

Predicciones de Deloitte TMT para el 2015

Tomado del estudio: "TMT Predictions 2015". Para acceder al estudio completo visite www.deloitte.com/millennialsurvey

Este año las compras de teléfonos inteligentes en tiendas alrededor del mundo aumentarán más de 1,000% con respecto al año pasado. Si bien la billetera móvil no reemplazará a la billetera tradicional aún, el 2015 será un punto de inflexión hacia una adopción más amplia de los consumidores de los pagos de teléfonos inteligentes en las tiendas.

Esto es de acuerdo a la 14ª edición de Predicciones de Tecnología, Medios y Telecomunicaciones un informe de Deloitte Global. Además, predice que los libros impresos continuarán dominando la industria editorial y representarán el 80% de todas las ventas de libros en dólares y unidades, y que el 2015 será el año donde las empresas estarán por delante de los consumidores para la adopción de nuevas tecnologías tales como impresión en 3D, internet de los objetos (IoT, por sus siglas en inglés) y drones.

"Los teléfonos inteligentes ya se están utilizando para revisar balances, transferir fondos y realizar transacciones en línea, pero no han alcanzado un estatus global de 'billetera móvil'"; dijo Jolyon Barker, Director General, Industria TMT Global, Deloitte Global. "Predecimos que el 2015 será el primer año en el que se abordarán todos los principales requisitos móviles, haciendo más fáciles las opciones de pago por teléfono inteligente, con un sistema de seguridad fácil de usar en su lugar."

Además, contrario a las predicciones anteriores acerca de que los teléfonos inteligentes llegarían a un estancamiento, Deloitte Global predice que habrá mil millones de actualizaciones en el 2015, señalando que el mercado aún no ha madurado o se ha estancado.

Los consumidores no siempre conducen el camino: El péndulo se inclina de nuevo a la innovación empresarial

El año pasado marcó un cambio después de una década de tendencia hacia el consumo de la Tecnología de la Información (TI), por ejemplo, con una modesta aceptación del consumidor de la tecnología portátil como los lentes inteligentes.

Los puntos más destacados y detalles de las predicciones de TMT de este año para impactar el mercado en 2015 incluyen:

Tecnología

- **¿El fin del consumo de la TI?** En 2015, el péndulo de la adopción de tecnología comenzará a oscilar de vuelta al mercado empresarial, revirtiendo una tendencia de una década que se dirigió en la otra dirección – cuando la adopción masiva de tecnologías como los teléfonos inteligentes de pantalla grande y las tabletas iniciaron primero con la adopción del consumidor.

Deloitte TMT Predictions - 2015

This year in-store smartphone purchases worldwide will increase by more than 1,000 percent from last year. While the mobile wallet won't replace the traditional wallet yet, 2015 will be a tipping point toward wider consumer adoption of in-store smartphone payments.

This is according to the 14th edition of Technology, Media & Telecommunications (TMT) Predictions, a report by Deloitte Touche Tohmatsu Limited (Deloitte Global). Additionally, Deloitte Global predicts that print books will continue to dominate the publishing industry and account for 80 percent of all book sales by dollars and units, and that 2015 will be the year where enterprise will be ahead of consumers for adoption of new technologies such as 3D printing, Internet of Things (IoT) and drones.

"Smartphones are already being used to check balances, transfer funds and transact online, but they have not reached a 'mobile wallet' status globally," said Jolyon Barker, Managing Director, Global TMT Industry, Deloitte Global. "We predict 2015 will be the first year that all mainstream mobile requirements will be addressed, making smartphone payment options easier, with user friendly security in place."

Also, counter to previous industry predictions around the smartphone reaching a plateau, Deloitte Global predicts there will be 1 billion upgrades in 2015, signaling that the market has not yet matured or stagnated.

Consumers don't always lead the way: The pendulum swings back to enterprise innovation

Last year signaled a shift away from a decade-long trend of consumerization of Information Technology (IT), for example, with a modest consumer uptake of wearable technology like smart glasses.

Additional highlights and details of this year's TMT predictions to impact the marketplace in 2015 include:

Technology

- **The end of the consumerization of IT?** In 2015, the pendulum of technology adoption will begin to swing back to the enterprise market, reversing a decade long trend that went the other way - when mass adoption of technologies like large screen smartphones and tablets started with consumer adoption first.

