

revista digital

PUNTO de VISTA

REVISTA DE ANÁLISIS PARA LOS EMPRESARIOS

Continúa la contracción de ventas



6 Los empleados de alto rendimiento también necesitan retroalimentación
Rocki Howard

12 Cuando le dicen que no es lo suficientemente estratégico
Luis Velasquez



ESAI

BUSINESS SCHOOL
UNIVERSIDAD ESPÍRITU SANTO

DIPLOMADO EN TRADE & RETAIL MARKETING

Modalidad Virtual



U
UEES | Postgrado
Universidad
Espíritu Santo

TMC
CONSULTORES
COMERCIALES

MAESTRÍA EN DERECHO ADMINISTRATIVO MENCIÓN CONTRATACIÓN PÚBLICA

MODALIDAD PRESENCIAL

*3 MÓDULOS VIRTUALES - CLASES 100% EN VIVO

Nuestros alumnos podrán postular, simultáneamente y con inmejorables beneficios económicos y académicos, a una doble titulación internacional (LL.M.) en Dayton School of Law y/o Temple School of Law de los Estados Unidos.



Valor preferencial por inscripción



Título en 12 meses



Crédito UEES sin intereses hasta 12 meses



Becas preferenciales

FECHA DE INAUGURACIÓN: 14 DE DICIEMBRE DE 2024

POSTULACIONES HASTA: 28 DE NOVIEMBRE DE 2024

MAYOR INFORMACIÓN: UEES.EDU.EC/CONVENIO/

OPCIÓN DE DOBLE TITULACIÓN EN USA



ESCUELA DE POSTGRADO EN DERECHO

IMPULSAMOS Y FORMAMOS EN CULTURA DE LA LEGALIDAD

revista digital

PUNTO de VISTA

REVISTA DE ANÁLISIS PARA LOS EMPRESARIOS

Revista digital de la ESAI Business School, de la Universidad Espíritu Santo. Las opiniones vertidas en los artículos son responsabilidad exclusiva de sus autores y no comprometen a la revista ni a sus editores

Ninguna parte de esta publicación o de su Web asociada (www.esai.edu.ec) puede ser reproducida o transmitida de ninguna forma ni por ningún medio, ni almacenarse en ningún sistema de recuperación de información de cualquier naturaleza sin el permiso previo y por escrito del titular de los derechos de autor. Cualquier permiso debe ser solicitado a la ESAI Business School.

Mayor información, visite: www.esai.edu.ec
o escribanos a: puntodevista@esai.edu.ec
Teléfono: +593 4 283 5630

DIRECTOR DEL ESAI
Econ. Alberto Dahik G.

CONSEJO EDITORIAL
Dr. Joaquín Hernández A.
Dr. Carlos Ortega M.

EDITORA GENERAL
Econ. Gianna Aguirre S.

DISEÑO GRÁFICO
Ing. Herwin Rosales T.

20

Continúa la contracción
de ventas



6

Los empleados de alto rendimiento
también necesitan retroalimentación



12

Cuando le dicen que no es lo
suficientemente estratégico



MAESTRÍA EN DERECHO CONSTITUCIONAL

MODALIDAD PRESENCIAL

*3 MÓDULOS VIRTUALES - CLASES 100% EN VIVO

Incluye Diplomado Internacional con la Universidad de Génova, Italia. Nuestros alumnos podrán postular, simultáneamente y con inmejorables beneficios económicos y académicos, a una doble titulación internacional (LL.M.) en Dayton School of Law y/o Temple School of Law de los Estados Unidos.



Valor preferencial por inscripción



Título en 12 meses



Crédito UEES sin intereses hasta 12 meses



Becas preferenciales

FECHA DE INAUGURACIÓN: 14 DE DICIEMBRE DE 2024

POSTULACIONES HASTA: 28 DE NOVIEMBRE DE 2024

MAYOR INFORMACIÓN: UEES.EDU.EC/CONVENIO/

OPCIÓN DE DOBLE TITULACIÓN EN USA

 Temple University
Beasley School of Law

 University of Dayton
School of Law

 UEES

ESCUELA DE POSTGRADO EN DERECHO

IMPULSAMOS Y FORMAMOS EN CULTURA DE LA LEGALIDAD

 Università di Genova

Los empleados de alto rendimiento también necesitan retroalimentación

Rocki Howard

Distribuido por: The New York Times Syndicate



¿Teme dar retroalimentación?

Mucha gente lo hace. Algunos incluso se ponen ansiosos antes de una conversación de retroalimentación.

Para aquellos que son nuevos en la gerencia, las conversaciones de retroalimentación pueden parecer otro elemento tedioso en su lista de tareas penden-

tes, (algo que deben hacer, pero que no necesariamente disfrutan). Es posible que le preocupe cómo reaccionará su empleado, especialmente si es una conversación difícil. Incluso puede preguntarse si sus empleados realmente valoran sus palabras o planean ponerlas en práctica.

Los empleados de alto rendimiento también necesitan retroalimentación



Las investigaciones demuestran que estas “superestrellas” pueden generar un 400% más de productividad que sus pares, y que el simple hecho de estar cerca de ellos puede aumentar el rendimiento de otros trabajadores en un 15%.

