

Informativo Gerencial

Edición 16

Noviembre 2021

Marcas empáticas

Las ganadoras del afecto del consumidor

[Página 3](#)

Fresco vs. Congelado

El futuro de los alimentos frescos, en un entorno competitivo y en constante evolución.

[Página 5](#)

Cifras económicas

Inflación, tasas de interés, empleo y desempleo, balanza comercial.

[Página 13](#)



Deloitte.

Contenido



Página 3



Página 5

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte www.deloitte.com para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 330,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, Deloitte & Touche Ecuador Cía. Ltda., la cual tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitar sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría y contabilidad, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta presentación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios de auditoría y contabilidad.

Esta presentación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícito ni implícito) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta presentación.

© 2021 Deloitte & Touche Ecuador Cía. Ltda.



Página 7



Página 9

03

Marcas empáticas

Las ganadoras del afecto del consumidor.
En entrevista con Rocío Canal, Socia Líder de *WorldImpact* en Deloitte Spanish Latin America.

05

Fresco vs. Congelado

El futuro de los alimentos frescos, en un entorno competitivo y en constante evolución.

07

Registros oficiales

Conozca las principales leyes, decretos, resoluciones y acuerdos publicados en el Registro Oficial.

09

Cifras económicas

Ponemos a su disposición las cifras económicas de las siguientes variables: inflación, tasas de interés, empleo y desempleo, balanza comercial, tipo de cambio, entre otras.

Marcas empáticas

De acuerdo con el Tablero del Consumidor de Deloitte, cada vez son más las personas que muestran preferencia por las empresas que han respondido de una manera adecuada a la pandemia y a otros importantes desafíos Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG) de los últimos meses.

Durante los últimos años, el mundo entero ha experimentado grandes desafíos de salud, sociales y climáticos. Estas circunstancias han propiciado que, hoy, las personas en diversos países, incluido México, estén modificando, entre otras cosas, sus hábitos de consumo, a fin de impactar positivamente a sus respectivos entornos.

A su vez, esto ha traído como consecuencia que las empresas se encuentren frente a nuevas oportunidades no solo de actuar de manera responsable, sino también de acercarse a cada vez más clientes que buscan, de parte de las marcas, productos y servicios que estén alineados con los criterios Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG).

Estas modificaciones en los patrones de consumo son parte de lo que podemos observar en la última edición del Tablero del Consumidor de Deloitte, el cual señala que 54% de los mexicanos desea comprar más a las marcas que han respondido adecuadamente a los desafíos ASG que han surgido durante el periodo de pandemia.

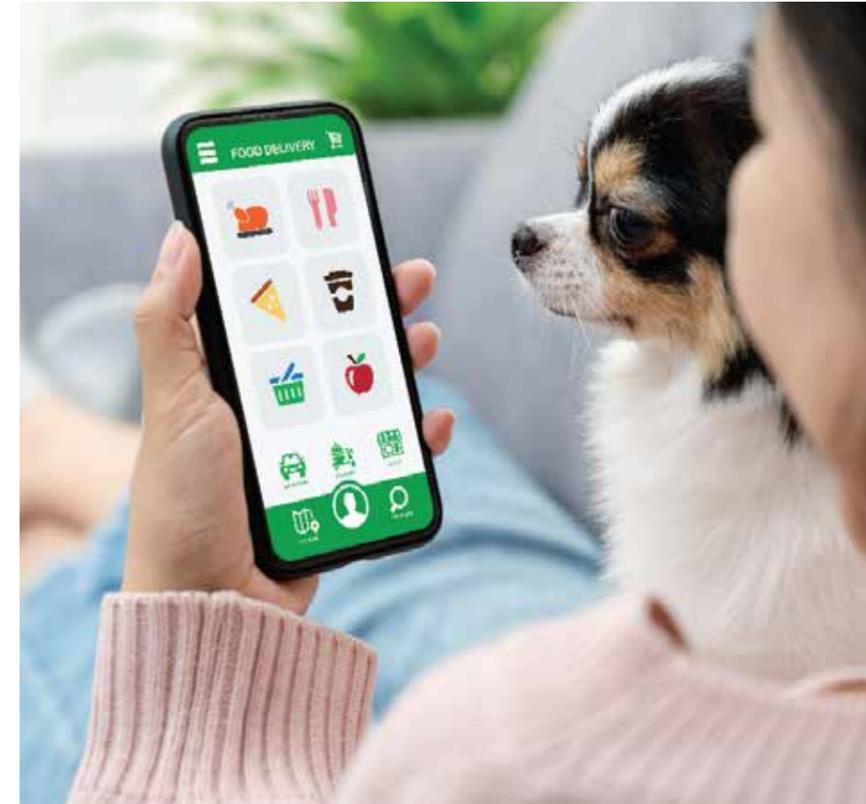
Sin embargo, ¿cuál es el verdadero alcance de esta tendencia de consumo para las organizaciones y cómo pueden empezar a hacer más sostenibles sus operaciones, productos y servicios? Para conocer más al respecto, conversamos con Rocío Canal, Socia Líder de *WorldImpact* en Deloitte Spanish Latin America.