- **El internet de los objetos** se trata realmente de objetos, no de personas – en 2015, alrededor del 60% de los 2,000 millones de dispositivos IoT inalámbricos a nivel global será comprado, pagado y usado por empresas – a pesar de que los medios se centran en los consumidores controlando sus termostatos, luces y accesorios (que van desde máquinas de lavado hasta teteras). El hardware específico del internet de los objetos estará valorado en \$10 mil millones, pero el gran negocio son los servicios empresariales habilitados por los dispositivos: alrededor de \$70 mil millones.
- **Drones:** alto perfil y nicho – en 2015, los drones tendrán múltiples aplicaciones industriales y del gobierno civil. Deloitte Global predice que las ventas de drones no militares (también conocidos como vehículos aéreos no tripulados o VANTs) sean de alrededor de 300,000 unidades, llevando la base instalada a alrededor de un millón.
- **La impresión 3D** es una revolución: pero no la revolución que se cree – en 2015 se venderán alrededor de 220,000 impresoras 3D alrededor del mundo, con un valor en dólares de \$1.6 mil millones. Se estima que alrededor del 80% del valor de todas las impresoras 3D será para las compañías en lugar de los consumidores, lo que significa que la revolución real será en el mercado empresarial.
- **Baterías para teléfonos inteligentes:** mejores pero no revolucionarias – es probable que una duración más larga de la vida de la batería permanezca como un factor clave para los consumidores que elijan su próximo teléfono inteligente. La tecnología de batería recargable de iones de litio (Ion-Li) utilizada en todos los teléfonos inteligentes mejorará sólo de forma modesta en 2015, con no más que una unidad de carga o miliamperios-hora (mAh) 5 por ciento mayor comparada a un modelo del 2014 de las mismas dimensiones y voltaje.
- **El auge de “hacer clic y recoger”:** un beneficio para el consumidor, un reto para los minoristas – el número de ubicaciones de “hacer clic y recoger” en Europa alcanzará medio millón en 2015 un incremento de 20% con respecto al año anterior. “Hacer clic y recoger” le provee a los compradores la opción de recoger artículos comprados en línea desde locaciones tales como una sección especial en una tienda, un centro comercial o un armario de seguridad situado en una estación de tránsito.
- **Los nano satélites** despegan, pero no toman control – para finales del 2015 alrededor de 500 nano satélites (por debajo de 10 kg en masa) estarán en órbita. Los nano satélites son atractivos por muchas razones: son más baratos que los satélites convencionales, más livianos, más fáciles de construir y probar y más fáciles de lanzar. Aunque cada vez sean más capaces de tareas más complejas, es probable que sean aditivos al mercado existente de satélites grandes y no los remplacen.
- **The Internet of things** really is things, not people – in 2015, over 60% of the one billion global wireless IoT devices will be bought, paid for and used by enterprises - despite media focus on consumers controlling their thermostats, lights, and appliances (ranging from washing machines to tea kettles). The IoT-specific hardware is predicted to be worth \$10 billion, but the big story is the enterprise services enabled by the devices: about \$70 billion.
- **Drones:** high-profile and niche – in 2015, drones will have multiple industrial and civil government applications. Deloitte Global predicts sales of non-military drones (also known as unmanned aerial vehicles or UAVs), to be about 300,000 units, driving the installed base to over a million.
- **3D printing** is a revolution: Just not the revolution you think – in 2015 nearly 220,000 3D printers will be sold worldwide, with a dollar value of \$1.6 billion, but it is unlikely that there will be a “factory in every home.” estimates.

It is that about 80% of the value of all 3D printers will be for companies instead of consumers, meaning the real revolution will be in the enterprise market.

- **Smartphone batteries:** better but no breakthrough – longer battery life is likely to remain a key factor for consumer's choosing their next smartphone. The rechargeable, lithium ion (Li-Ion) battery technology used in all smartphones will improve only modestly in 2015, with no more than 5% greater unit charge or milliampere hours (mAh) compared to a 2014 model of the same dimensions and voltage.
- **Click and collect booms:** a boon for the consumer, a challenge for retailers – the number of click and collect locations in Europe will reach half a million in 2015, a 20% increase on the previous year. Click and collect provides shoppers with the option to pick up items purchased online from locations such as a special section in a store, a shopping mall, or a secure locker located in a transit station.
- **Nanosats take off,** but they don't take over – by the end of 2015 over 500 nanosatellites (nanosats, under 10 kg in mass) will be in orbit. Nanosats are attractive for many reasons: they are cheaper than conventional satellites, lighter, easier to build and test, and easier to launch. Although increasingly capable of more complex tasks, they are likely to be additive to the existing large satellite market, and not replace it.

Medios de Comunicación

- **Videos de formato corto:** un futuro, pero no el futuro, de la televisión – el tiempo total gastado viendo clips de vídeo de formato corto y otra programación de menos de 20 minutos de duración representará menos del 3% de todos los videos vistos en el año a nivel global. Deloitte Global no espera que el contenido de formato corto en línea suplante a la televisión tradicional de larga duración. Es un futuro, pero no el futuro, de un entretenimiento basado en la pantalla; y Deloitte predice que es poco probable que alguna vez llegue a ser el formato de video predominante, según lo medido por horas vistas o ingresos.
- **La 'generación que no gasta'** está gastando en TMT – los mileniales de Norte América marcarán el camino en el 2015 y gastarán un promedio de \$750 por contenido, tanto tradicional como digital. ¿En qué están gastando los mileniales? Televisión pagada, música, juegos de computadora, libros, deportes en vivo, video en tiempo real e incluso periódicos impresos.
- **Lo impreso no está muerto**, al menos para los libros impresos – las ventas de libros impresos serán cinco veces las ventas de libros electrónicos. Los libros electrónicos no han sustituido a los libros impresos en la misma forma en que han disminuido las ventas discos compactos, periódicos impresos y revistas. La gente joven (edades de 18-34) está tan apegada a los libros impresos como sus mayores y leen más o menos al mismo ritmo que la demografía de más edad, y están dispuestos a pagar por ellos.

Telecomunicación

- **Los pagos móviles** sin contacto ganan impulso – el fin del 2015 marcará el punto de inflexión para el uso de teléfonos móviles en el pago dentro de las tiendas alrededor del mundo. Será el primer año en el cual los prerrequisitos múltiples para la adopción generalizada – satisfaciendo a las instituciones financieras, comerciantes, consumidores y a los proveedores de dispositivos – se habrán tomado en consideración de manera suficiente.

En 2015, cerca del 10% de la base los teléfonos inteligentes alrededor del mundo se usará para hacer un pago dentro de la tienda al menos una vez al mes, en comparación a menos de 0,5% (liderado por los primeros usuarios en Japón) de alrededor de 450 millones de teléfonos inteligentes a mediados del 2014.