Si usted piensa esto, tenga en cuenta que a sus empleados sí les importa, sobre todo a los de alto rendimiento.

Según un estudio de Crucial Learning titulado “The Value of Stress Free Productivity”, los empleados de alto rendimiento son los héroes de un equipo y, a menudo, generan más del 60% de los resultados. Las investigaciones demuestran que estas “superestrellas” pueden generar un 400% más de productividad que sus pares, y que el simple hecho de estar cerca de ellos puede aumentar el rendimiento de otros trabajadores en un 15%.

Esto significa que los empleados de alto rendimiento son esenciales para el éxito de su equipo, (y que debe esforzarse por retenerlos). Parte de eso implica brindarles retroalimentación valiosa para ayudarlos a aprender y crecer, ya que los datos muestran que este grupo está altamente motivado por la retroalimentación. También es probable que busquen otras oportunidades si no reciben formación de calidad en sus puestos actuales.

A pesar de esto, los empleados de alto rendimiento reciben sistemáticamente

retroalimentación de menor calidad que sus colegas, y esto es peor en el caso de las mujeres de alto rendimiento. Los gerentes suelen dedicar la mayor parte de sus esfuerzos a intentar mejorar el desempeño de los empleados de menor rendimiento. El problema surge cuando esos esfuerzos llevan a un gerente a no involucrarse lo suficiente con los demás miembros de su equipo. Dada la importancia de las contribuciones de los empleados de alto rendimiento, debe equilibrar sus esfuerzos de retroalimentación y asegurarse de no pasar por alto las necesidades de sus mejores empleados.

He aquí cinco acciones que puede tomar para asegurarse de que su enfoque de retroalimentación sea justo y mantenga a los mejores talentos comprometidos, junto con ejemplos de cómo brindarles retroalimentación.

1

NO SE ABSTENGA DE DAR RETROALIMENTACIÓN CONSTRUCTIVA

Es fácil omitir la retroalimentación crítica cuando se trata de sus empleados

estrella. Con tantos elementos en su lista de tareas pendientes, puede sentirse tentado a simplemente decir: “Lo está haciendo muy bien”, y seguir adelante, sin considerar cómo pueden mejorar. También es posible que le preocupe desmotivarlos diciendo algo negativo, pero ambas cosas son erróneas.

Dar retroalimentación constructiva a los empleados de alto rendimiento los mantiene comprometidos y motivados. Las investigaciones sobre lo que los empleados de alto rendimiento quieren en el trabajo muestran que el 50% quiere “al menos una reunión mensual con sus gerentes” para que los ayuden a comprender mejor sus funciones y, por ende, mejorar.

Por lo tanto, incluso si su empleado está haciendo un gran trabajo, considere qué áreas de su trabajo o desempeño aún pueden mejorar. Pregúntese: ¿Cuáles son sus objetivos y cuáles son los objetivos del equipo? ¿Cómo puede esforzarse para alcanzar esos objetivos, más allá de lo que está haciendo actualmente? ¿Qué lo convertiría en un mejor trabajador, miembro del equipo o líder?

Los empleados de alto rendimiento también necesitan retroalimentación



La retroalimentación no solo se trata del desempeño, sino que también influye en cómo sus empleados se ven a sí mismos, a su trabajo y a su liderazgo.

2

EVITE EL LENGUAJE DE “TODO O NADA”

Es importante asegurarse de que su retroalimentación no incluya un lenguaje exagerado como “siempre contribuye” o “nunca deja pasar una oportunidad”. Los gerentes suelen utilizar un lenguaje exagerado para enfatizar un punto, pero la hipérbole puede restarle credibilidad a sus palabras, sobre todo porque es incorrecta. Rara vez “siempre” o “nunca” describen con precisión el desempeño o las acciones de alguien.

Con todos los empleados (no solo los de alto rendimiento), también debe evitar el uso de un lenguaje de mentalidad fija como “no es bueno para comunicarse” o “es creativo, pero no analítico”. Este tipo de retroalimentación transmite la idea de que las habilidades y la inteligencia de un empleado son fijas e inmutables, lo cual puede desmotivarlo o hacerlo sentir que no tiene margen para crecer o cambiar. Cuando esto sucede, los empleados de alto rendimiento en particular pueden desanimarse o buscar alternativas para crecer.

3

NO SEA DEMASIADO PERSONAL

Una trampa común al dar retroalimentación es basarse en la personalidad. Es más probable que caiga en esta trampa con personas de alto rendimiento en quienes confía o con quienes tiene una buena relación. Por ejemplo, al decirle a alguien: “Usted es la persona más servicial de nuestro equipo”, se centra en un rasgo de personalidad más que en el impacto de su desempeño en la empresa.

Esto es especialmente problemático para las mujeres, quienes tienen un 22% más de probabilidades de recibir retroalimentación sobre su personalidad que los hombres. Cuando las mujeres de alto rendimiento reciben retroalimentación basada en la personalidad, esto también repercute en sus oportunidades de crecimiento, ya que pierden la oportunidad de recibir comentarios relevantes y específicos sobre el desarrollo de habilidades para su puesto.