¿Cuáles son las características que, durante el periodo de pandemia, más han buscado los consumidores en ciertos productos y servicios, y, de qué manera las marcas han atendido esas nuevas necesidades? ¿A qué tipo de retos se enfrentan las empresas al momento de alinearse a los principios ASG?

Antes que todo, es importante que las empresas no consideren su respuesta a las nuevas exigencias de los consumidores como un gasto, sino como una inversión y una gestión de riesgos. Se trata de una inversión, porque, gracias a que destinan recursos al desarrollo de productos más sostenibles, sus marcas son más valoradas en el mercado y obtienen mayores ventas; al mismo tiempo, es una valiosa gestión de

Las empresas necesitan llevar a cabo planes de difusión que les permitan mejorar su imagen en el mercado y que los consumidores comiencen a considerarlas empáticas y responsables.

Rocío Canal
Socia Líder de *WorldImpact*
Deloitte Spanish Latin America.



riesgos, porque están ayudando a combatir desafíos que son prioritarios para sus clientes y que, si escalan, podrían comprometer sus operaciones.

Identificar, Medir, Gestionar y Comunicar.

En el primer paso, Identificar, es necesario que las empresas hagan una evaluación de sus productos y servicios, para definir los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza que podrían impactarlos; así como de sus operaciones, a fin de mejorar su eficiencia. Esto, en conjunto, es un análisis de materialidad y será recomendable que, en el mismo, no se olviden de incluir el impacto de la pandemia.

Después, en Medir, será muy recomendable que las empresas asignen valores numéricos a los distintos riesgos, para monitorear, constantemente, su incremento o decremento con el paso del tiempo. De esta manera, al hacer medibles los riesgos, las organizaciones pueden ocuparse en reducirlos, porque no es posible mejorar aquello que no se mide.

Para Gestionar, es aconsejable que las compañías elaboren estrategias para reducir los riesgos identificados de sus productos y servicios, y que realicen proyecciones específicas del comportamiento de los consumidores a dos, tres y cinco años, en las que estipulen las medidas de adaptación de su organización a cada contexto.

Por último, en lo que se refiere a Comunicar, las empresas necesitan llevar a cabo planes de difusión que les permitan mejorar su imagen en el mercado y que los consumidores comiencen a considerarlas empáticas y responsables. Las compañías no solamente tienen que migrar hacia criterios ASG, sino que tienen que comunicar sus iniciativas, actuales y futuras, para construir o consolidar una buena reputación.

¿Qué aspectos tendrán que considerar las organizaciones, de cara a un futuro sostenible?

Además del cambio climático, será recomendable que las empresas mexicanas se comiencen a preocupar por reinventar sus productos y servicios, y adaptarlos a versiones más sostenibles.

Tendencias actuales

- Consumo local y de productos estacionales
- Economía circular
- Digitalización
- Experiencias
- Publicidad

Además de considerar estas tendencias, será importante que, a medida que cada industria determine sus principales objetivos ASG, las compañías que las conforman estén atentas a los mismos, a fin de adaptar rápidamente sus operaciones a las exigencias de los consumidores.

i Para más información ingresa a www.deloitte.com/ec

Fresco vs. Congelado

Incluso en medio del éxito que están teniendo los productos frescos entre los consumidores, las alternativas congeladas se están abriendo un mayor camino. Los alimentos frescos siguen siendo uno de los más importantes para los consumidores. No obstante, los congelados están ganando, rápidamente, presencia en el mercado.



