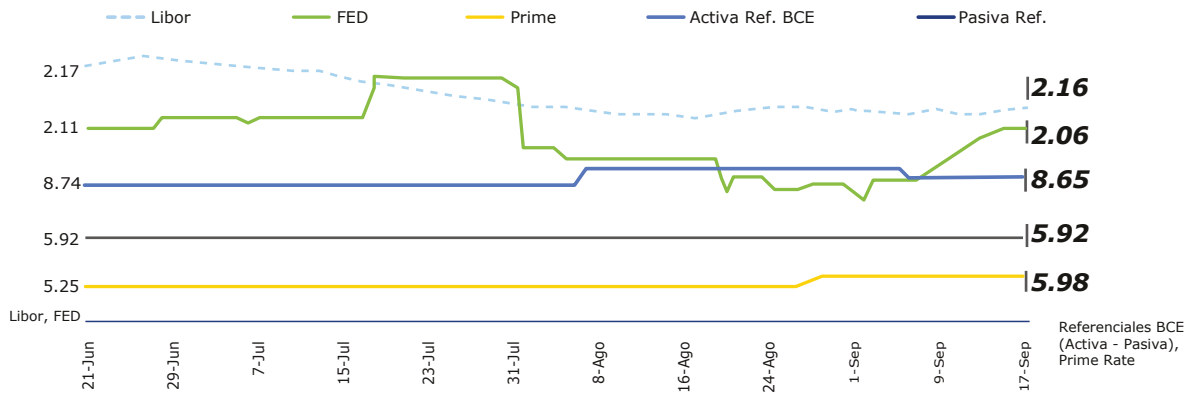
Monedas	Cotización Internacional	Tasa Oficial	Transacciones	
			Compra	Venta
Bolívar Soberano	19801.98	20000.00	20000.00	20000.00
Euro	0,91	0,91	0,91	0,91
Libra Esterlina	0,80	0,80	0,80	0,80
Nuevo Sol	3,36	3,36	3,36	3,36
Peso argentino	56,66	56,66	56,66	56,66
Peso boliviano	6,86	6,91	6,91	6,91
Peso chileno	717,36	719,42	719,42	719,42
Peso colombiano	3415.30	3415.30	3415.30	3415.30
Yen	107.66	107.64	107.64	107.64
Real Brasil	4.16	4.16	4.16	4.16