- Por primera vez, el **mercado de actualización de teléfonos** inteligentes será superior a mil millones. En el 2015 se venderán 1.35 mil millones de teléfonos inteligentes alrededor del mundo, pero alrededor de mil millones de ellos serán actualizaciones – nuevos teléfonos para aquellos que ya

Media

- **Short form video:** a future, but not the future, of television - the total time spent watching online short-form video clips and other programming of less than 20 minutes in length, will represent less than 3% of all video seen in the year globally. Deloitte Global does not expect short-form online content to usurp long-form traditional television. It is a future, but not the future, of screen-based entertainment; and Deloitte Global predicts it is unlikely ever to be the predominant video format, as measured by hours watched or revenues.
- **The 'generation that won't spend'** is spending on TMT – North American Millennials will lead the way in 2015 and spend an average of \$750 per person for content, both traditional and digital. What are Millennials spending on? Pay TV, music, computer games, books, live sports, streaming video, and even print newspapers.
- **Print is not dead**, at least for print books – sales from print books will be five times the sales of eBooks. eBooks have not substituted print books in the same way that sales of CDs, print newspapers and magazines have declined. Young people (age 18-34) are as attached to print books as their elders and read at about the same rate than older demographics, and they are willing to pay for them.

Telecommunication

- **Contactless mobile** payments gain momentum – the end of 2015 will mark the tipping point for the use of mobile phones for in-store payments around the world. It will be the first year in which the multiple prerequisites for mainstream adoption – satisfying financial institutions, merchants, consumers and device vendors – have been sufficiently addressed.

In 2015, about 10% of the base of smartphones worldwide will be used to make an in-store payment at least once a month, compared to less than half a percent (led by early adopters in Japan) of about 450 million smartphones in mid-2014.

- For the first time, **the smartphone upgrade** market will exceed one billion. 1.35 billion smartphones will sell worldwide in 2015, but over a billion of them will be upgrades – new phones for those who already have one. The upgrade cycle may be lengthening, but screen size, speed, storage, software and design will continue to drive growth for smartphone refreshes.

tienen uno. El ciclo de actualización puede haberse alargado, pero el tamaño de la pantalla, la velocidad, almacenamiento, software y el diseño continuarán impulsando el crecimiento de las actualizaciones de teléfonos inteligentes.

- **La brecha de la conectividad** se profundiza a medida que la adopción de Internet de gigabit se dispara – a nivel global, el número de hogares con internet de banda ancha crecerá alrededor de 2% a 725 millones y las velocidades medias de banda ancha en la mayoría de los países aumentará en un 20%. La brecha entre aquellos con acceso a las velocidades más rápidas de banda ancha y aquellos con velocidades básicas continuará ampliándose en 2015, proporcionando una experiencia variada de un hogar a otro, en especial para aplicaciones de gran ancho de banda como video en tiempo real. Toda la banda ancha es igual... pero algunas son más iguales que otras.

Ahora en su 14^a año, las Predicciones TMT Globales anuales de Deloitte proporcionan una perspectiva de 12-18 meses sobre tendencias clave en la tecnología, medios de comunicación y la industria de la telecomunicación a nivel mundial. Los detalles completos acerca de las Predicciones globales de TMT están disponibles aquí: <http://www.deloitte.com/Predictions2015>.

Sobre las Predicciones de DTTL TMT

Las predicciones de 'TMT' se basan en la investigación en todo el mundo con el apoyo de las entrevistas en profundidad y las aportaciones de los clientes de las firmas miembros de Deloitte, antiguos empleados de Deloitte, los analistas de la industria, los principales ejecutivos de 'TMT', y miles de practicantes de las firmas miembros de Deloitte 'TMT' a través de su red global. El enfoque de las Predicciones varía de un año a otro, pero un tema aparece constante: el impacto de 'TMT' en nuestro comportamiento se profundiza constantemente.

- **The connectivity chasm** deepens as gigabit Internet adoption rockets – globally, the number of homes with broadband Internet will grow by about 2% to 725 million, and average broadband speeds in most countries will increase by 20%. The gap between those with access to the fastest broadband speeds and those on basic speeds will continue to widen in 2015, providing a varied experience from home to home, especially for high bandwidth applications like streaming video. All broadband is equal...but some is more equal than others.

Now in its 14th year, Deloitte's annual Global TMT Predictions provides a 12-18 month outlook on key trends in the technology, media and telecommunications industry worldwide. Full details about the global TMT Predictions are available here: <http://www.deloitte.com/Predictions2015>.

About the DTTL TMT Predictions

The 'TMT' Predictions are based on worldwide research supported by in-depth interviews and input from Deloitte member firm clients, Deloitte alumni, its industry analysts, leading 'TMT' executives, and thousands of Deloitte member firm 'TMT' practitioners across its global network. The focus of Predictions varies from year-to-year, but one theme appears constant: the impact of 'TMT' on our behavior steadily deepens.

Las empresas necesitan restablecer su propósito de atraer a la Generación del Milenio (Millennials), según la encuesta anual de Deloitte

Tomado del estudio: *Millennials Survey 2015*. Para acceder al mismo visite www.deloitte.com/millennialsurvey

Las empresas deben centrarse en las personas y el propósito, no sólo en los productos y las ganancias en el siglo 21 según la cuarta Encuesta Millennial de Deloitte Touche Tohmatsu publicada en días pasados. Este y otros resultados de la encuesta sugieren que las empresas, especialmente en los mercados desarrollados, tendrán que hacer cambios significativos para atraer y retener la fuerza laboral del futuro.

Deloitte Global encuestó a los líderes del mañana en liderazgo efectivo de 29 países sobre cómo las empresas operan e impactan a la sociedad. Abrumadoramente el 75% de los Millennials creen que las empresas se centran en su propia agenda en lugar de ayudar a mejorar a la sociedad.

