

2010



FLACSO – MIPRO

Centro de Investigaciones Económicas y
de la Micro, Pequeña y Mediana
Empresa

Boletín Mensual de Análisis Sectorial
de MIPYMES No. 7

Sector Farmacéutico

Coordinación:
Hugo Jácome

Investigación:
Marco Naranjo

Asistentes de investigación:
Melani Gualavisí
Anderson Arghoti
David Villaruel



Índice

1. Presentación	2
2. La Inversión Real: la variable mágica para alcanzar el crecimiento económico	3
3. De la botica de barrio a las cadenas farmacéuticas.	5
4. El Sector Farmacéutico Ecuatoriano: una primera aproximación.....	7
5. Estadísticas.....	12

Índice de cuadros

Cuadro 1: Tipo de empresa.....	9
Cuadro 2: Trabajadores por sector.....	9
Cuadro 3: Ingreso medio por sector	9

Índice de gráficos

Gráfico 1: Tamaño de empresa.....	8
Gráfico 2: Exportaciones de medicamentos	10
Gráfico 3: Importaciones de medicamentos	10
Gráfico 4: Exportaciones de suministro de medicamentos	10
Gráfico 5: Importaciones de suministro de medicamentos	11

1. Presentación

En esta ocasión el Boletín Mensual de Análisis Sectorial presenta un estudio que evidencia la importancia de la inversión real en la economía y dos artículos que analizan al sector farmacéutico ecuatoriano.

En el primer artículo se realiza un análisis de la importancia que tiene la inversión real en el crecimiento de la economía. Mediante un título sugestivo, se trata de evidenciar que la inversión real es la variable “mágica” de la economía.

En segundo término aparece un artículo que demuestra las pocas posibilidades que tienen las MIPYMES en el sector farmacéutico. En efecto, las boticas de barrio habrían desaparecido debido a la incontenible presencia de las grandes cadenas farmacéuticas.

Finalmente, se presenta una primera aproximación sobre el sector farmacéutico en general, resaltando temas como la población empleada en dicho sector y su comercio exterior.

Como en todas las ocasiones, también ofrecemos el cuadro estadístico de siempre, actualizado al mes de agosto.

Esperamos que los planteamientos del presente Boletín sirvan a nuestros lectores para la toma de sus mejores decisiones.

2. La Inversión Real: la variable mágica para alcanzar el crecimiento económico

Marco P. Naranjo Chiriboga¹

Una de las preguntas fundamentales que con permanencia se hacen los ciudadanos tiene que ver con las causas y los mecanismos que llevan al crecimiento económico de los países.

Ciertamente, esta no es una pregunta nueva y se encuentra en los orígenes mismos de la economía, tanto es así que el fundador de la Economía Política, Adam Smith, escribió un libro que se titulaba: “Naturaleza y Causa de la Riqueza de las Naciones”, o lo que en lenguaje moderno sería “Cómo lograr el Crecimiento Económico de los Países”.

El propio Adam Smith estableció que la acumulación del capital era el mecanismo que llevaba al enriquecimiento nacional. Posteriormente, sobre todo con el planteamiento de John Maynard Keynes, dicha acumulación del capital tomó el nombre de Inversión Real y gracias a la utilización del principio del “multiplicador”, cuestión que explicaremos inmediatamente, se ha determinado que el motor del crecimiento es esta variable, la cual a momentos nos parece mágica.

Claro está, nos referimos siempre a la Inversión Real, esto es, la que se destina a la generación de nueva producción o al incremento de la ya existente.

Ahora bien, el efecto multiplicador de la Inversión Real significa que por cada nuevo dólar que se destina a esta variable, la producción nacional crece entre 3 y 5 dólares o más, dependiendo del sector de la economía en el que se hace dicha inversión.

Acerquémonos con detenimiento lo señalado. La mejor manera para aquello es mediante un ejemplo. Así tenemos que si se realiza una inversión con el objetivo de instalar una fábrica textil, solo la construcción de la planta implica la contratación de ingenieros, arquitectos, albañiles, cerrajeros, peones, etc., los cuales van a recibir remuneraciones, las cuales servirán para la compra de alimentos, vestidos, herramientas, educación, salud, vivienda, entre otros, dinamizándose de esta manera las diferentes industrias que satisfagan todo ese tipo de demandas. Pero la construcción de la mencionada planta requerirá de hierro, cemento, ladrillos, pisos, techos, vidrios, puertas y ventanas, artículos que se verán dinamizados precisamente por la construcción de la nueva fábrica. Quienes estén vinculados a la producción de estos bienes obtendrán nuevos ingresos que servirán para los salarios de sus trabajadores y nuevas compras de materias primas e insumos.