Valores expresan unidades de cada moneda que se obtienen por cada \$1US

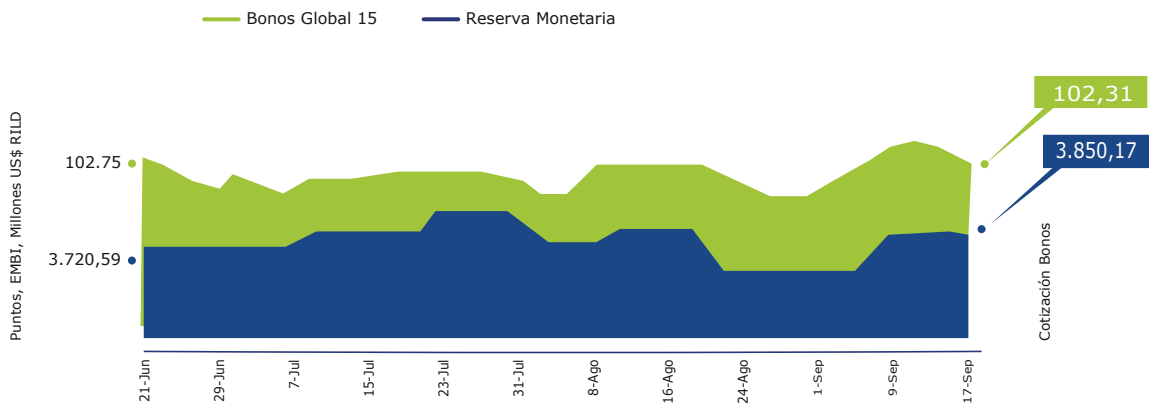
## Evolución de Indicadores



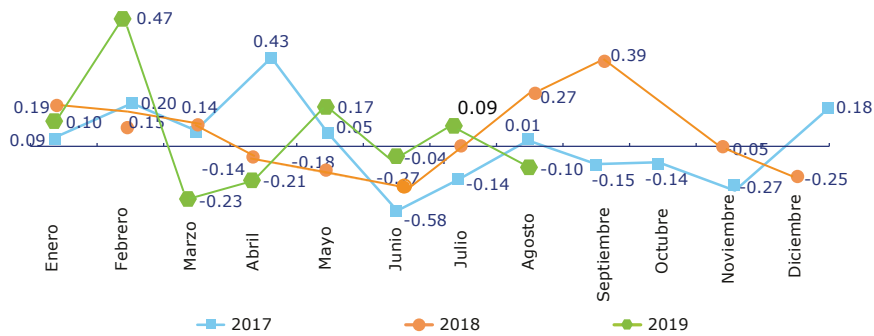
### Tasas Referenciales



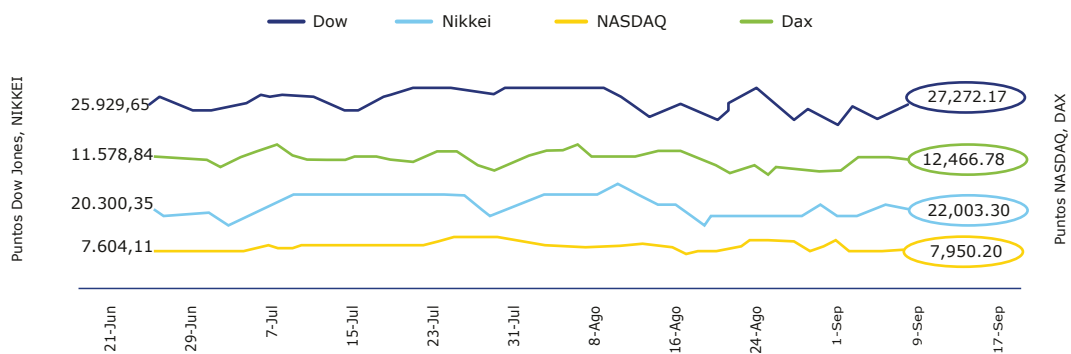
### Bonos Global 15 y RILD



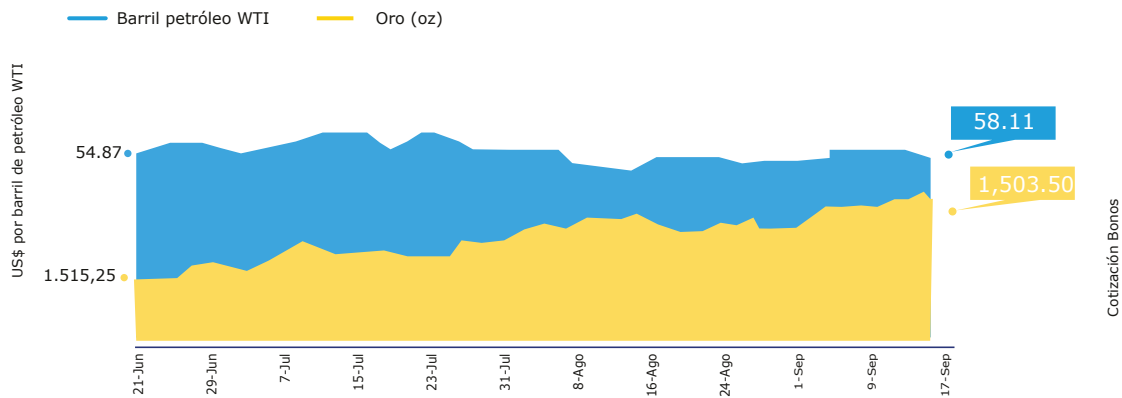
### Inflación



### Índices Bursátiles



**Materias Primas**



Período	Tasas de interés referenciales				Internacionales				
	Básica del Banco Central	Pasiva Referencial	Activa Referencial	Legal	Prime NY	Libor			
						30 días	90 días	180 días	360 días
<b>2016</b>	0.20	5.12	8.10	8.10	3.75	0.77	1.00	1.32	1.69
<b>2017</b>	0.20	4.95	7.83	7.83	4.50	1.51	1.64	1.79	2.07
<b>2018</b>	0.20	5.43	8.69	8.69	5.25	2.48	2.79	2.87	3.05
<b>Enero 2019</b>	0.20	5.70	8.82	8.82	5.50	2.50	2.74	2.82	3.02
<b>Febrero 2019</b>	0.20	5.70	8.82	8.82	5.50	2.48	2.66	2.69	2.87
<b>Marzo 2019</b>	0.20	5.67	8.75	8.75	5.50	2.49	2.61	2.68	2.81
<b>Abril 2019</b>	0.20	5.84	8.62	8.62	5.50	2.48	2.58	2.63	2.75
<b>Mayo 2019</b>	0.20	5.61	8.62	8.62	5.50	2.44	2.52	2.57	2.67
<b>Junio 2019</b>	0.20	5.93	8.26	8.62	5.50	2.40	2.32	2.21	2.18
<b>Julio 2019</b>	0.20	5.92	8.74	8.74	5.25	2.23	2.24	2.13	2.12
<b>Agosto 2019</b>	0.20	5.92	8.74	8.74	5.25	2.17	2.15	2.03	1.95
<b>Septiembre 2019</b>	0.20	5.98	8.65	8.65	5.25	2.04	2.13	2.07	2.07