“El mensaje es claro: cuando se miran las metas profesionales, los Millennials de hoy en día están tan interesados en cómo una empresa desarrolla su gente y cómo contribuye a la sociedad, como en sus productos y ganancias”, dijo Barry Salzberg, CEO de Deloitte Global. “Estos resultados deberían ser vistos como un llamado de atención a la comunidad empresarial, particularmente en los mercados desarrollados, que deben cambiar la forma en que involucran los talentos de Millennials o se arriesgan a quedarse atrás.”

Sólo el 28% de los Millennials sienten que su organización actual está haciendo uso pleno de sus habilidades. Más de la mitad (el 53%) aspira a convertirse en el líder o el más alto ejecutivo dentro de su organización actual, con una brecha de ambición clara entre Millennials en los mercados emergentes y los mercados desarrollados. El 65% de los mercados emergentes basados en los Millennials dicen que les gustaría lograr este objetivo, en comparación con sólo el 38% en los mercados desarrollados. Esta cifra también fue mayor entre los hombres.

Además, la encuesta encontró que las grandes empresas globales son menos atractivas para los Millennials en los mercados desarrollados (35%) en comparación con los mercados emergentes (51%). Los mercados desarrollados, basados en Millennials son menos propensos (11%) a iniciar su propio negocio que los Millennials en los mercados emergentes (22%).

Otros hallazgos notables de la encuesta incluyen:

- **Los Millennials quieren trabajar para las organizaciones con fines.** Para 6 de cada 10 Millennials, un “sentido de propósito”, es parte de la razón por la que optó trabajar para sus empleadores actuales. Entre Millennials que utilizan relativamente más

Business needs to reset its purpose to attract Millennials, according to Deloitte’s annual survey

Business should focus on people and purpose, not just products and profits in the 21st century according to Deloitte Touche Tohmatsu Limited’s recently published fourth annual Millennial Survey. This and other findings from the survey suggest businesses, particularly in developed markets, will need to make significant changes to attract and retain the future workforce.

Deloitte Global surveyed tomorrow’s leaders, from 29 countries, on effective leadership, how business operates and impacts society. Millennials overwhelmingly believe (75%) businesses are focused on their own agenda rather than helping to improve society.

“The message is clear: when looking at their career goals, today’s Millennials are just as interested in how a business develops its people and how it contributes to society as they are in its products and profits,” said Barry Salzberg, CEO of Deloitte Global. “These findings should be viewed as a wake-up call to the business community, particularly in developed markets, that they need to change the way they engage Millennial talent or risk being left behind.”

Only 28% of Millennials feel their current organization is making full use of their skills. More than half (53%) aspire to become the leader or most senior executive within their current organization, with a clear ambition gap between Millennials in emerging markets and developed markets. Sixty-five % of emerging-market based Millennials said they would like to achieve this goal, compared to only 38% in developed markets. This figure was also higher among men.

Additionally, the survey found large global businesses have less appeal for Millennials in developed markets (35%) compared to emerging markets (51%). Developed-market based Millennials are also less inclined (11%) than Millennials in emerging markets (22%) to start their own business.

Other notable findings from the survey include:

- **Millennials want to work for organizations with purpose.** For 6 in 10 Millennials, a “sense of purpose,” is part of the reason they chose to work for their current employers. Among Millennials who are relatively high users of social networking tools (the “super-

las herramientas de redes sociales (los "Millennials súper-conectados"), esto parece tener aún mayor énfasis en el objetivo comercial; el 77% de este grupo informa que el propósito de su compañía era parte de la razón por la que optó por trabajar allí, en comparación con sólo el 46% de aquellos que son los "menos conectados".

- **Tecnología, Medios de Comunicación y Telecomunicaciones (TMT) son los empleadores más atractivos.** TMT se categoriza por ser el sector más deseable y el que proporciona las habilidades más valiosas según los Millennials. Los hombres (24%) fueron casi dos veces más propensos que las mujeres (13%) a clasificar a TMT como el sector número uno para trabajar. Este porcentaje es tres veces más alto que el segundo sector clasificado, comidas y bebidas (10%), y cuatro veces más que el tercer clasificado, servicios financieros y banca (8%).

¿Brecha de confianza? Los hombres Millennial son más propensos a buscar el liderazgo. Los hombres Millennial fueron algo más propensos a decir que les gustaría obtener el "cargo máximo" dentro de su organización que las mujeres (59% vs. 47%). Las mujeres, en la graduación, tenían menos probabilidades de clasificar sus habilidades de liderazgo como fuerte; 27% de los hombres ante el 21% de las mujeres calificaron esta habilidad como fuerte. Sin embargo, cuando se les preguntó qué los harían destacar como líderes, las mujeres eran más propensas a decir que el crecimiento y desarrollo de los empleados (34% en comparación con el 30%), un área que muchos Millennials sentían ausente dentro de sus organizaciones actuales.

- **Las organizaciones y las universidades deben hacer más para cultivar líderes emergentes.** Mientras que en general los Millennials no creen que sus organizaciones hacen uso pleno de sus habilidades (sólo el 28% dice que su organización hace pleno uso de sus habilidades), esta cifra se reduce significativamente entre los Millennials en los mercados desarrollados a sólo el 23%. Además, cae por debajo del 20% en Japón (9%), Turquía (15%), Corea del Sur (17%) y Chile (19%). Cuando se les pidió estimar las contribuciones que las destrezas adquiridas en la educación superior hicieron para lograr los objetivos de su organización, la cifra promedio de los Millennials fue de un 37%.
- **Las características cambiantes de liderazgo.** Los Millennials de hoy dan menor valor a líderes visibles (19%), bien conectados en red (17%), y técnicamente cualificados (17%). En cambio, definen a los verdaderos líderes como pensadores estratégicos (39%), con inspiración (37%), agradables (34%) y visionarios (31%).

