

Informativo Gerencial Siempre un paso adelante

5 cosas que se deben aprender de la cultura de Google	2
La motivación en las empresas	4
Conclusiones útiles sobre Responsabilidad Corporativa	6
Registros oficiales	8
Cifras económicas	10



5 cosas que se deben aprender de la cultura de Google

Por: Manuel Schaeffer, socio director de operaciones asociado en Google.

Como Google, hemos sido consultados con frecuencia sobre cuál es nuestra receta para el éxito. La respuesta está en Nuestra Gente. Sin declararme un experto en cambio organizacional o tácticas de innovación, quiero compartir mis cinco mejores tips para crear un gran ambiente de trabajo basado en mi experiencia en Google.

Acepta el fracaso y deja que tus empleados lo solucionen

Es importante empoderar a los colaboradores para resolver los problemas que más les importe. Como líder, dar direcciones y lineamientos claros, especialmente a los que están trabajando en programas de desarrollo, compromiso con la comunidad o en la página web de la compañía. Ellos deben tener la libertad y la creatividad para resolver sus retos.

Si quiere fomentar la innovación, sus empleados necesitan ser capaces de experimentar, fracasar, repetir e intentar una y otra vez. Para empezar a cambiar la cultura organizacional, piense ¿cómo está tomando decisiones? ¿Qué comportamiento está recompensando? ¿Cómo estructura y organiza reuniones? Todo esto junto eventualmente determinará el potencial de su organización.

Una persona con buenas ideas debería estar permitida a sobresalir

Una organización innovadora necesita asegurar que el proceso de toma de decisiones esté basado en buenas ideas que están respaldadas por información segura. Por lo tanto, si un gerente o empleado se encuentra con barreras internas al cambio, pero puede defenderse, hay que escucharle y darle la oportunidad de poder iniciar cambios.

Piense 10x

En Google, 10x quiere decir hacer las cosas diez veces mejor en vez de enfocarse en cambios incrementales. De esta

Five things charities can learn from Google's workplace culture

At Google, we're often asked what our recipe for success is. The answer is - our people. While I don't claim to be an expert on organizational change or innovation tactics, I wanted to share my top five tips for creating a great workplace environment based on my experience at Google.

Embrace failure and let your employees figure it out

It is important to empower staff to work on the problems they care most about. As a leader, give broad guidelines and directions, but give those working on outreach, community engagement or website development, the creative freedom to figure things out.

If you want to foster innovation, your employees need to be able to experiment, fail, iterate and try once again. To start changing your organizational culture, think about: how are decisions being made? What behavior is being rewarded? How do you structure and organize meetings? All of these together will eventually determine the potential of your organization.

One person with good ideas should be allowed to break through

An innovative organization needs to ensure that decision-making processes are based on good ideas that are backed up by sound information. So, if a manager or employee encounter internal barriers to change, but can back themselves up, they should be listened to and allowed to start shaking things up.

Think 10x

At Google, 10x stands for doing things ten times better instead of focusing on incremental change. This approach helped us improve our technology and deliver great products for our users.

10x could mean coming up with an innovative way of reaching supporters, fundraising or implementing projects. Most importantly, it can

manera, se mejora nuestra tecnología y se entregan grandes productos para nuestros usuarios.

10x podría significar el crear una manera innovadora de llegar a nuestros seguidores, a proyectos de implementación o de recolección de fondos. Lo más importante, es que puede ser una herramienta mental que otorga a los empleados el permiso de pensar en grande y de no tener miedo de presentar nuevas soluciones. Para hacer esto, intente motivar una cultura del Sí donde las nuevas ideas no son eliminadas automáticamente por causa de posibles riesgos, sino al contrario, motivadas y alimentadas.

Contrate personas creativas e inteligentes

La innovación empieza y termina con la gente con la que usted trabaja. Idealmente, queremos contratar a alguien con experiencia diversa, conocimientos digitales, predisposición para experimentar, y apasionado. No es fácil, sin embargo, se puede encontrar gente con intereses que concuerden con los suyos porque los valores compartidos son importantes.

Aquellas empresas que pueden atraer a personas creativas e inteligentes estarán mucho mejor equipadas para enfrentar los desafíos digitales. Razón por la cual, este debería ser el objetivo principal de su cambio organizacional incluso si toma tiempo.

Construya espacios de trabajo creativos

Cuando se trata de creatividad e innovación, uno de los parámetros que puede inferir de manera directa es su ambiente laboral. Hemos creado un ambiente de trabajo notoriamente peculiar.

Por ejemplo, las oficinas están diseñadas de una manera en la que causan que las personas se choquen unos con otros y los pisos no son iguales, de tal manera que la gente explora las diferentes áreas. Lo cual quiere decir que no se refiere tanto a la decoración sino al crear un espacio abierto donde todo el personal – gerentes y empleados, pueden sentarse juntos lo cual ayuda a intercambiar ideas de manera más frecuente.

be an important mental tool that gives employees permission to think big and not be afraid to come up with new solutions. To do this, try to encourage a yes culture where new ideas are not immediately shut down because of risk, but encouraged and nurtured instead.

Hire smart creatives

Innovation starts and ends with the people you hire. Ideally, you want to hire someone who has diverse experiences, is digitally savvy, ready to experiment and passionate about your cause. It won't be easy but you can find people that care about the same thing as you because shared values matter a lot.

Those companies that can attract smart creatives will be much better equipped to tackle digital challenges so you should make this a primary objective of organisational change even if it might take some time.