¿Qué prefieren los consumidores, comprar alimentos frescos o congelados?

Para responder a esta pregunta, en julio de 2021, Deloitte encuestó a más de 2,000 consumidores para conocer las principales tendencias en esta materia.

De acuerdo con el estudio, las ventas de productos frescos aumentaron más de 10% en 2020 en EEUU y, en la primera mitad de 2021, han superado significativamente a las de 2019; sin embargo, en 2020, las ventas de congelados aumentaron 21%, duplicando así el crecimiento registrado por los alimentos frescos en el mismo periodo.

Esta situación de un mayor interés y crecimiento en las ventas de los alimentos congelados se explica, principalmente, por tres razones: las características de los productos perecederos, el precio y la preferencia.

Características de los productos perecederos

Los alimentos frescos, por definición, son perecederos, es decir, pueden caducar o deteriorarse rápidamente, y, en ese sentido, los consumidores de hoy no son tan tolerantes con este tipo de productos como lo eran antes de la pandemia. La frecuencia con la cual hacemos nuestras compras es un factor.

Los consumidores no pueden abastecerse de alimentos perecederos y esperar que éstos sean comestibles semanas más tarde. Aun cuando los consumidores se sienten menos estresados por comprar en las tiendas físicas, parece ser que los nuevos hábitos de compra adquiridos durante los últimos meses perduran.

De igual forma, es importante resaltar la capacidad de los consumidores de abastecerse de congelados, sin generar desperdicio. Tres de cada cuatro de ellos señalaron que almacenan alimentos congelados, lo que, en general, muestra una mayor inversión de su parte en este tipo de productos.

Pero la comida en sí no es el único tipo de desperdicio relacionado con los alimentos perecederos, también están los residuos de los envases que se utilizan. Al respecto, seis de cada 10 personas creen que los alimentos perecederos empacados se mantendrán en



ese estado por mucho más tiempo que los no lo tienen. Lo anterior, nos muestra que evitar que la comida se desperdicie parece ser más importante que el desperdicio generado por los envases.

Precio

El precio sigue siendo 'el rey': nueve de cada 10 consumidores informan que el precio es, nuevamente, el motor de compra más importante de productos frescos; se trata de un factor que actualmente está más presente en la mente de los consumidores.

En un entorno general caracterizado por los aumentos de precios, los productos congelados pueden tener otra ventaja sobre los frescos. En un inicio, los alimentos frescos pueden ser significativamente más caros que su equivalente congelado. Casi la mitad de los consumidores piensa que el precio de los alimentos congelados no ha subido en absoluto.