"Los Millennials quieren más de las empresas que podría haber sido el caso de hace 50, 20 o incluso 10 años", dijo Salzberg. "Están enviando una señal muy fuerte a los líderes del mundo que al hacer negocios, deben hacerlo con un propósito. La búsqueda de este modo diferente y mejor de operar en el siglo 21, comienza por la redefinición de liderazgo."

connected Millennials"), there appears to be even greater focus on business purpose; 77% of this group report their company's purpose was part of the reason they chose to work there, compared to just 46% of those who are the "least connected."

- **Technology, media, and telecommunications (TMT) most attractive employers.** TMT ranked most desirable sector and the one to provide the most valuable skills according to Millennials. Men (24%) were nearly twice as likely as women (13%) to rank TMT as the number one sector to work in. This percentage was three times higher than second ranked food and beverages (10%), and four times that for third-ranked banking/financial services (8%).
- **Confidence Gap? Millennial men more likely to pursue leadership.** Millennial men were somewhat more likely to say they would like to secure the 'top job' within their organization than women (59% vs. 47%). Women were also less likely to rank their leadership skills at graduation as strong; 27% of men vs. 21% of women rated this skill as strong. However, when asked what they would emphasize as leaders women were more likely to say employee growth and development (34% compared to 30%), an area that many Millennials felt was lacking within their current organizations.
- **Organizations and colleges must do more to nurture emerging leaders.** While overall Millennials did not feel their organizations make full use of their skills (only 28% say their organization makes full use of their skills), this figure falls significantly among Millennials in developed markets to just 23%. In addition, it falls below 20% in Japan (9%), Turkey (15%), South Korea (17%) and Chile (19%). When asked to estimate the contributions that skills gained in higher education made to achievement of their organization's goals, Millennials' average figure is 37%.
- **The changing characteristics of leadership.** Today's Millennials place less value on visible (19%), well-networked (17%), and technically-skilled (17%) leaders. Instead, they define true leaders as strategic thinkers (39%), inspirational (37%), personable (34%) and visionary (31%).

"Millennials want more from business than might have been the case 50, 20, or even 10 years ago," said Salzberg. "They are sending a very strong signal to the world's leaders that when doing business, they should do so with purpose. The pursuit of this different and better way of operating in the 21st century begins by redefining leadership."

Registros oficiales

Área Político Administrativa

(III S-R.O. No. 422; 22-I-2015)
Decreto No. 540 de la Función Ejecutiva. Se reforma el Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

(III S-R.O. No. 439; 18-II-2015)
Función Legislativa. Se expide la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

Área Tributaria

(S-R.O. No.428; 30-I-2015)
Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000043 del Servicio de Rentas Internas. Se aprueba el formulario 105 de declaración del Impuesto a los Consumos Especiales y el procedimiento para su aplicación.

(II S-R.O. No. 430; 3-II-2015)
Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000054 del Servicio de Rentas Internas. Se aprueba el formulario de declaración informativa de transacciones exentas/no sujetas del impuesto a la salida de divisas y el procedimiento para su aplicación

Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000055 del Servicio de Rentas Internas. Se aprueba el formulario 109 para la declaración del impuesto a la salida de divisas y el procedimiento para su liquidación, declaración y pago.

Área Laboral y Seguridad Social

(II S-R.O. No. 429; 2-II-2015)
Acuerdo No. 257 del Ministerio del Trabajo. Se fija a partir del 1 de enero de 2015, los salarios/tarifas mínimas sectoriales, a nivel nacional, que recibirán los trabajadores privados amparados por el Código del Trabajo acorde a las Comisiones Sectoriales y sus respectivas estructuras ocupacionales

(S-R.O. No. 433; 6-II-2015)
Acuerdo No. MDT-2015-0020 del Ministerio del Trabajo. Se expide el Instructivo para el Registro Laboral de Personas Extranjeras.

(R.O. No. 434; 9-II-2015)
Acuerdo No. MDT-2015-0019 del Ministerio del Trabajo. Se emite el Reglamento para regular las relaciones especiales de trabajo entre los deportistas profesionales y las entidades deportivas empleadoras.

Área Comercio Exterior

(R.O. No. 436; 11-II-2015)
Resolución No. 002-DO-HB de la Subsecretaría de Servicios al Comercio Exterior. Se habilita a la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro-AGROCALIDAD para realizar las funciones de verificación y certificación del origen de las mercancías ecuatorianas de exportación correspondiente al sector agrícola y florícola.

(II S-R.O. No. 438; 13-II-2015)
Resolución No. 006-2015 del Comité de Comercio Exterior. Se resuelve que para la aplicación de la Resolución 042-2014 del

Official gazette

Administrative Policy Area

(III S-R.O. No. 422; 22-I-2015)
Decree No. 540 of the Executive Function reforms the National Public Procurement System Law.

(III S-R.O. No. 439; 18-II-2015)
The Legislative Function issues the Telecommunication Law.

Tax Area

(S-R.O. No.428; 30-I-2015)
Resolution No. NAC-DGERCGC15-00000043 of the Internal Revenue Services approves form 105 for declaring Excise Duty (ICE) and the procedure for its application.

(II S-R.O. No. 430; 3-II-2015)
Resolution No. NAC-DGERCGC15-00000054 of the Internal Revenue Services approves the form for declaring informative information on transactions exempt/not subject to the Overseas Remittance Tax (ISD) and the procedure for its application

Resolution No. NAC-DGERCGC15-00000055 of the Internal Revenue Services approves form 105 for declaring the Overseas Remittance Tax (ISD) and the procedure for its calculation, declaration and payment.