Build creative work spaces

When it comes to creativity and innovation, one important parameter you can directly shape is your work environment. We have created a notoriously quirky environment.

For instance, offices are designed in a way that help people bump into each other and floors don't look alike so people actually start exploring the areas. So it's less about decoration and more about creating an open space where everyone - managers and employees, can sit together which helps to exchange ideas more frequently.

La motivación en las empresas

Por: Inés Herrera, Gerente de Human Capital, Deloitte Chile

La motivación de los equipos de trabajo es un tema que desafía a los líderes y a las organizaciones de hoy. Desde nuestra posición de consultores escuchamos constantemente preguntas como: ¿por qué el equipo está desmotivado?; ¿cómo incentivo a mi gente?; ¿cómo genero mayor compromiso? y ¿existe la automotivación?

Sabemos que la motivación nos mueve hacia las metas y hacia la acción, pero también sabemos que se necesita de la conjunción de varios factores para lograr un impacto positivo en la gestión. A las empresas les interesa saber de qué manera puede mantener a los colaboradores motivados para que desarrollen actitudes positivas, y para que el desempeño sea lo mejor posible. Las personas buscan trabajar motivadas y sentir el beneficio que eso conlleva.

Si a la organización le interesa que sus profesionales aprendan, aporten y permanezcan durante un plazo determinado, el área de Recursos Humanos debe trabajar en sintonía con los objetivos del negocio. Esperamos que exista el mayor grado de ajuste y de adecuación posible entre las expectativas y necesidades de la organización y de las personas. Es así como, entender lo que los profesionales esperan, facilitará la posibilidad de alinearlos con las políticas de la empresa y con lo que efectivamente ésta puede ofrecer, pudiendo disminuir la frustración y la rotación.

El rol de un buen proceso de inducción es que los profesionales comprendan los desafíos estratégicos, la cultura, la dinámica y las políticas organizacionales, así como aquellos aspectos más específicos del área a la que se incorporan y del cargo. La entrega de información respecto de, por ejemplo, las políticas y estrategias de recursos humanos (desarrollo de carrera, retención de talentos, bandas salariales, movilidad, entre otros), disminuye la incertidumbre y la frustración, entregando cierto grado de claridad respecto de lo que se puede esperar, aspecto que impacta la generación de compromiso y la identificación con la organización.

Paralelamente, es responsabilidad de los líderes de cada área asumir un rol activo, acercándose a sus equipos para conocer lo que buscan y esperan. Esta información permite generar un mapa de valor que ayuda a comprender quiénes están de paso, quienes buscan permanecer en el mediano plazo, quiénes son potenciales talentos y por otro lado, entrega información respecto del recurso humano con que cuentan para la planificación y ejecución exitosa de los proyectos.

Las personas y la automotivación

Algunos pueden pensar que la empresa es la única responsable del nivel de motivación, satisfacción laboral, entusiasmo y participación, pero las responsabilidades son compartidas.

Getting you and your employees motivated

Motivating work teams is an issue challenging today's leaders and organizations. As consultants, we are constantly asked: why isn't the team motivated? how can I incentivize my people? how can I generate greater commitment? and, is there such a thing as self-motivation?

We know that motivation is the driver pushing us towards goals and undertaking actions, but we also know that a combination of various factors is required to make a positive impact in management. Companies want to know how they can maintain their employees motivated to develop positive attitudes and deliver a top performance. People want to be motivated in their work and reap the benefit that this brings.

If a company wants its professionals to learn, contribute and remain with the organization for a certain period of time, the Human Resources area needs to work in harmony with the business's objectives. This requires the highest possible match between the expectations of individuals and the needs of the organization. Understanding the expectations of your professionals will help bring them into line with your company's policies and what can realistically be offered. The result is less worker frustration and reduced staff rotation.

A good induction process ensures that professionals understand the strategic challenges of the company, its culture, dynamics and organizational policies as well as those aspects specific to the area where the new employees will work and that will impact their functions. Providing information on, for example, human resource policies and strategies (career development, talent retention, salary ranges, mobility, etc.), reduces uncertainty and frustration. Employees with a clear idea of what to expect are often more committed to and identify with the organization.

At the same time, the leaders of each area must take an active role. Encourage them to talk to their team, find out what they want and what they expect. The resulting information generates a value map, identifying those who are just passing through, those looking for medium-term stability and those that represent potential talent. You'll also have information on your available human resources with respect to planning projects and their successful execution.

People and self-motivation

It's easy to think that the company alone is responsible for the level of motivation, job satisfaction, enthusiasm and participation, but the responsibilities are shared.

Getting you and your employees motivated

Es relevante analizar nuestra situación laboral, definir objetivos y evaluar el grado de coherencia entre lo que queremos y las posibilidades reales que existen en la empresa. A lo largo de este proceso de "autoanálisis" deberíamos ser capaces de lograr claridad respecto de qué queremos, donde queremos estar, qué nos gusta de nuestro trabajo, qué no nos gusta, queremos permanecer o no en la organización, cuáles son nuestras competencias, cuáles son nuestros aspectos a mejorar, entender por qué no hemos alcanzado lo que queremos y adónde queremos llegar, entre otros temas.

Hay ocasiones en que nuestro afán de logro no nos permite detenernos a reflexionar y a enfocarnos en forma más objetiva, con mayor criterio de realidad, respecto de cuáles son nuestras alternativas y opciones reales de desarrollo y crecimiento.