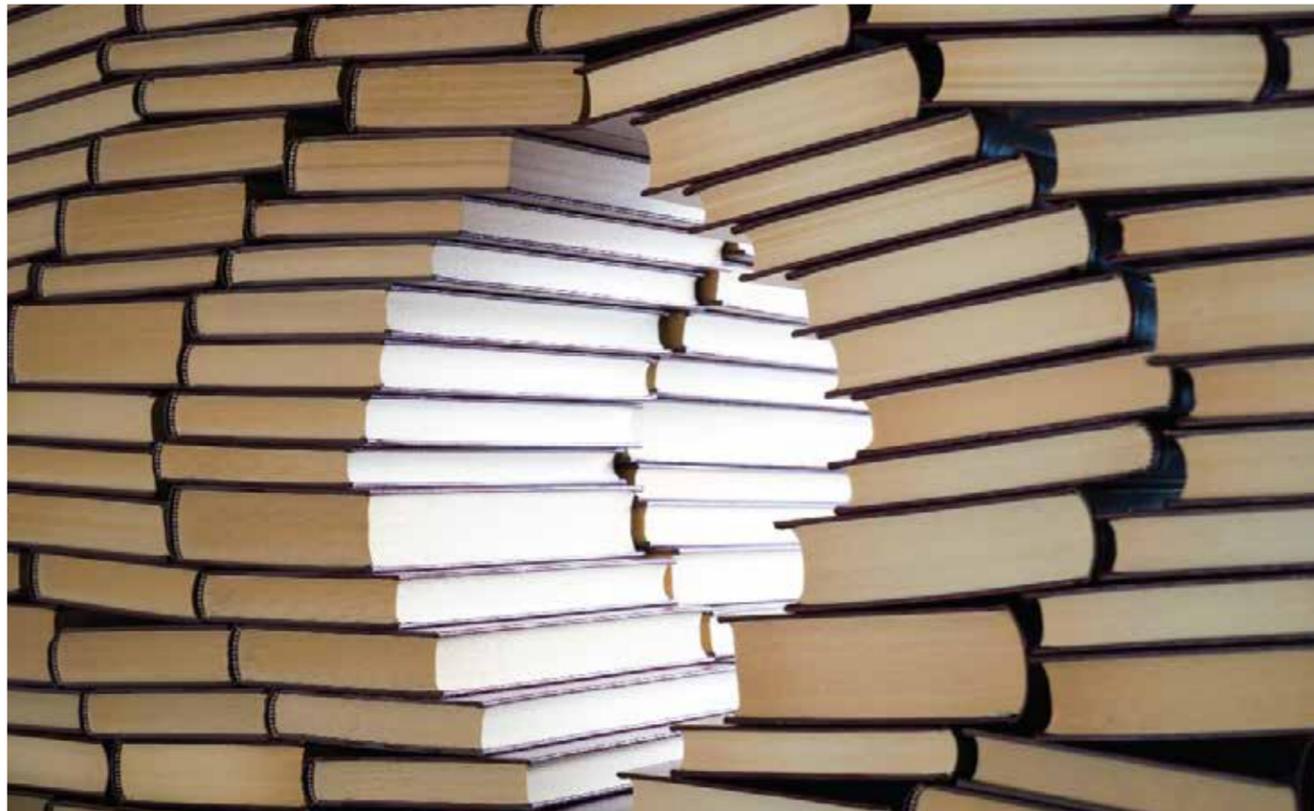
Preferencia

La comida congelada de hoy no es la comida congelada de antes; es de mejor calidad, presenta una mayor variedad, así como diversas opciones premium. Los alimentos congelados de ahora tienen tanta probabilidad de enfatizar sus atributos nutricionales y de salud, como su sabor o conveniencia. Los consumidores dicen que preparar alimentos congelados es, incluso, más fácil que preparar los frescos.

Para más información ingresa a www.deloitte.com/ec

Registros oficiales

Conozca las principales leyes, decretos, resoluciones y acuerdos publicados en el Registro Oficial.



Presentamos los registros oficiales del mes de octubre:

Materia Tributaria
Registro Oficial No. 550
Segundo Suplemento,
01 de octubre de 2021
Función Ejecutiva
Resolución No.40

Se establecen las normas para la aplicación de la tarifa del 0% del Impuesto a la Salida de Divisa (ISD) a las transferencias, envíos o traslados de divisa que realicen las aerolíneas extranjeras.

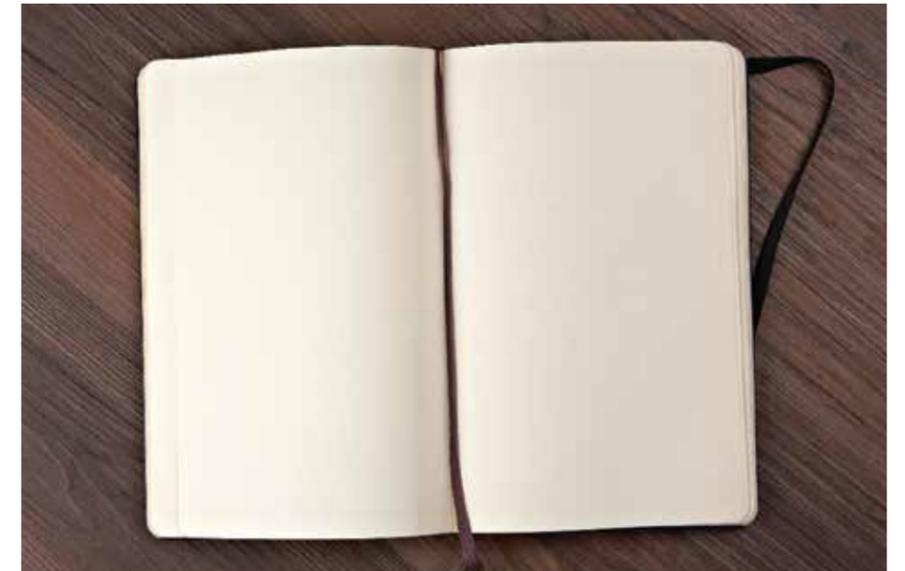
Ministerio de Economía y Finanzas
Registro Oficial No. 551
Tercer Suplemento,
4 de octubre de 2021
Ministerio de Economía y Finanzas
Acuerdo No.90