Fuente: Banco Central del Ecuador

**Tasas de interés activas efectivas calculadas por el Banco Central**

Segmento de Crédito	Productivo Corporativo		Productivo PYMES	
		Tasa Referencial: 9,26%	Tasa Máxima: 9,33%	Tasa Referencial: 11,40%
	Consumo		Vivienda	
	Tasa Referencial: 16,26%	Tasa Máxima: 17,30%	Tasa Referencial: 10,22%	Tasa Máxima: 11,33%
	Microcrédito acumulación ampliada		Tasa Referencial: 20,24%	
			Tasa Máxima: 23,50%	

Fuente: Banco Central del Ecuador

**Evolución de la inflación**

	2017					2018					2019				
	% INFLACIÓN					% INFLACIÓN					% INFLACIÓN				
	INDICE	MES	ACUMULADA (Por el año)	ANUAL (12 meses)	ANUALIZADA (Mes * 12)	INDICE	MES	ACUMULADA (Por el año)	ANUAL (12 meses)	ANUALIZADA (Mes * 12)	INDICE	MES	ACUMULADA (Por el año)	ANUAL (12 meses)	ANUALIZADA (Mes * 12)
Enero	105.30	0.09	0.09	0.90	1.03	105.20	0.19	0.19	-0.09	-0.11	105.77	0.47	0.47	0.54	6.58
Febrero	105.51	0.20	0.29	0.96	2.42	105.37	0.15	0.34	-0.14	1.96	105.53	-0.23	0.24	0.54	6.58
Marzo	105.66	0.14	0.42	0.96	1.72	105.43	0.06	0.41	-0.21	0.69	105.31	-0.21	0.02	0.16	-2.69
Abril	106.12	0.43	0.86	1.09	5.35	105.29	-0.14	0.27	-0.78	-1.58	105.49	0.17	0.19	-0.12	-2.47
Mayo	106.17	0.05	0.91	1.10	0.57	105.09	-0.18	0.09	-1.01	-2.26	105.48	-0.004	0.19	0.19	2.07
Junio	105.55	-0.58	0.32	0.16	-6.79	104.81	-0.27	-0.19	-0.71	-3.15	105.45	-0.04	0.15	0.37	-0.11
Julio	105.40	-0.14	1.18	0.10	-1.69	104.80	-0.40	-0.19	-0.57	-0.11	105.54	0.09	0.25	0.61	-0.034
Agosto	105.42	0.01	0.20	0.28	0.23	105.08	0.27	0.08	-0.32	3.25	105.54	-0.10	0.14	0.33	-1.20
Septiembre	105.26	-0.15	0.04	-0.03	-1.81	105.50	0.39	0.47	0.23	4.90					
Octubre	105.10	-0.14	-0.10	-0.09	-1.81	105.45	-0.05	0.42	0.33	-0.57					
Noviembre	104.82	-0.27	-0.38	-0.22	-3.15	105.18	-0.25	0.17	0.35	-3.03					
Diciembre	105.00	0.18	-0.20	-0.20	2.08	105.28	0.10	0.27	0.27	1.15					

\*\*Los índices del IPC (Base: 2004=100) han sido empalmados a la serie del nuevo IPC (Base: 2014=100).



## Taller de Planeación Estratégica Cierre Financiero – Fiscal 2019

El taller se desarrollará considerando los temas críticos más importantes sobre la preparación oportuna e integral del cierre financiero - fiscal del 2019. Se incluirán casos prácticos considerando las Normas Internacionales de Información Financiera y la Normativa Tributaria aplicable.

### **Guayaquil**

**Fecha:** 24 de octubre, 2019

**Lugar:** Hotel Wyndham

**Hora:** 8h30 – 18h00

### **Quito**

**Fecha:** 30 de octubre, 2019

**Lugar:** Hotel Swissotel

**Hora:** 8h30 – 18h00

Para más información visite: [www.deloitte.com/ec](http://www.deloitte.com/ec)