Pero una vez construido el edificio de la fábrica, para su funcionamiento se demandarán muebles y equipos requeridos por los departamentos administrativos - financieros y, sobre todo, máquinas, materias primas e insumos para el departamento de producción. Estos últimos tendrán una demanda constante y creciente conforme avance la producción de la industria. Incluso alrededor de la fábrica se instalarán salones de comida para atender los almuerzos y fiambres de los trabajadores, lo que significará nuevos requerimientos y pedidos de distintos tipos de insumos para la elaboración de los alimentos.

Ciertamente, la inversión real, a través de su efecto multiplicador, dinamiza toda la economía de una nación y genera incrementos notables en el empleo y la producción. Es por lo señalado que nos suele parecer como mágica, pues por cada dólar de nueva inversión, los empleos directos e indirectos que genera, las demandas de materias primas, insumos y maquinarias terminan generando un crecimiento de la producción superior a los tres dólares.

¹ Profesor - investigador de FLACSO Ecuador

Ahora bien, sin embargo de lo señalado, el conocimiento que hemos adquirido de esta variable “mágica” todavía es limitado, aunque sí sabemos que es la causante de los ciclos económicos de depresión y de auge. Inclusive existen autores que señalan que gracias a las variaciones en la inversión las economías caminan por el filo de una navaja.

Aquello se debe a que en esta variable inciden otras de difícil predicción y muchas veces de comportamiento altamente volátil. Así tenemos que la demanda efectiva o tamaño del mercado son claves para que aparezcan inversiones. El tamaño del mercado y su crecimiento es fundamental, porque lo primero que necesita un productor es determinar si las mercancías que ofrece van a ser demandadas en el mercado por alguien que tiene para pagarlas; de manera que las dimensiones de la inversión estarán en función del poder adquisitivo de los compradores. Lamentablemente este poder adquisitivo y las decisiones de consumo son altamente cambiantes y dependen del empleo, del crecimiento económico, de la distribución de los ingresos y de la propia inversión.

Adicionalmente, una variable de compleja medición que afecta poderosamente a la inversión es la que hace referencia a las expectativas. A pesar de la importante modelística desarrollada y la generalidad de planteamientos referidos a las expectativas racionales o adaptativas, la racionalidad y la adaptabilidad son difíciles de medirse y predecirse, particularmente en los países subdesarrollados, caracterizados por importantes procesos de inestabilidad y hasta volatilidad económica. En efecto, a menudo se vuelve en extremo complejo determinar la trayectoria de los precios, de las tasas de interés o de los tipos de cambio en dichos países, lo que provoca que los proyectos de inversión, o no se hagan, o que deban incluir una serie de resguardos que limitan e impiden su desarrollo.

A lo señalado hay que sumar que la rentabilidad esperada de las inversiones (denominada por Keynes eficiencia marginal del capital) suele tener dificultades de enfrentamiento con el costo financiero de la inversión, esto es la tasa de interés activa que cobran los bancos a quienes les solicitan créditos. Ciertamente, muchos proyectos de inversión dejan de hacerse por irresistibles y elevadas tasas de interés que hacen que el costo financiero de la inversión sea superior a la rentabilidad esperada.

Finalmente, las inversiones dependen de un factor que es esencial y que suele ser especialmente escaso en América Latina y en el Ecuador: el empresario.

Fue Joseph Schumpeter, un economista austríaco de notable influencia en el siglo XX, quien nos dio la mejor definición de empresario. De acuerdo a Schumpeter, la inversión depende de este personaje que tiene como principal característica el NO ser adverso al riesgo. Esto es, a pesar del reducido tamaño del mercado o de la demanda efectiva, de expectativas negativas, de la creciente inestabilidad y de lo elevadas de las tasas de interés, el empresario de quien enfrenta todo este tipo de dificultades y riesgos que significa hacer empresa y genera inversiones gracias a una constante obtención de créditos y la reinversión de los beneficios. En el próximo boletín desarrollaremos un artículo completo sobre el empresario schumpeteriano.