Se deroga el Acuerdo Ministerial No.009 de febrero 2021 que establece las directrices presupuestarias para el ejercicio fiscal 2021 de la Empresa petrolera EP PETROECUADOR.

Materia Financiera
Registro Oficial No. 554,
7 de octubre de 2021
Unidad de Análisis Financiero y
Economico - UAFE
Resolución. 0362

Se expiden las normas para los sujetos obligados a entregar información del sector de la inversión e intermediación inmobiliaria y construcción que están obligados a informar a la UAFE.

Materia Seguridad Social
Registro Oficial No. 553,
6 de octubre de 2021
Asamblea Nacional
 Se expiden la Ley Reformatoria a la Seguridad Social y la Ley del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para el retorno de administración de fondos.



Materia Seguridad Nacional
Registro Oficial No. 569,
29 de octubre de 2021
Función Ejecutiva
Decreto No. 224

Se declara el estado de excepción en todo el territorio nacional por un plazo de 60 días desde la suscripción del estado en el que dispone la movilización de las fuerzas armadas para precautelar los derechos de los ciudadanos en base a los altos niveles delincuenciales del país.

Cifras económicas

Ponemos a su disposición las cifras económicas de las siguientes variables: inflación, tasas de interés, empleo y desempleo, balanza comercial, tipo de cambio, entre otras.

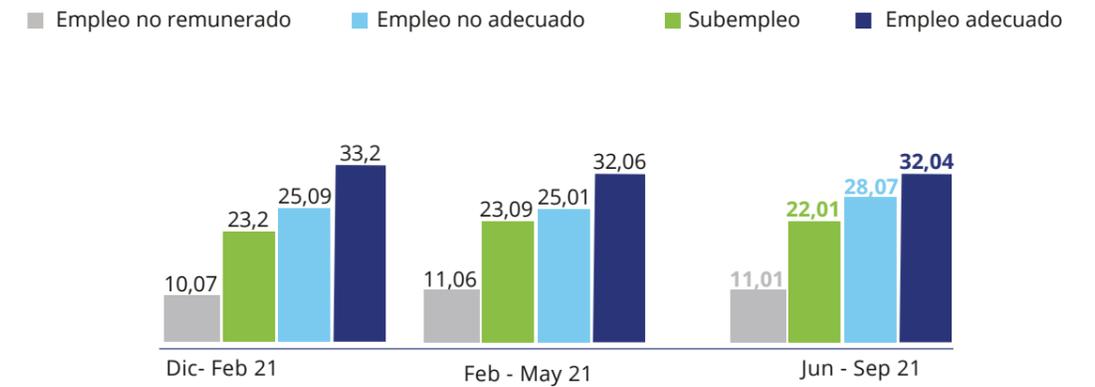
| Monedas | Cotización Internacional | Tasa Oficial | Transacciones | |
|------------------|--------------------------|--------------|---------------|----------|
| | | | Compra | Venta |
| Bolívar soberano | 4,13 | 4,13 | 4,13 | 4,13 |
| Euro | 0,86 | 0,86 | 0,86 | 0,86 |
| Libra esterlina | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 |
| Nuevo sol | 3,96 | 3,96 | 3,96 | 3,96 |
| Peso argentino | 99,40 | 99,40 | 99,40 | 99,40 |
| Peso boliviano | 6,83 | 6,87 | 6,87 | 6,87 |
| Peso chileno | 815,20 | 813,01 | 813,01 | 813,01 |
| Peso colombiano | 3.777,86 | 3.777,86 | 3.777,86 | 3.777,86 |
| Yen | 113,45 | 113,51 | 113,51 | 113,51 |
| Real Brasil | 5,70 | 5,70 | 5,70 | 5,70 |