4

TENGA CUIDADO DE NO REFORZAR ESTEREOTIPOS NEGATIVOS

La retroalimentación no solo se trata del desempeño, sino que también influye en cómo sus empleados se ven a sí mismos, a su trabajo y a su liderazgo. En el caso de los empleados de alto rendimiento que pertenecen a grupos históricamente subrepresentados, sus palabras pueden tener más peso. Estas personas pueden ser más susceptibles a internalizar la retroalimentación que resulta en una amenaza de estereotipo (una experiencia psicológica que ocurre cuando alguien siente estrés o ansiedad al confirmar estereotipos negativos sobre su grupo racial, étnico, de género o cultural).

Las investigaciones sobre la internalización de la retroalimentación descubrieron que las mujeres de alto rendimiento tienen siete veces más probabilidades de internalizar estereotipos negativos como “ser demasiado emocionales en el trabajo”, lo que puede limitar su confianza

Los empleados de alto rendimiento también necesitan retroalimentación



El crecimiento profesional no debería ser un misterio para sus empleados. La claridad sobre lo que se requiere para avanzar hacia sus objetivos mantiene a las personas motivadas.

y crecimiento profesional. Otro estudio sobre mujeres en puestos de liderazgo reveló que la amenaza de estereotipos puede reducir la percepción de las mujeres sobre sus habilidades de liderazgo e impedirles ejercer ese tipo de funciones. Además, las mujeres de alto rendimiento que están subrepresentadas son más propensas a recibir comentarios sesgados que las etiqueten con términos negativos como “antipáticas” o “difíciles”.

La investigación también descubrió que el 42% de los empleados de color recuerdan haber sido llamados “antipáticos” en la retroalimentación, mientras que los empleados blancos tienen el doble de probabilidades de ser calificados como “agradables” en comparación con cualquier otro grupo en el trabajo. Estas etiquetas pueden socavar incluso a las personas más talentosas y reforzar estereotipos sobre grupos específicos.

Para retener y empoderar a sus mejores talentos, sea consciente de la retroalimentación que brinda y de cómo puede reforzar estereotipos o prejuicios negativos.

5

DELINEE RUTAS CLARAS PARA EL CRECIMIENTO

El crecimiento profesional no debería ser un misterio para sus empleados. La claridad sobre lo que se requiere para avanzar hacia sus objetivos mantiene a las personas motivadas. Las sesiones de retroalimentación son oportunidades para planificar no solo promociones, sino también proyectos de desarrollo profesional, roles interfuncionales y oportunidades de mentoría que se alineen con sus aspiraciones.

Esto es aún más importante para las mujeres de alto rendimiento y las personas no binarias, ya que los estudios muestran que una cantidad desproporcionada de ellas no sabe lo que se necesita para su próximo ascenso, lo que indica una brecha que debe cerrarse para evitar frustraciones y oportunidades perdidas. Sus reuniones individuales son un buen momento para reafirmar su compromiso de ayudar a sus empleados de alto rendimiento a crecer y a conseguir las oportunidades que desean.

Seguir estos consejos puede ser útil para dar retroalimentación a todos sus empleados. Sin embargo, debe asegurarse de no pasar por alto a sus empleados de alto rendimiento solo porque ya están haciendo un gran trabajo. Los empleados de alto rendimiento prosperan cuando reciben retroalimentación práctica y una dirección clara, por lo que, al brindarles comentarios reflexivos y específicos, les permite sobresalir y mantener su compromiso, garantizando que sigan impulsando el éxito dentro de su organización.

MAESTRÍA EN DERECHO MENCIÓN DERECHO DE EMPRESA

MODALIDAD PRESENCIAL

*3 MÓDULOS VIRTUALES - CLASES 100% EN VIVO

Nuestros alumnos podrán postular, simultáneamente y con inmejorables beneficios económicos y académicos, a una doble titulación internacional (LL.M.) en Dayton School of Law y/o Temple School of Law de los Estados Unidos.



Valor preferencial por inscripción



Título en 12 meses



Crédito UEES sin intereses hasta 12 meses



Becas preferenciales

FECHA DE INAUGURACIÓN: 14 DE DICIEMBRE DE 2024

POSTULACIONES HASTA: 28 DE NOVIEMBRE DE 2024

MAYOR INFORMACIÓN: UEES.EDU.EC/CONVENIO/

OPCIÓN DE DOBLE TITULACIÓN EN USA



University of Dayton
School of Law



ESCUELA DE POSTGRADO EN DERECHO

IMPULSAMOS Y FORMAMOS EN CULTURA DE LA LEGALIDAD

DIPLOMADO EN

MITIGACIÓN Y MERCADO VOLUNTARIO DE CARBONO: POLÍTICAS, DINÁMICAS Y PRÁCTICAS

Modalidad Híbrida



U
UEES

Postgrado
Universidad
Espíritu Santo

Cuando le dicen que no es lo suficientemente estratégico

Luis Velasquez

Distribuido por: The New York Times Syndicate

Cuando se les dice a los líderes que deben ser más estratégicos, su primer instinto suele ser pedir aclaraciones mediante ejemplos concretos o definiciones de estrategia. Si bien esto es bien intencionado, a veces puede parecer una actitud defensiva. Con frecuencia, este tipo de retroalimentación

proviene de una falta de comunicación y comprensión claras entre el líder y sus partes interesadas. A estas últimas les puede resultar difícil articular lo que significa “ser estratégico”, dando lugar a una retroalimentación vaga.