Labor and Social Security Area

(II S-R.O. No. 429; 2-II-2015)
Agreement No. 257 of the Ministry of Labor Relations establishes, as from January 1, 2015, minimum sector salaries/tariffs at national level to be paid to private workers pursuant to the Labor Code as agreed by the Sector Commissions and their respective occupational structures.

(S-R.O. No. 433; 6-II-2015)
Agreement No. MDT-2015-0020 of the Ministry of Labor issues the Directive for the Employment Registration of Foreigners.

(R.O. No. 434; 9-II-2015)
Agreement No. MDT-2015-0019 of the Ministry of Labor issues the Regulation to regulate special working relations between professional sports persons and sports employer entities.

Foreign Trade Area

(R.O. No. 436; 11-II-2015)
Resolution No. 002-DO-HB of the Foreign Trade Services Sub-Secretariat enables the Ecuadorian Quality Assurance Agency Agro-AGROCALIDAD to undertake verification and certification functions on Ecuadorian-source merchandise for export with respect to the agriculture and flower sector.

(II S-R.O. No. 438; 13-II-2015)
Resolution No. 006-2015 of the Foreign Trade Committee states that for the purpose of application of Resolution 042-2014 of the COMEX Plenary, the valid document for

Pleno del COMEX, el documento válido para la identificación de mercancía originaria de la Unión Europea será un certificado de origen no preferencial de conformidad con las normas europeas.

Área Financiera

(R.O. No. 422; 22-I-2015)
Resolución No. 022-2014-A de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Se reforman las Normas para el funcionamiento de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

Resolución No. 023-2014-F de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Se emiten disposiciones a toda persona que se hubiere posesionado como miembro de un directorio en las entidades del sector financiero público.

Área Producción

(R.O. No. 419; 19-I-2015)
Acuerdo No. 14 311 del Ministerio de Industrias y Productividad. Se expide el porcentaje mínimo de integración de partes, piezas y software para radios para vehículos para el año 2015.

(R.O. No. 436; 11-II-2015)
Acuerdo No. 654 del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca. Se fija el precio mínimo de sustentación para la caja de plátano de 50 lbs en US \$ 7.30 desde el 01 de Enero hasta el 31 de diciembre de 2015.

Área Comercial

(R.O. No. 432; 5-II-2015)
Resolución No. SCV-INAF-DNF-G-15-004 del Superintendencia de Compañías y Valores. Se dispone la contribución de las compañías y otras entidades sujetas a la vigilancia y control de la SC, que deben para el año 2015.

(R.O. No. 440; 19-II-2015)
Resolución No. 004 de la Junta de Regulación y Control del Poder de Mercado. Se expide la regulación para la expedición de normas por parte de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, y de Coordinación para el ejercicio de las facultades de control.

Área de Turismo, Medio Ambiente, Transporte, Comunicaciones, Electrificación, Petróleo y Salud

(S-R.O. No. 424; 26-I-2015)
Acuerdo No. 067-DM del Ministerio de Transporte y Obras Públicas. Se reforma la Ley de caminos, para el pago de indemnizaciones por expropiación, y la recaudación del mayor valor que adquieren los predios de la zona en razón de la obra vial.

(R.O. No. 435; 10-II-2015)
Resolución No. 006-002-DIRECTORIO-ARCH-2014 de la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero. Se expide el Instructivo para la comercialización de gas licuado de petróleo a instalaciones centralizadas.

(R.O. No. 436; 11-II-2015)
Resolución No. 001-001-DIRECTORIO EXTRAORDINARIO-ARCH-2015. Se establecen las tarifas por prestación del servicio público de comercialización del GLP por tonelada métrica despachada para el consumo doméstico y comercial por la EP PETROECUADOR.

identifying merchandise of European Union origin shall be the non-preferential certificate of origin pursuant to European regulations.

Finance Area

(R.O. No. 422; 22-I-2015)
Resolution No. 022-2014-A of the Monetary and Finance Policy and Regulation Board reforms Standards for the operation of the Monetary and Finance Policy and Regulation Board.

Resolution No. 023-2014-F of the Monetary and Finance Policy and Regulation Board issues provisions covering all individuals that have been members of the Board of Directors of public finance sector entities.

Production Area

(R.O. No. 419; 19-I-2015)
Agreement No. 14 311 of the Ministry of Industry and Productivity issues the minimum percentage with respect to incorporating parts and software for vehicle radios for year 2015.

Agreement No. 654 of the Ministry of Agriculture, Farming, Aquaculture and Fisheries establishes the minimum price for a 50-lb box of plantain at US\$7.30 as from January 1 to December 31, 2015.

Commercial Area

(R.O. No. 432; 5-II-2015)
Resolution No. SCV-INAF-DNF-G-15-004 of the Superintendence of Companies and Securities establishes the contribution payable by companies and other entities subject to the supervision and control of the SC for the year 2015.

(R.O. No. 440; 19-II-2015)
Resolution No. 004 of the Regulation Board and the Control of Market Power issues the regulation for the issuance of standards by the Superintendence for Control of Market Power, and in Coordination for the exercise of control faculties.

Tourism, Environmental, Transport, Communications, Electrification, Oil and Health Area

(S-R.O. No. 424; 26-I-2015)
Agreement No. 067-DM of the Ministry of Transport and Public Works reforms the Highways Law with respect to payment of indemnities for expropriation and the collection of the increased amounts of property tax as a consequence of highways works.

(R.O. No. 435; 10-II-2015)
Resolution No. 006-002-DIRECTORIO-ARCH-2014 of the Hydrocarbons Regulation and Control Agency issues the Directive for the commercialization of liquid petroleum gas for centralized premises.