01

01
Valores expresan unidades de cada moneda que se obtienen por cada \$1US

03
Inflación

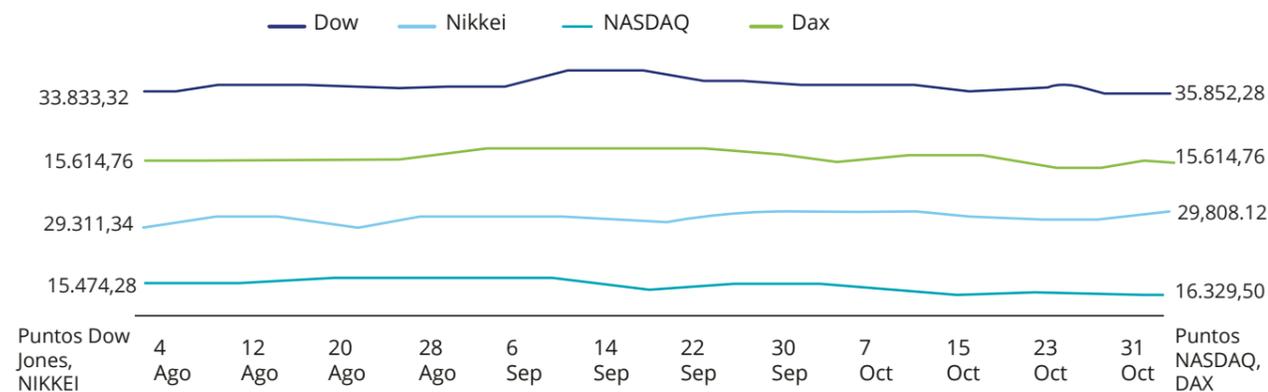
02
Evolución de indicadores



02



03



04

| 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 |
| 2016 | 0,20 | 5,12 | 8,10 | 8,10 | 3,75 | 0,77 | 1,00 | 1,32 | 1,69 |
| 2017 | 0,20 | 4,95 | 7,83 | 7,83 | 4,50 | 1,51 | 1,64 | 1,79 | 2,07 |
| 2018 | 0,20 | 5,43 | 8,69 | 8,69 | 5,25 | 2,48 | 2,79 | 2,87 | 3,05 |
| 2019 | 0,20 | 5,70 | 8,82 | 8,82 | 5,50 | 2,50 | 2,74 | 2,82 | 3,02 |
| 2020 | 0,20 | 5,82 | 8,58 | 8,58 | 3,25 | 0,15 | 0,25 | 2,69 | 2,87 |
| Enero 2021 | 0,20 | 5,70 | 8,82 | 8,82 | 3,25 | 0,15 | 0,25 | 0,26 | 0,34 |
| Febrero 2021 | 0,20 | 5,52 | 8,12 | 8,12 | 3,25 | 0,12 | 0,19 | 0,20 | 0,28 |
| Marzo 2021 | 0,20 | 5,55 | 8,28 | 8,28 | 3,25 | 0,11 | 0,19 | 0,21 | 0,28 |
| Abril 2021 | 0,20 | 5,54 | 9,33 | 9,33 | 3,25 | 0,11 | 0,18 | 0,20 | 0,28 |
| Mayo 2021 | 0,20 | 5,51 | 8,06 | 8,06 | 3,25 | 0,09 | 0,13 | 0,17 | 0,25 |
| Junio 2021 | 0,20 | 5,66 | 8,12 | 8,12 | 3,25 | 0,16 | 0,26 | 0,32 | 0,46 |
| July 2021 | 0,20 | 5,51 | 7,57 | 7,57 | 3,25 | 0,09 | 0,12 | 0,15 | 0,24 |
| Agosto 2021 | 0,20 | 5,51 | 7,57 | 7,57 | 3,25 | 0,10 | 0,12 | 0,16 | 0,24 |
| Septiembre 2021 | 0,20 | 5,47 | 7,49 | 7,49 | 3,25 | 0,15 | 0,21 | 0,24 | 0,33 |
| Octubre 2021 | 0,20 | 5,48 | 7,64 | 7,49 | 3,25 | 0,15 | 0,21 | 0,24 | 0,33 |