Cuando le dicen que no es lo suficientemente estratégico



Utilice recursos visuales para hacer que las estrategias complejas o abstractas sean más tangibles y fáciles de comunicar. Las visualizaciones efectivas aclararán las ideas complejas.

En lugar de limitarse a pedir aclaraciones, es más eficaz demostrar proactivamente su estrategia. A continuación, se presentan tres razones principales por las que a los líderes les resulta difícil demostrar que son estratégicos, y algunas formas de articular y transmitir sus habilidades de pensamiento estratégico con más éxito.

1 LA ESTRATEGIA PUEDE PARECER CONCEPTUAL Y TEÓRICA.

Las conversaciones sobre estrategia suelen involucrar conceptos abstractos, como la visión, la planificación a largo plazo, las amenazas y oportunidades futuras, que pueden ser difíciles de cuantificar y describir. Esta complejidad, sumada a la necesidad de conectar otros factores más concretos, como el análisis de mercado, el posicionamiento competitivo, etc., dificulta la creación de una narrativa unificada.

Las investigaciones demuestran que la toma de decisiones estratégicas no puede entenderse adecuadamente a menos que se comprenda su contexto. He aquí un par de formas de describir ese contexto:

UTILICE EL STORYTELLING.

El storytelling es una poderosa herramienta para hacer que los conceptos estratégicos abstractos sean fáciles de comprender y recordar. Al involucrar a su audiencia emocional e intelectualmente, las historias simplifican ideas complejas, convirtiéndolas en planes de negocio viables. Una narrativa convincente ayuda a que su estrategia se mantenga en la mente de las partes interesadas, aumentando su comprensión y retención.

VISUALICE LA ESTRATEGIA.

Utilice recursos visuales para hacer que las estrategias complejas o abstractas sean más tangibles y fáciles de comunicar. Las visualizaciones efectivas aclararán las ideas complejas. Por ejemplo, Amazon es conocido por utilizar el “modelo de volante”, una representación visual de cómo las distintas partes de su negocio se refuerzan entre sí para impulsar el crecimiento. El ciclo comienza con la mejora de la experiencia del cliente, lo que atrae a más clientes. Más clientes aumentan el tráfico, lo que atrae a más vendedores. Con más vendedores, la selección de productos crece, y

los costos reducen gracias a las economías de escala. Estos costos más bajos permiten a Amazon ofrecer precios más bajos, mejorando aún más la experiencia del cliente y reiniciando el ciclo. Esta visualización ayuda a los equipos a comprender cómo las acciones aparentemente no relacionadas (como expandir la selección de productos u optimizar la logística) respaldan el objetivo estratégico principal de crecimiento a largo plazo.

2 TODOS TIENEN UNA PERSPECTIVA DIFERENTE.

Los líderes suelen dar por sentado que las partes interesadas clave comprenderán su estrategia. Sin embargo, las personas interpretan el pensamiento estratégico de manera diferente, lo que genera confusión y comunicación inconsistente. Para superar estos desafíos de comunicación, considere los siguientes enfoques:

UTILICE UN MARCO ESTRATÉGICO COMPARTIDO.

La mayoría de las empresas ya tienen un marco unificado para establecer objeti-

Cuando le dicen que no es lo suficientemente estratégico



Los líderes suelen priorizar la ejecución y el trabajo operativo sobre la reflexión y comunicación estratégica, lo que dificulta articular el panorama general. Además, la incertidumbre y la presión pueden hacer que los líderes duden en articular planes que no son del todo concretos,

vos, como los OKR (objetivos y resultados clave), los cuadros de mando integral o los KPI (indicadores clave de rendimiento). En lugar de introducir nuevos métodos (o peor aún, no utilizar ninguno), la clave está en aprovechar estos procesos existentes de forma más efectiva.

CREE OPORTUNIDADES DE SENSIBILIZACIÓN PARA LAS PARTES INTERESADAS.

En los debates estratégicos a los que he asistido, he observado una tendencia: Las personas interpretan la estrategia en función de sus propios roles, centrándose principalmente en cómo les afecta a ellos o a sus equipos. Los líderes sénior pueden necesitar una visión general de alto nivel sobre el progreso estratégico, mientras que los equipos pueden requerir instrucciones tácticas más específicas para alinear sus acciones con los objetivos a largo plazo.

Las partes interesadas necesitan conectar su estrategia con sus propias realidades para entender sus planes y el papel que desempeñan en ellos. Por lo tanto, debe brindarles oportunidades para darle sentido la estrategia. Esto implica

ayudarles a encontrar significado a sus decisiones estratégicas, vinculándolas con sus propios objetivos, desafíos y aspiraciones. He aquí cómo hacerlo:

CAMBIE EL ENFOQUE HACIA EL IMPACTO COLECTIVO: Al discutir su estrategia, centre la conversación en torno al impacto colectivo más que en el impacto individual o de equipo. Resalte cómo los diferentes equipos están interconectados para alcanzar los objetivos a largo plazo, asegurándose de que todas las partes interesadas comprendan que la estrategia es una responsabilidad compartida. Sólo entonces podrá hablar sobre lo que cada equipo o persona debe hacer para respaldar el esfuerzo colectivo de la estrategia.