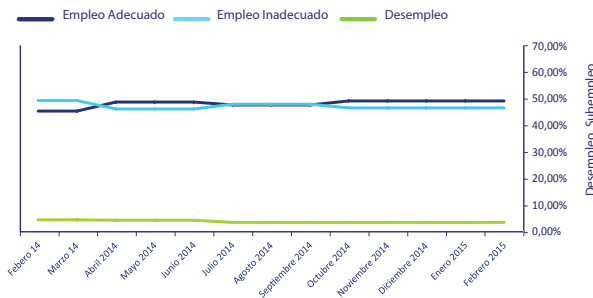
(R.O. No. 436; 11-II-2015)
Resolution No. 001-001-DIRECTORIO EXTRAORDINARIO-ARCH-2015 establishes tariffs for the provision of the public service for the commercialization of liquid petroleum gas by metric ton dispatched for domestic and commercial consumption by EP PETROECUADOR.

Cifras económicas

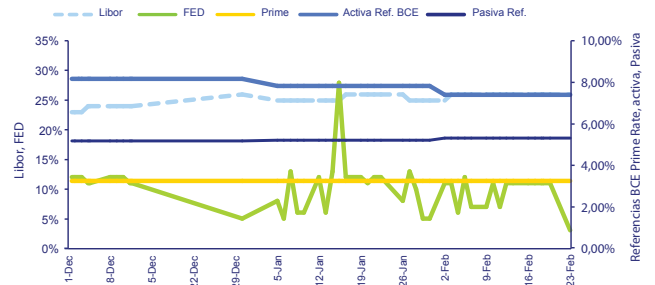
Monedas	Cotización		Transacciones BCE	
	Internacional	Tasa Oficial	Compra	Venta
Bolívar Fuerte	6.28	6.29	6.29	6.29
Euro	0.88	0.88	0.88	0.88
Libra Esterlina	0.65	0.65	0.65	0.65
Nuevo Sol	3.09	3.09	3.09	3.09
Peso argentino	8.68	8.69	8.69	8.69
Peso boliviano	6.91	6.91	6.91	6.91
Peso chileno	619.73	621.12	621.12	621.12
Peso colombiano	2487.56	2500.00	2500.00	2500.00
Real	2.84	2.84	2.84	2.84
Yen	119.09	119.05	119.05	119.05

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

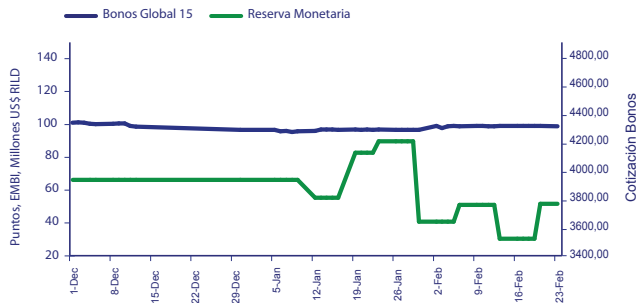
Evolución de Indicadores



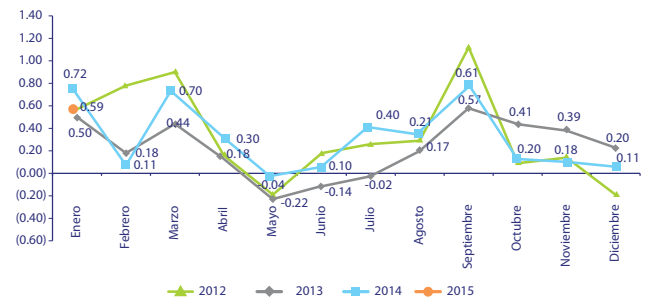
Tasas Referenciales



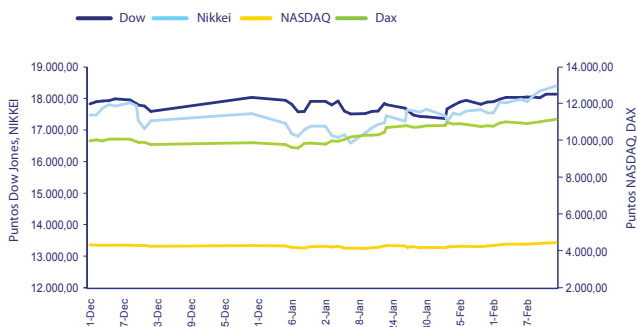
Bonos Global 15 y RILD



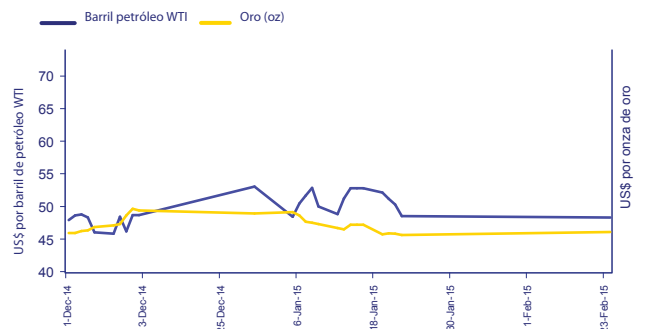
Inflación



Índices Bursátiles



Materias Primas



Tasas de interés

TASAS DE INTERES REFERENCIALES					INTERNACIONALES				
Período	Básica del Bco Central	Pasiva Referencial	Activa Referencial	Legal	Prime NY	Libor			
						30 días	90 días	180 días	360 días
2007	5.64	5.64	10.72	10.72	7.25	5.05	5.03	4.86	4.50
2008	0.20	5.09	9.14	9.14	4.00	1.44	2.10	2.44	2.62
2009	0.20	5.24	9.19	9.19	3.25	0.23	0.25	0.43	0.98
2010	0.20	4.28	8.68	8.68	3.25	0.26	0.30	0.46	0.78
2011	0.20	4.53	8.17	8.17	3.25	0.28	0.56	0.79	1.11
2012	0.20	4.53	8.17	8.17	3.25	0.21	0.31	0.51	0.84
2013	0.20	4.53	8.17	8.17	3.25	0.19	0.26	0.41	0.68
2014	0.20	5.18	8.19	8.19	3.25	0.16	0.24	0.34	0.60
Enero 2015	0.20	5.22	7.84	7.84	3.25	0.17	0.26	0.36	0.62
Febrero 2015	0.20	5.32	7.41	7.41	3.25	0.17	0.26	0.38	0.68