Finalmente, aunque no nos guste, sabemos que no todos podemos alcanzar posiciones de liderazgo al interior de la organización.

Luego de esta reflexión, si decidimos permanecer en la organización, podemos utilizar esta información para trabajar en nuestros nuevos objetivos y diseñar estrategias para alcanzarlos. Si, por otro lado, creemos que estamos en la empresa equivocada, entonces, es probable que no haya mucho que la organización pueda hacer para que estemos motivados y en este sentido, la decisión está en nuestras manos.

Desde esta perspectiva, es posible afirmar que cada uno de los integrantes de una organización tiene una responsabilidad en este proceso, y nadie debería sentarse pasivamente a esperar que la empresa y sus líderes lo "mantengan motivado". Es necesario asumir un rol más activo e involucrarnos con los desafíos. Podemos aprovechar la información disponible para aprender, podemos generar espacios de debate con aquellos que tienen más experiencia, podemos participar en diferentes proyectos, generar nuevas ideas o realizar propuestas.

Es importante destacar que algunos estudios indican que nuestras características de personalidad tienen un impacto en la capacidad para disfrutar más o menos del trabajo. Por ejemplo, se ha visto que aquellos con mayor tolerancia a la frustración, con capacidad de automotivación, con habilidad resolutiva, autonomía, orientación hacia el aprendizaje de nuevas materias y con interés por generar y mantener vínculos interpersonales, son profesionales que pueden alcanzar una mayor satisfacción en el trabajo.

En resumen, la empresa puede aportar con la entrega de recursos, herramientas, capacitación, oportunidades de aprendizaje, reconocimiento, una adecuada compensación y un buen liderazgo. Sin embargo, los profesionales tienen la responsabilidad de analizar su carrera profesional, definiendo qué buscan y hacia dónde se dirigen sus intereses. Una vez que tengan claridad respecto de qué los mueve, entonces podrán aprovechar de mejor manera las diferentes oportunidades que brinda cada organización.

We all need to analyze our work situation, set goals and evaluate the degree of consistency between what we want and the real possibilities that exist within the company. Throughout this "self-analysis" process, we must be clear on what we want, where we want to be, what we like about our work, what we don't like, whether or not we wish to remain in the organization, what are our competencies, where we need to improve, understand why we have not attained what we sought and where we want to be, among others.

There are times when our desire to achieve prevents us from pausing and reflecting more objectively. We don't always apply realistic criteria with regard to our alternatives and the real options when it comes to development and growth.

Finally, although we may be reluctant to admit it, we know that not everyone can achieve leadership positions within an organization.

So, if after reflecting, we decide to stay with the organization, we can use this information to work on new goals and develop strategies to achieve them. If, however, we think that we're in the wrong company then there's probably not much that the organization can do to get us motivated. In short, the decision is in our hands.

Taking this perspective, it can be fairly said that each company employee has a role to play in this process. No one should passively sit and wait for the company and its leaders "to motivate them". We all need to be more proactive, engaging with the challenges. We can use available information to learn, create opportunities for discussion with those who have more experience, we can participate in different projects, generating new ideas or putting forward suggestions.

It's worth noting that some studies indicate that personality characteristics dictate the extent to which we enjoy work. It has been discovered that those with higher tolerance to frustration, capable of self-motivation, with problem-solving abilities, autonomy, geared towards learning and interested in generating and maintaining personal relationships, are the professionals who can best achieve job satisfaction.

To summarize, the company can provide the resources, tools, training, learning opportunities, recognition, adequate compensation and good leadership. However, we as employees have the responsibility to analyze our professional career, define what we are seeking and where our interests should be focused. Once we're clear as to what motivates us, then they we're better placed to take advantage of the different opportunities offered by each organization.

Conclusiones útiles sobre Responsabilidad Corporativa

Por: Camila Hernández, área de Responsabilidad Corporativa

La dinámica de una sociedad más consciente hace que las empresas deban satisfacer estas nuevas demandas. Existe hoy en día un comprador más sensibilizado y con una "inteligencia" diferente ante las compras o adquisiciones. Este nuevo comprador busca que los aspectos claves: ambiental, social y económico estén entrelazados al momento de satisfacer sus necesidades.

Las empresas generan sus estrategias de responsabilidad social no solo como un modelo de gestión exitoso sino que esta nueva visión se complementa con una nueva tendencia que cada vez tiene más fuerza, ahora es parte de ser un buen competidor.

Deloitte ha realizado por tercer año consecutivo su encuesta sobre la Percepción que se tiene en materia de Responsabilidad Social en empresas del país.

Esta encuesta nos deja ver que, la Responsabilidad Social es actualmente una parte importante de las empresas innovadoras, se la considera relevante y con beneficios a corto, mediano y largo plazo en las operaciones de la empresa, generando sostenibilidad y prolongando su existencia en el mercado; pero también se pudo reflejar que en el momento de la gestión perdemos trazabilidad al momento de implementarla, ¿qué quiere decir esto?.

Los resultados de la encuesta nos demuestran que las empresas no han logrado tangibilizar sus esfuerzos en resultados concretos, como lo son los términos económicos; esto es equivalente a no dar seguimiento, monitoreo y evaluación de resultados en un proyecto específico; de no completar un círculo holístico de gestión que pierde sentido el haberlo impulsado en un inicio.

La encuesta también nos deja en evidencia que, aún no logramos crear consciencia al interior de la empresa y sus diferentes actores, para hacer que los programas de sostenibilidad sean de la empresa más que de un área específica.