FACILITE LA “CONEXIÓN DE PUNTOS”: Fomente y facilite debates periódicos en los que las partes interesadas puedan conectar los puntos entre su propio trabajo y los objetivos estratégicos más amplios. Estas conversaciones ayudan a los miembros del equipo a ver más allá de sus responsabilidades inmediatas y a comprender cómo sus esfuerzos contribuyen a los objetivos de la organización.

3 LAS CUESTIONES A CORTO PLAZO TIENEN PRIORIDAD.

Las presiones inmediatas y las urgencias del día a día a veces ensombrecen la necesidad de comunicar la planificación a largo plazo. Los líderes suelen priorizar la ejecución y el trabajo operativo sobre la reflexión y comunicación estratégica, lo que dificulta articular el panorama general. Además, la incertidumbre y la presión pueden hacer que los líderes duden en articular planes que no son del todo concretos, y las partes interesadas pueden ser incapaces de conectar los puntos entre la estrategia y lo que está sucediendo en la práctica. He aquí cómo garantizar que la estrategia siga siendo una prioridad para las partes interesadas cuando otras presiones comiencen a tomar el control:

INCORPORA LA REFLEXIÓN ESTRATÉGICA A SU RUTINA.

En entornos de alta presión, la estrategia puede quedar relegada a un segundo plano frente a las operaciones diarias. Debe reservar tiempo intencionalmente para la reflexión estratégica. En lugar de

Cuando le dicen que no es lo suficientemente estratégico



Puede resultar frustrante que le digan que no es lo suficientemente estratégico; sin embargo, tómelo como una oportunidad para mejorar, fortalecer su liderazgo y la visibilidad de su impacto.

reservar un gran bloque de tiempo, opte por intervalos constantes para que se convierta en parte de su rutina.

DIVIDA LOS OBJETIVOS A LARGO PLAZO EN VICTORIAS A CORTO PLAZO.

Uno de los motivos por los que los líderes se mantienen en modo de ejecución es la presión por mostrar resultados a corto plazo. Para abordar este problema, divida los objetivos estratégicos a largo plazo en hitos más pequeños y manejables que demuestren el progreso y contribuyan al panorama general.

A menudo he visto que los líderes separan las discusiones estratégicas del trabajo operativo, pero un enfoque más eficaz es hacer que el pensamiento estratégico forme parte de su trabajo. En lugar de depender únicamente de las reuniones formales sobre estrategia, utilice reuniones informales o conversaciones casuales para reforzar continuamente el modo en el que las actividades diarias se vinculan con el panorama estratégico más amplio.

ENFÓQUESE EN LA ESTRATEGIA DURANTE TIEMPOS DE CRISIS.

Normalmente, la estrategia y la gestión de crisis se consideran dos cuestiones separadas, a menudo contradictorias entre sí. En otras palabras, la estrategia suele dejarse de lado cuando surgen cuestiones urgentes. Sin embargo, las crisis son oportunidades para demostrar su liderazgo estratégico, anticipándose al futuro. Aproveche esos momentos para abordar el desafío inmediato y anticiparse a lo que podría suceder, planificando dos o tres pasos hacia adelante.

En situaciones de alta presión, asegúrese de comunicar no solo sus soluciones inmediatas, sino también cómo estas acciones encajan en la visión más amplia y a largo plazo. De este modo, demostrará tanto su experiencia táctica como su previsión estratégica.

Puede resultar frustrante que le digan que no es lo suficientemente estratégico; sin embargo, tómelo como una oportunidad para mejorar, fortalecer su liderazgo

y la visibilidad de su impacto. Al hacer que su estrategia sea visible y fácil de entender a través del storytelling, aprovechando los marcos existentes y asegurando una comunicación constante con las partes interesadas, puede cambiar las percepciones, alinear a su equipo con los objetivos a largo plazo y ser reconocido por su enfoque estratégico. Las crisis y las presiones cotidianas no deberían interponerse en su pensamiento estratégico; en su lugar, utilice estos momentos para demostrar su previsión y su habilidad para conectar las acciones inmediatas con el panorama general. Cuando la estrategia se ve, se comprende y se pone en práctica, el éxito llega.

**DIPLOMADO EN
PRODUCCIÓN SOSTENIBLE
MEDIANTE LA REDUCCIÓN DE
LA HUELLA DE CARBONO**

Modalidad Híbrida



Postgrado
Universidad
Espíritu Santo

MAESTRÍA EN DERECHO PENAL

MODALIDAD PRESENCIAL

*5 MÓDULOS VIRTUALES - CLASES 100% EN VIVO

Nuestros alumnos podrán postular, simultáneamente y con inmejorables beneficios económicos y académicos, a una doble titulación internacional (LL.M.) en Dayton School of Law y/o Temple School of Law de los Estados Unidos.