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tasas de interés activas efectivas calculadas por el Banco Central		
Segmento de Crédito	Tasa Referencial	Tasa Máxima
Productivo Corporativo	7.41%	9.33%
Productivo PYMES	11.10%	11.83%
Consumo	15.98%	16.30%
Vivienda	10.77%	11.33%
Microcrédito acumulación ampliada	23.80%	25.50%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Evaluación de la inflación

INDICES DE INFLACIÓN																				
2012					2013					2014					2015					
% INFLACIÓN					% 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)	INDICE	MES	ACUMULADA (Por el año)	ANUAL (12 meses)	ANUALIZADA (Mes * 12)
Enero	136.74	0.57	0.57	5.29	7.01	142.34	0.50	0.50	4.10	6.18	146.51	0.72	0.72	2.92	9.01	101.24	0.59	0.59	3.53	7.39
Febrero	137.80	0.78	1.35	5.53	9.71	142.61	0.18	0.69	3.48	2.30	146.67	0.11	0.83	2.85	1.32					
Marzo	139.05	0.90	2.26	6.12	11.45	143.23	0.44	1.13	3.01	5.34	147.69	0.70	1.53	3.11	8.67					
Abril	139.26	0.16	2.42	5.42	1.83	143.49	0.18	1.31	3.03	2.20	148.12	0.30	1.83	3.23	3.55					
Mayo	138.99	-0.19	2.22	4.85	-2.30	143.17	-0.22	1.09	3.01	-2.64	148.06	-0.04	1.79	3.41	-0.49					
Junio	139.24	0.18	2.40	5.00	2.18	142.97	-0.14	0.94	2.68	-1.66	148.22	0.10	1.90	3.67	1.30					
Julio	139.60	0.26	2.67	5.09	3.15	142.94	-0.02	0.92	2.39	-0.25	148.81	0.40	2.31	4.11	4.88					
Agosto	140.00	0.29	2.97	4.88	3.49	143.19	0.17	1.10	2.27	2.12	149.13	0.21	2.52	4.15	2.61					
Septiembre	141.58	1.12	4.12	5.22	14.42	144.00	0.57	1.67	1.71	7.00	150.04	0.61	3.15	4.19	7.57					
Octubre	141.70	0.09	4.21	4.94	1.02	144.59	0.41	2.09	2.04	5.03	150.34	0.20	3.36	3.98	2.43					
Noviembre	141.89	0.14	4.36	4.77	1.62	145.16	0.39	2.49	2.30	4.83	150.62	0.18	3.55	3.76	2.26					
Diciembre	141.63	-0.19	4.16	4.16	-2.18	145.46	0.20	2.70	2.70	2.51	150.79	0.11	3.67	3.67	1.36					

* Nuevas bases ene2014: 98.81 y dic14: 100.32 * Año 2005, Año 2006 valores corregidos

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

"Informativo Gerencial" - boletín mensual preparado por los profesionales de Deloitte, incluye temas de interés para el sector empresarial. Su intención es ser solamente una guía, y por ello, recomendamos que los lectores soliciten la asesoría profesional apropiada. Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio impreso. Se puede reproducir o utilizar la información contenida en el informativo, citando la fuente.

Su opinión es importante para nosotros. Agradecemos todos sus comentarios y sugerencias al e-mail: pbatalas@deloitte.com. Si prefiere recibir el Informativo Gerencial por correo electrónico o tiene cambios en los nombres y direcciones de entrega, favor de indicarlo a la dirección electrónica antes indicada o a las oficinas de Marketing: 02 3815 100 ext. 2245, 2258 (Quito) - 04 3700 100 ext. 1145 (Guayaquil).

Deloitte se refiere a una o más de Deloitte Touche Tohmatsu Limited compañía privada de UK limitada por garantía, y su red de firmas miembro, cada una separada legalmente como entidades independientes. Por favor visite www.deloitte.com/about para una descripción más detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro. Deloitte presta servicios de auditoría, impuestos, consultoría y asesoramiento financiero a organizaciones públicas y privadas de diversas industrias. Con una red global de Firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda sus capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos del negocio. Más de 200.000 profesionales de Deloitte se comprometen a ser estándar de excelencia. Esta publicación contiene exclusivamente información general y ninguna de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sus firmas miembro o entidades relacionadas (colectivamente, la "Red Deloitte"), por medio de esta publicación da asesoramiento profesional o de servicios. Antes de dar cualquier decisión o tomar cualquier acción que pueda afectar sus finanzas o negocio, Ud. debe consultar un profesional experto. Ninguna entidad en la Red Deloitte será responsable por cualquier pérdida sustentada por cualquier persona que se refiera a esta publicación.

Conéctate con **Deloitte.**

Nueva aplicación digital

Con esta nueva App puedes acceder a información de manera fácil y oportuna. Es un nuevo espacio dinámico, moderno y flexible.

Ponemos a tu disposición: noticias legales y tributarias, registros oficiales, temas gerenciales de actualidad y calendario tributario.

Descarga gratuitamente nuestra aplicación en el App Store para IOS y en Play Store para Android.