Es alentador ver que los encuestados en su mayoría han definido a sus colaboradores como el público al cual dedican más esfuerzos en esta materia; sin duda, las

Useful conclusions about Corporate Responsibility

The dynamic of a more aware society requires companies to meet these new demands. Today's buyers are more sensitive and smarter when it comes to purchases or acquisitions. They expect three accompanying elements to be interwoven into their needs: environmental, social and economic.

Consequently, companies create their social responsibility strategies not only as a successful management model but also to ensure that this new vision is accompanied by a new trend that is gaining ground and is now an essential requirement for competing.

Deloitte has undertaken its third consecutive survey on Ecuadorian companies' Perception on Corporate Social Responsibility.

This survey shows that corporate social responsibility now occupies a key role in innovative companies. It is significant and profitable with short, medium and long-term benefits on company operations, generates sustainability and extends the entity's existence in the market. Nevertheless, once implemented, management often loses track of it. What does this mean?.

The results of the survey indicate that companies often lack concrete evidence of the results of their efforts. This is equivalent to not monitoring and evaluating the results of a specific project. Failing to complete the holistic management circle means that there was little sense in beginning it.

The survey also shows that organizations still fail to create awareness within the entity and among their various stakeholders to ensure that sustainability programs are a joint company effort rather than that of one specific area.

On an encouraging note, most respondents have defined their employees as the target to which most of their efforts should be directed. It has become evident that the companies following this path have the brightest future. Organizational culture needs to be imposed from the bottom up, and the core of a company is its employees.

empresas que mantienen este direccionamiento van por un camino prometedor, las culturas organizacionales deben dar inicio desde su base, en este caso en el corazón de la empresa que son sus colaboradores.

Los beneficios de tener un programa de Responsabilidad Social interno robusto consiguen que los colaboradores estén más comprometidos con la empresa y su causa, mejora la productividad, disminuye la rotación del personal, aumentando la reputación de la empresa entre otros beneficios. Es importante tener en cuenta que el resto de actores también son relevantes para la acción de RC&S de la empresa y no podemos olvidar el integrar a todos nuestros Stakeholders en la estrategia.

Como punto de mejora en la gestión de las empresas, se requiere cerrar el círculo de sus iniciativas e implementaciones, las acciones a favor de la sociedad o el ambiente son cuantificables y medibles en su totalidad.

Existen diferentes herramientas objetivas que detectan tanto el retorno social de la inversión como otros datos monetarios importantes para dar rendición de cuentas sobre la gestión, tomar decisiones de mejora continua y sobre todo reflejar el éxito de los proyectos en los que se ha incursionado.

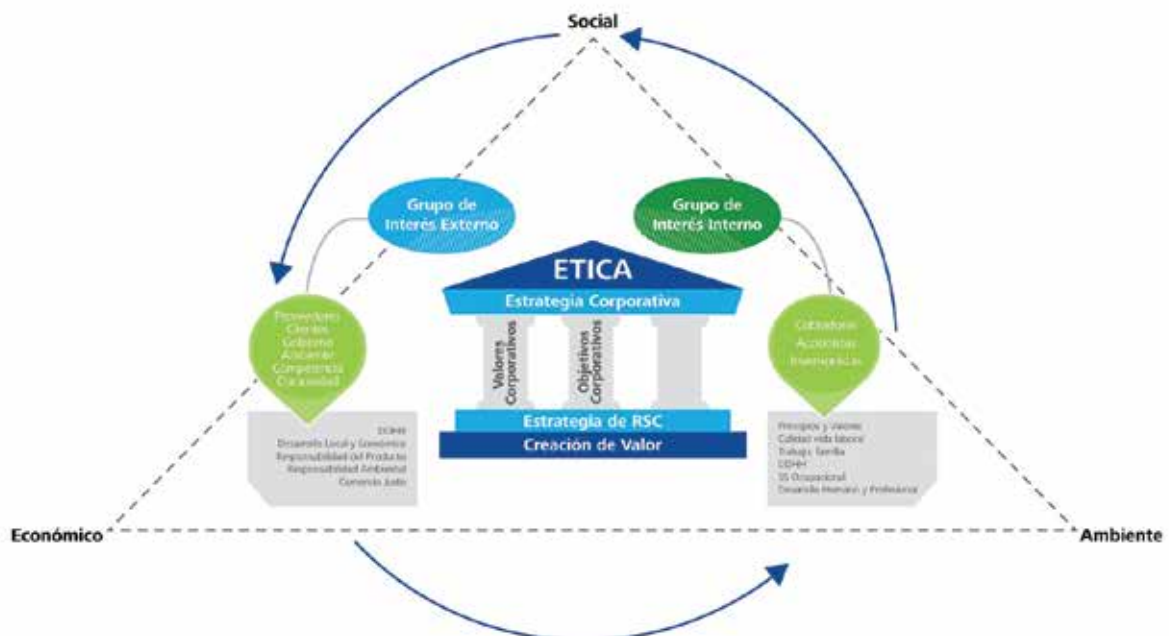
Como recordación, la Responsabilidad Social es un Modelo de Negocios 100% voluntario, el cual empieza luego del cumplimiento legal, el cual busca un ganar-ganar a través de la sostenibilidad.

The benefit of a robust corporate social responsibility is that employees become more committed to the company and its cause: productivity rises, employee turnover falls and the entity's reputation is enhanced, among other benefits. Other actors are also important in any CSR policy and all stakeholders need to be included in the company's strategy.