05

04
Índices Bursátiles

05 -06
Tasas de interés

Tasas de interés activas efectivas calculadas por el Banco Central

| Segmento de crédito | Producto | Tasa referencial | 8,35% |
|-----------------------------------|------------------|----------------------|-------------|
| | | Producto corporativo | Tasa máxima |
| Producto PYMES | Tasa referencial | 11,55% | |
| | Tasa máxima | 11,83% | |
| Consumo | Tasa referencial | 16,50% | |
| | Tasa máxima | 17,30% | |
| Vivienda | Tasa referencial | 10,17% | |
| | Tasa máxima | 11,33% | |
| Microcrédito acumulación ampliada | Tasa referencial | 20,21% | |
| | Tasa máxima | 23,50% | |

Fuente: Banco Central del Ecuador

06

| | 2020 | | | | | 2021 | | | | |
|------------|-----------|--------|------------------------|------------------|-----------------------|-----------|--------|------------------------|------------------|-----------------------|
| | Inflación | | | | | Inflación | | | | |
| | Índice | Mes | Acumulada (por el año) | Anual (12 meses) | Anualizada (Mes * 12) | Índice | Mes | Acumulada (por el año) | Anual (12 meses) | Anualizada (Mes * 12) |
| Enero | 105,45 | 0,23 | 0,23 | (0,30) | 2,77 | 104,33 | 0,12 | 0,12 | (1,04) | (9,59) |
| Febrero | 105,29 | (0,15) | 0,07 | (0,23) | (5,31) | 104,44 | 0,08 | 0,20 | (0,81) | 1,27 |
| Marzo | 105,50 | 0,20 | 0,27 | 0,18 | 2,42 | 105,50 | 0,20 | 0,27 | 0,18 | 2,42 |
| Abril | 106,56 | 1,00 | 1,28 | 1,01 | 12,75 | 104,99 | 0,35 | 0,73 | (1,47) | 4,21 |
| Mayo | 105,28 | (0,26) | 1,01 | 0,75 | (13,50) | 105,08 | 0,08 | 0,81 | (1,13) | 1,03 |
| Junio | 105,62 | (0,62) | 0,39 | 0,17 | (3,94) | 104,89 | (0,18) | 0,63 | (0,69) | (2,15) |
| Julio | 104,27 | (0,61) | (0,23) | (0,54) | (7,14) | 105,45 | 0,53 | 1,16 | 0,45 | 6,60 |
| Agosto | 104,63 | (0,32) | (0,55) | (0,76) | (3,82) | 105,57 | 0,12 | 1,28 | 0,89 | 1,37 |
| Septiembre | 104,47 | (0,16) | (0,71) | (0,90) | (1,82) | 105,58 | 0,02 | 1,30 | 1,07 | 0,11 |
| Octubre | 104,27 | (0,19) | (0,90) | (1,60) | (2,27) | 105,80 | 0,21 | 1,51 | 1,47 | 2,53 |
| Noviembre | 104,26 | (0,19) | (0,90) | (1,60) | (0,12) | | | | | |
| Diciembre | 104,23 | (0,03) | (0,93) | (0,93) | (0,34) | | | | | |

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

07

07
Evolución de la inflación

Nota importante:

A partir del mes de septiembre de 2021, el Banco Central del Ecuador catalogó como información confidencial los siguientes indicadores: Libor 30 días, FED, Prime, Barril Petróleo, Oro, Bonos Globale, Reserva Monetaria.



Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte www.deloitte.com para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 330,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, Deloitte & Touche Ecuador Cía. Ltda., la cual tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitar sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría y contabilidad, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta presentación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios de auditoría y contabilidad.

Esta presentación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícito ni implícito) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta presentación.