Valor preferencial por inscripción



Título en 12 meses



Crédito UEES sin intereses hasta 12 meses



Becas preferenciales

FECHA DE INAUGURACIÓN: 14 DE DICIEMBRE DE 2024

POSTULACIONES HASTA: 28 DE NOVIEMBRE DE 2024

MAYOR INFORMACIÓN: UEES.EDU.EC/CONVENIO/

OPCIÓN DE DOBLE TITULACIÓN EN USA



ESCUELA DE POSTGRADO EN DERECHO

IMPULSAMOS Y FORMAMOS EN CULTURA DE LA LEGALIDAD

FECHA DE INAUGURACIÓN: 7 DE DICIEMBRE 2024

MAESTRÍA EN GESTIÓN Y OPERACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

BLENDED LEARNING

NETWORKING | CAMPUS EXPERIENCE

RPC-SO-12-No.233-2020

TÍTULO UEES VÁLIDO EN
 **ESTADOS
UNIDOS**

*Aplica para carreras y programas equivalentes previa solicitud



Postgrado
Universidad
Espíritu Santo

DIPLOMADO INTERNACIONAL EN **COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

Modalidad Híbrida



Postgrado
Universidad
Espíritu Santo

Continúa la contracción de ventas



Alberto Dahik

Director General ESAI,
Director del Centro de Estudios
Económicos y Sociales para el
Desarrollo (CESDE)

Coautora:
Gianna Aguirre

La economía en Ecuador sigue sin mostrar signos de recuperación. El mes pasado el Banco Central del Ecuador (BCE) anunció que las cifras de las cuentas nacionales del primer semestre del año reflejaban que, en el segundo trimestre, el PIB había caído en 2.2% respecto al mismo período del año anterior. Evidentemente en el tercer trimestre la caída del PIB será más drástica por los cortes de energía que llegaron hasta 14 horas diarias, afectando así la producción.



Continúa la contracción de ventas

En nuestros artículos anteriores habíamos mencionado ya la caída del consumo de los hogares durante los primeros dos trimestres del año, y habíamos dicho también que, en los meses de junio, julio y agosto se observaba que el acumulado de las ventas para los primeros 6, 7 y 8 primeros meses de 2024, mostraban una caída respecto de períodos similares del año 2023.

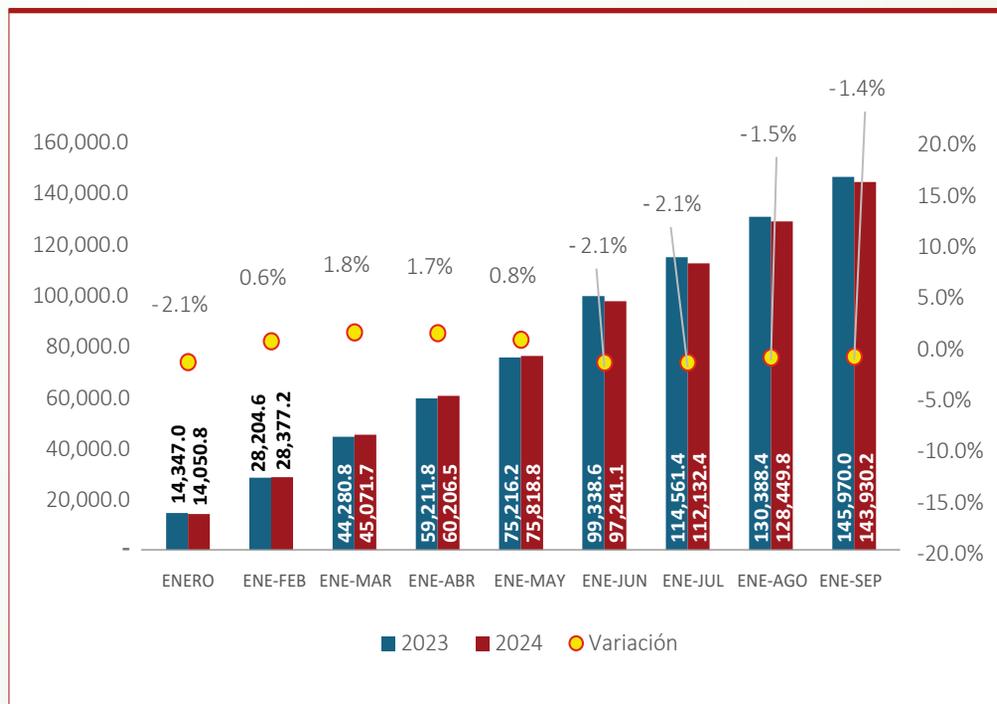
El anuncio de la caída del PIB por parte del BCE, y las cifras acumuladas de ventas (ver gráfico 1) durante el 2024 confirman una tendencia extremadamente preocupante. Las cifras del SRI comprueban una caída de la facturación del acumulado desde enero para cuatro meses consecutivos: junio, julio, agosto y septiembre. No hay una señal o signo de una posible recuperación del PIB para el último trimestre del año, a pesar de caracterizarse por ser un trimestre de mayores ventas por las festividades.

Según las cifras del SRI, siete de los diez sectores de mayores ventas registraron una contracción de ventas locales en septiembre de 2024 con relación al mismo mes de 2023. Los sectores como la industria manufacturera y la construcción continúan registrando contracciones en el mes de septiembre, con caídas del 9.2% y 0.6% interanual, respectivamente. Así también, el sector de Comercio que representa el 44% del total de ventas, se contrajo en 1.6% en el mismo periodo (ver gráfico 2).