If company management is to be improved, the circle of initiatives and implementations must be completed. Actions undertaken to benefit the society or the environment are quantifiable and measurable as a whole.

Various objective tools are available to identify both the social investment return as well as other important monetary data, thus providing accountability on management, continuous improvement decision-making and, above all, anything and everything that reflects the success of a project.

Corporate Social Responsibility is a voluntary business model. It begins with legal compliance and then strives for a win-win situation through sustainability.



Registros oficiales

Área Político Administrativa

(II S-R.O. No. 367; 4-XI-2014)

Decreto No. 470 de la Función Ejecutiva. Se expiden las reformas al Reglamento General a la Ley Orgánica del Servicio Público y al Decreto Ejecutivo 737.

Área Tributaria

(S-R.O. No. 357; 20-X-2014)

Resolución No. NAC-DGERCGC14-00784 del Servicio de Rentas Internas. Se establecen las normas para la devolución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) pagado en la adquisición de bienes y servicios para las personas con discapacidad.

(II S-R.O. No. 364; 29-X-2014)

Resolución No. NAC-DGERCGC14-00871 del Servicio de Rentas Internas. Se expiden las normas para la declaración de la contribución destinada al financiamiento de la atención integral del cáncer.

(II S-R.O. No. 367; 4-XI-2014)

Decreto No. 471 de la Función Ejecutiva. Se expiden las reformas al Reglamento a la Ley de Abono Tributario.

Área Laboral y Seguridad Social

(S-R.O. No. 358; 21-X-2014)

Acuerdo No. MRL-2014-0192 del Ministerio de Relaciones Laborales. Se emite el Reglamento para el Registro de Contratos de Trabajo y Actas de Finiquito.

Área Comercio Exterior

(R.O. No. 366; 31-X-2014)

Resolución No. 028-2014 del Comité de Comercio Exterior. Se aprueba la metodología de cálculo del porcentaje del producto ecuatoriano incorporado.

Resolución No. 036-2014 del Comité de Comercio Exterior. Se reforma el Arancel del Ecuador, aprobado mediante Resolución No. 059 del 17 de mayo de 2012, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 859 del 28 de diciembre de 2012.

(II S-R.O. No. 367; 4-XI-2014)

Resolución No. 001-2014 del Ministerio de Comercio Exterior. Se adopta una medida de salvaguardia provisional en el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC), por un periodo que no excederá de 200 días.

Área Financiera

(S-R.O. No. 353, 14-X-2014)

Resolución No. JB-2014-3084 de la Junta Bancaria del Ecuador. Se aprueban los servicios sujetos a tarifas máximas para el período trimestral que comprende los meses de octubre, noviembre y diciembre del 2014.

Official gazette

Administrative Policy Area

(II S-R.O. No. 367; 4-XI-2014)

Decree No. 470 of the Executive Function issues reforms to the General Regulation to the Public Service Law and to Executive Decree No. 737.

Tax Area

(S-R.O. No. 357; 20-X-2014)

Resolution No. NAC-DGERCGC14-00784 of the Internal Revenue Service (SRI) establishes rules for the reimbursement of Value Added Tax (VAT) paid on the acquisition of goods and services for personas with disabilities.

(II S-R.O. No. 364; 29-X-2014)

Resolution No. NAC-DGERCGC14-00871 of the Internal Revenue Service (SRI) issues regulations for declaring the contribution channeled to finance comprehensive cancer care.

(II S-R.O. No. 367; 4-XI-2014)

Decree No. 471 of the Executive Function issues reforms to the Regulation to the Tax Credit Law.

Labor and Social Security Area

(S-R.O. No. 358; 21-X-2014)

Agreement No. MRL-2014-0192 of the Ministry of Labor Relations issues the Regulation for Registering Labor Contracts and Employment Termination Certificates.

Overseas Trade Area

(R.O. No. 366; 31-X-2014)

Resolution No. 028-2014 of the Foreign Trade Committee approves the method for calculating the percentage of incorporated Ecuadorian products.

Resolution No. 036-2014 of the Foreign Trade Committee reforms the Ecuadorian Customs Duty, approved through Resolution No. 059 of May 17, 2012, published in the Supplement to Official Gazette No. 859 of December 28, 2012.

(II S-R.O. No. 367; 4-XI-2014)

Resolution No. 001-2014 del Ministry of Foreign Trade adopts a provisional safeguard measure within the framework of the World Trade Organization (WTO) for a period not exceeding 200 days.

Finance Area

(S-R.O. No. 353, 14-X-2014)

Resolution No. JB-2014-3084 of the Ecuadorian Banking Board approves services subject to maximum tariffs for the three-month period October to December 2014.

(S-R.O. No. 365; 30-X-2014)

Resolución No. 003-2014-F de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Se emiten las normas para la aplicación de la disposición general décima cuarta del Código Orgánico Monetario y Financiero.

Resolución No. 004-2014-F de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Se emiten las normas para la aplicación de los numerales 5 y 6 del artículo 315 y de la disposición general séptima del Código Orgánico Monetario y Financiero en los procesos de liquidación forzosa de entidades del sector financiero popular y solidario.

(R.O. No. 375; 14-XI-2014)

Resolución No. JB-2014-3092 de la Junta Bancaria. Se expide la versión actualizada de la Codificación de Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la Junta Bancaria.

Área Producción

(II S-R.O. No. 368; 5-XI-2014)

Acuerdo No. 375 del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Se crea el Sistema de Información Nacional de Acreditaciones de Personas Naturales y Jurídicas.

(R.O. No. 370; 7-XI-2014)

Acuerdo No. 14 290 del Ministerio de Industrias y Productividad. Se expide el porcentaje mínimo de integración de partes, piezas y software para televisores para el año 2014 y 2015.

(R.O. No. 374; 13-XI-2014)

Acuerdo No. 468 del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Se reforma el Instructivo para otorgar el incentivo económico para la forestación y reforestación con fines comerciales.

Área Comercial

(R.O. No. 359; 22-X-2014)

Resolución No. SCPM-DS-057-2014 de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. Se expide el Manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores.

(R.O. No. 371; 10-XI-2014)

Resolución No. SCV-DNCDN-14-014 de la Superintendencia de Compañías y Valores. Se expide el Reglamento sobre juntas generales de socios y accionistas de las compañías de responsabilidad limitada, anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta.

Resolución No. SCV-DNCDN-G-14-015 de la Superintendencia de Compañías y Valores. Se expide el Reglamento sobre el ejercicio del derecho de preferencia en las compañías de responsabilidad limitada, en las compañías anónimas y en las de economía mixta.

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

(R.O. No. 369; 6-XI-2014)

Acuerdo No. 00005179 del Ministerio de Salud Pública. Se reforma el Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados.

(S-R.O. No. 365; 30-X-2014)

Resolution No. 003-2014-F of the Monetary and Finance Policy and Regulation Board issues standards for the application of the fourteenth general provision of the Monetary and Finance Code.

Resolution No. 004-2014-F of the Monetary and Finance Policy and Regulation Board issues standards for the application of paragraphs 5 and 6 of article 315 and the seventh general provision of the Monetary and Finance Code in processes of forced liquidation of entities in the popular and community-based finance sector.

(R.O. No. 375; 14-XI-2014)

Resolution No. JB-2014-3092 of the banking board issues the updated version of the Codification of Resolutions issued by the Superintendence of Banks and Insurance and the Banking Board.

Production Area

(II S-R.O. No. 368; 5-XI-2014)

Agreement No. 375 of the Ministry of Agriculture, Farming, Aquaculture and Fisheries creates the National Information System Accrediting Individuals and Legal Entities.

(R.O. No. 370; 7-XI-2014)

Agreement No. 14 290 of the Ministry of Industry and Productivity issues the minimum percentage for the integration of parts and software for televisions for years 2014 and 2015.

(R.O. No. 374; 13-XI-2014)

Agreement No. 468 of the Ministry of Agriculture, Farming, Aquaculture and Fisheries reforms the Directive for granting economic forestry and re-forestry incentives for commercial purposes.

Commercial Area

(R.O. No. 359; 22-X-2014)

Resolution No. SCPM-DS-057-2014 of the Superintendence for Control of Market Power issues the Manual for good commercial practices for the supermarkets sector and/or other similar entities and their providers.

(R.O. No. 371; 10-XI-2014)

Resolution No. SCV-DNCDN-14-014 of the Superintendence of Companies and Securities issues the Regulation on general meetings of stockholders and partners of limited liability companies, corporations, limited partnerships and mixed capital entities.

Resolution No. SCV-DNCDN-G-14-015 of the Superintendence of Companies and Securities issues the Regulation on exercising preferential rights in limited liability companies, corporations, limited partnerships and mixed capital entities.

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

(R.O. No. 369; 6-XI-2014)

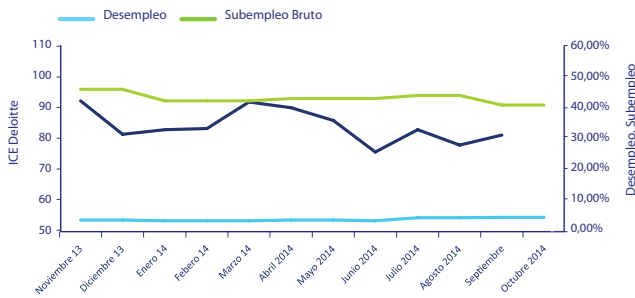
Agreement No. 00005179 of the Ministry of Public Health reforms the Regulation for the Sanitary Registration and Control of Processed Foodstuffs.

Cifras económicas

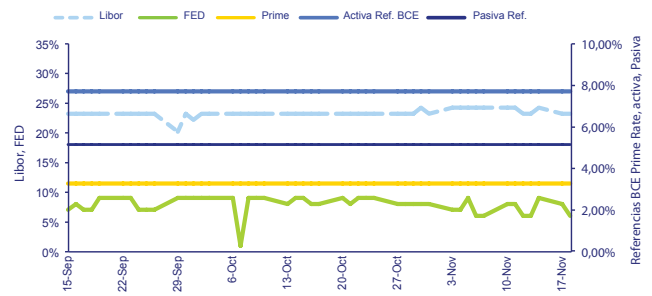
Monedas	Cotización		Transacciones BCE	
	Internacional	Tasa Oficial	Compra	Venta
Bolívar Fuerte	6.28	6.28	6.29	6.29
Euro	0.80	0.80	0.80	0.80
Libra Esterlina	0.64	0.64	0.64	0.64
Nuevo Sol	2.92	2.92	2.92	2.92
Peso argentino	8.51	8.51	8.52	8.52
Peso boliviano	6.86	6.86	6.91	6.91
Peso chileno	599.56	599.56	598.80	598.80
Peso colombiano	2156.57	2156.57	2173.91	2173.91
Real	2.57	2.57	2.57	2.57
Yen	118.05	118.05	118.06	118.06