Esto debe llevarnos a meditar en lo grave que será el primer trimestre del 2025,

Las cifras del SRI comprueban una caída de la facturación del acumulado desde enero para cuatro meses consecutivos: junio, julio, agosto y septiembre. No hay una señal o signo de una posible recuperación del PIB para el último trimestre del año, a pesar de caracterizarse por ser un trimestre de mayores ventas por las festividades.

Gráfico No. 1
Ventas (Millones de USD)



Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Elaboración: CESDE UEEs

Continúa la contracción de ventas

pues el estado se ha financiado temporalmente con la auto retención del impuesto a la renta de las empresas más grandes del país.

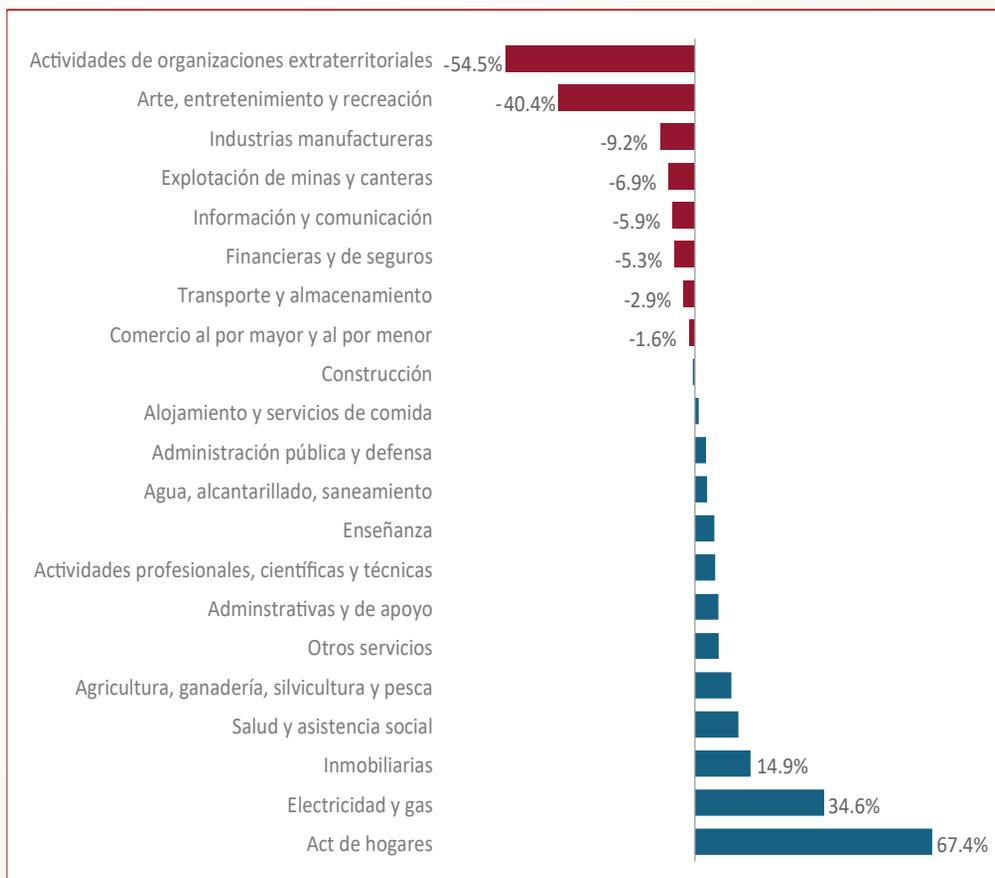
Pero ante una caída del PIB, la rentabilidad de las empresas cae mucho más que la caídas del PIB o de las ventas. Por lo tanto, las utilidades del 2024 son fácilmente predecibles como inferiores a las del 2023. En este caso, el Estado quedará debiendo a quienes contribuyeron a la auto retención, no les podrá pagar, y por un tema de caja, será casi imposible que no vuelvan a pedir esa auto retención, medida que supuestamente iba a tener un solo año de aplicación.

La campaña electoral a su vez demuestra la total ausencia de discusión sobre los temas estructurales de fondo como las reformas a la seguridad social, a la normativa laboral, reformas estructurales al propio sector energético, la reducción de cargas fiscales como los subsidios que causan distorsiones en la economía y muchos más que se los ha dejado completamente de lado, lo cual nos lleva a pensar en que el 2025 pondrá presiones sobre el ejecutivo muy difíciles de manejar.

Sin embargo, debemos estar conscientes que la caída del PIB que muy probablemente se registrará a cierre de año y por ende también la caída en la capacidad del consumo de los hogares que restará bienestar a los ecuatorianos se dará por no enfrentar los problemas estructurales del país. Así como la caída en el precio del petróleo de 2014, la sequía y la crisis energética será un detonante y no un causante.

Pero ante una caída del PIB, la rentabilidad de las empresas cae mucho más que la caídas del PIB o de las ventas. Por lo tanto, las utilidades del 2024 son fácilmente predecibles como inferiores a las del 2023.

Gráfico No. 2
Variación interanual
Septiembre 2024



Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Elaboración: CESDE UEES



Postgrado
Universidad
Espiritu Santo

CERTIFICACIÓN EN
**GESTIÓN DE
RIESGOS FINANCIEROS**



Inicio:
14 de noviembre
de 2024



Inversión:
\$750
(descuentos
especiales)



**Horas
académicas:**
48 horas



Modalidad:
Virtual

DIPLOMADO EN PATOLOGÍA DEL TRACTO GENITAL INFERIOR Y COLPOSCOPIA

SEGUNDA EDICIÓN

Modalidad Presencial

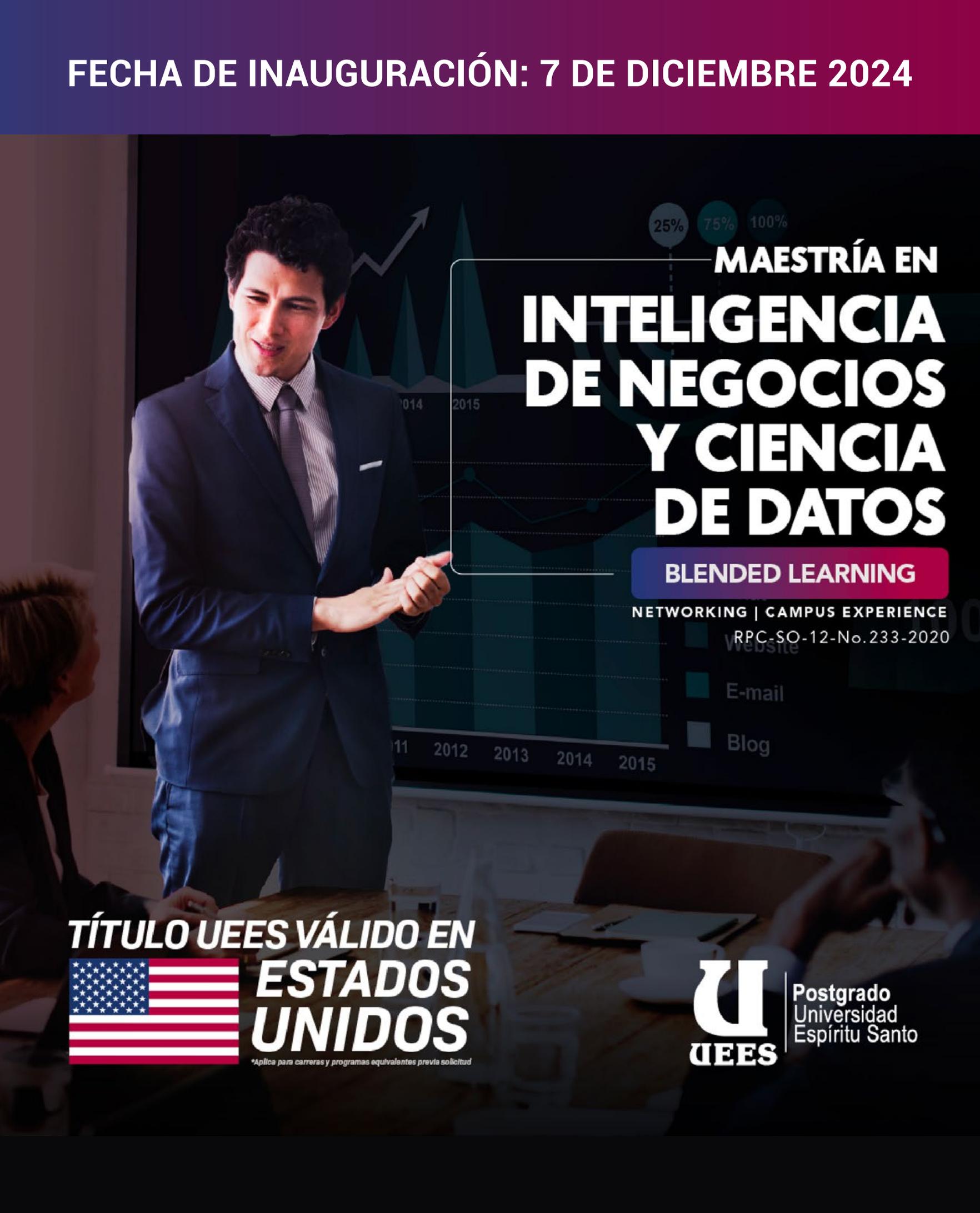


FECHA DE INICIO: 22 DE FEBRERO DE 2025



Escuela de
Postgrado
en Salud

FECHA DE INAUGURACIÓN: 7 DE DICIEMBRE 2024



25% 75% 100%

MAESTRÍA EN INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y CIENCIA DE DATOS

BLENDED LEARNING

NETWORKING | CAMPUS EXPERIENCE

RPC-SO-12-No.233-2020

**TÍTULO UEES VÁLIDO EN
ESTADOS
UNIDOS**



*Aplica para carreras y programas equivalentes previa solicitud



Postgrado
Universidad
Espíritu Santo



revista digital

PUNTO de VISTA

REVISTA DE ANÁLISIS PARA LOS EMPRESARIOS

WWW.ESAI.EDU.EC