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

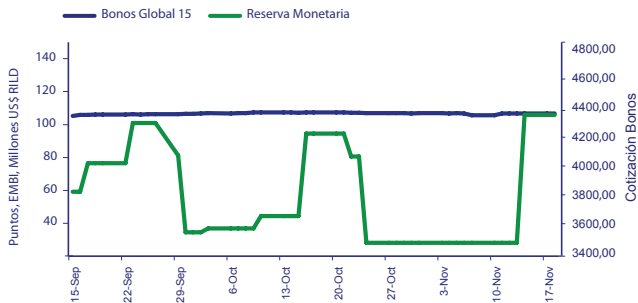
Evolución de Indicadores



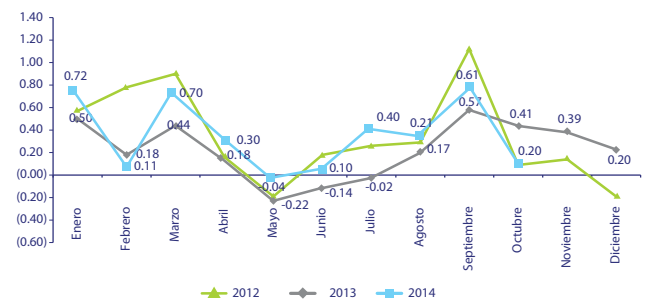
Tasas Referenciales



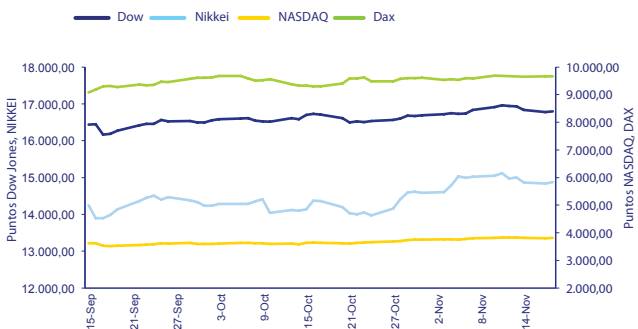
Bonos Global 15 y RILD



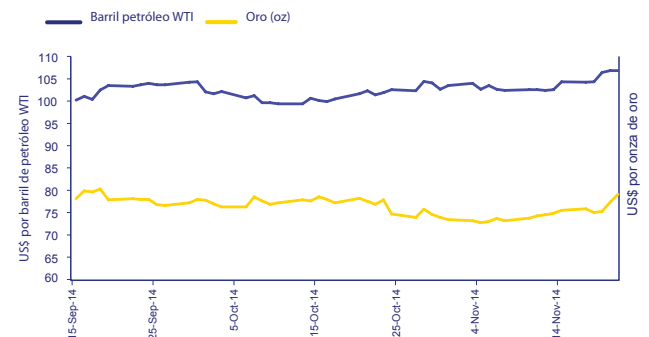
Inflación



Índices Bursátiles



Materias Primas



Tasas de interés

Período	TASAS DE INTERES REFERENCIALES					INTERNACIONALES				
	Básica del Bco Central	Pasiva Referencial	Activa Referencial	Legal	Prime NY	Libor				
						30 días	90 días	180 días	360 días	
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	
Enero 2014	0.20	4.53	8.17	8.17	3.25	0.16	0.24	0.33	0.57	
Febrero 2014	0.20	4.53	8.17	8.17	3.25	0.15	0.23	0.33	0.55	
Marzo 2014	0.20	4.53	8.17	8.17	3.25	0.15	0.23	0.33	0.56	
Abril 2014	0.20	5.11	7.64	7.64	3.25	0.15	0.23	0.32	0.55	
Mayo 2014	0.20	5.11	7.64	7.64	3.25	0.15	0.23	0.32	0.53	
Junio 2014	0.20	5.19	8.19	8.19	3.25	0.15	0.23	0.33	0.55	
Julio 2014	0.20	4.98	8.21	8.21	3.25	0.16	0.23	0.33	0.56	
Agosto 2014	0.20	5.14	8.16	8.16	3.25	0.16	0.23	0.33	0.55	
Septiembre 2014	0.20	4.98	7.86	7.86	3.25	0.15	0.23	0.33	0.59	
Octubre 2014	0.20	5.08	8.34	8.34	3.25	0.16	0.23	0.32	0.55	
Noviembre 2014	0.20	5.07	8.13	8.13	3.25	0.16	0.23	0.32	0.56	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tasas de interés activas efectivas calculadas por el Banco Central		
Segmento de Crédito	Tasa Referencial	Tasa Máxima
Productivo Corporativo	8.13%	9.33%
Productivo PYMES	10.99%	11.83%
Consumo	15.96%	16.30%
Vivienda	10.72%	11.33%
Microcrédito acumulación ampliada	22.42%	25.50%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Evaluación de la inflación

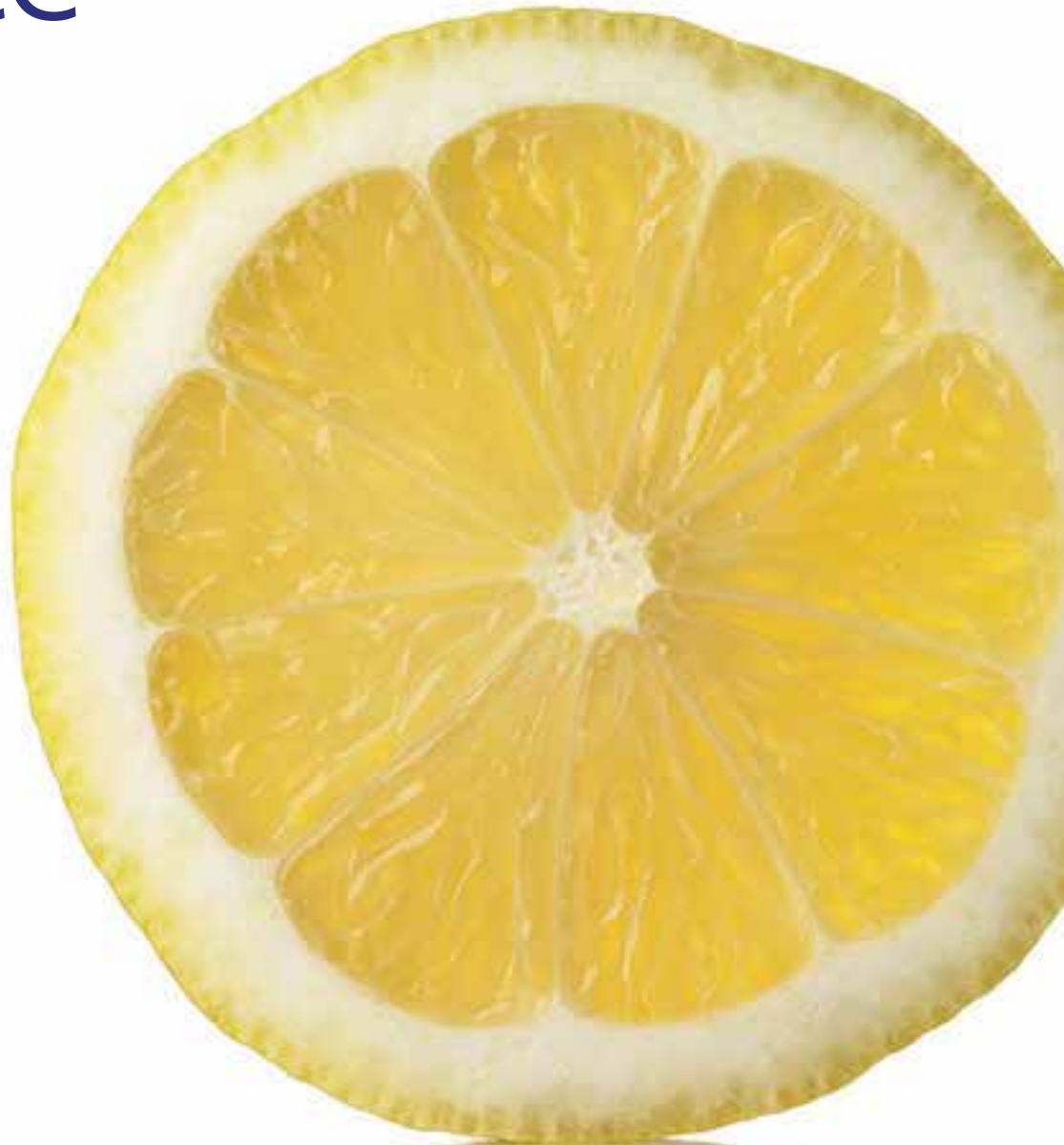
	INDICES DE INFLACIÓN																			
	2011					2012					2013					2014				
	% INFLACIÓN					% INFLACIÓN					% INFLACIÓN					% INFLACIÓN				
	INDICE	MES	ACUMULADA (Por el año)	ANUAL (12 meses)	ANUALIZADA (Mes * 12)	INDICE	MES	ACUMULADA (Por el año)	ANUAL (12 meses)	ANUALIZADA (Mes * 12)	INDICE	MES	ACUMULADA (Por el año)	ANUAL (12 meses)	ANUALIZADA (Mes * 12)	INDICE	MES	ACUMULADA (Por el año)	ANUAL (12 meses)	ANUALIZADA (Mes * 12)
Enero	129.87	0.68	0.68	3.17	8.50	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
Febrero	130.59	0.55	1.24	3.39	6.86	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	131.03	0.34	1.58	3.57	4.12	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	132.10	0.82	2.41	3.88	10.25	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	132.56	0.35	2.77	4.23	4.26	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	132.61	0.04	2.81	4.28	0.45	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	132.85	0.18	2.99	4.44	2.19	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	133.49	0.49	3.49	4.84	5.94	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	134.55	0.79	4.31	5.39	9.96	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	135.02	0.35	4.67	5.50	4.27	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	135.43	0.30	4.99	5.53	3.71	141.89	0.14	4.36	4.77	1.62	145.16	0.39	2.49	2.30	4.83					
Diciembre	135.97	0.40	5.41	5.41	4.89	141.63	-0.19	4.16	4.16	-2.18	145.46	0.20	2.70	2.70	2.51					

"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: pbatallas@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.

Refreshing advice



Una Nueva Perspectiva

Aportamos ideas y mejores prácticas en beneficio de nuestros clientes.

Una experiencia garantizada es nuestra mejor carta de presentación.

www.deloitte.com/ec