Como observamos, entonces, si bien la variable clave del crecimiento económico es la inversión, lamentablemente está afectada por otras variables de difícil control. Además temas como la inseguridad jurídica y política, así como “percepciones” de las calificadoras de riesgo, inciden casi siempre de manera negativa en los proyectos de desarrollo empresarial. No obstante, más allá de aquello, si una nación logra contar con la presencia de empresarios como los descritos por Schumpeter, tendrá garantizada la inversión y el crecimiento.

3. De la botica de barrio a las cadenas farmacéuticas.

Anderson Argothy ²

David Villarruel

Actualmente podemos apreciar que los grupos farmacéuticos se han apoderado de las tradicionales boticas de barrio y se ha vuelto difícil encontrar una de estas boticas (como eran llamadas las farmacias por las generaciones anteriores), cuyo nombre normalmente era el de una persona o el de un barrio (por ejemplo: “Botica Hermano Miguel”).

Esto nos lleva a las siguientes interrogantes: ¿Qué pasó con las boticas de barrio? ¿A dónde se fueron? ¿En qué se transformaron los pequeños empresarios dedicados a esta actividad heredada de padres y abuelos?

Para entender lo sucedido con los pequeños empresarios del sector farmacéutico es necesario remontarnos al Ecuador de hace una década, cuando la economía nacional se encontraba en una etapa muy difícil, viviendo una de las peores crisis de su historia, la cual llevó al país, entre otras cosas, al congelamiento de depósitos y feriado bancario, a devaluaciones del 400%, a la dolarización, a una gran salida de ecuatorianos al extranjero y a una recesión generalizada en la producción y el comercio; sin duda escenarios complicados para cualquier empresa.

Sin importar la actividad, todos los negocios difícilmente podían resistir al conjunto de situaciones anteriormente descritas; no obstante, había un sector relativamente indispensable, en la medida que se puede sacrificar cualquier consumo menos los relacionados con la salud.

Aquello hizo que se busque una estrategia para reducir los costos de intermediación para llegar de manera eficiente al cliente. Por el lado del distribuidor farmacéutico, la solución fue mejorar el canal de comercialización y vender directamente al consumidor final, pues de esta manera se aseguraba la ganancia por la distribución del producto y la utilidad por la venta del medicamento evitándose de esta manera al boticario.

Se empezaron, entonces, a formar con mayor intensidad las cadenas farmacéuticas, que al inicio mantenían el nombre del dueño del establecimiento o su nombre comercial.

Con el paso del tiempo, estas cadenas aumentaron su poder de negociación con los proveedores e iban conformando lo que después se convertiría en una franquicia. Posteriormente lanzaron una marca corporativa, la cual generaba muchas ventajas para quienes entraban al grupo; pero, de igual manera, eliminaba paulatinamente y de manera indirecta a las boticas que no ingresaban en dicha franquicia.

La definición de franquicia nos establece que

Se trata de un contrato complejo, atípico, innominado, consensual y bilateral, el cual no está regulado por nuestra legislación. Contrato civil o mercantil, mediante el cual el concedente o franquiciante concede a la otra parte, concesionario o franquiciado, el derecho a explotar una marca, una fórmula comercial o un servicio, por el pago de un canon, el cual se conoce como ROYALTY”. (Orbe, 2010)

Ahora bien, para las boticas de barrio se les presentaba una disyuntiva: las cuotas de entrada a la franquicia se hacían cada vez más altas, pero los costos de no pertenecer al grupo lo eran mucho más.

Dicha disyuntiva se expresaba esencialmente por una parte en la pérdida de

² Becarios de la Maestría en Economía y Gestión Empresarial, FLACSO - Ecuador

autonomía de un negocio mantenido durante varias generaciones debido a las condiciones que impone la franquicia, esto es, asumir una gran inversión para ingresar a cualquiera de las cadenas farmacéuticas; y, por otra, el comprar las medicinas a los proveedores relacionados con los dueños de las franquicias a precios más altos, lo que les significaba pérdidas de competitividad frente a los franquiciados, los mismos que ahora recibían precios más bajos por ser una extensión de los grandes distribuidores.

Por lo tanto, los pequeños boticarios se vieron obligados a cerrar su negocio, venderlo a una de las grandes cadenas o pagar la franquicia.

De todas maneras, algunos boticarios han tratado de mantenerse solos en el mercado, lo cual es una tarea muy difícil. De igual manera, no han ingresado a la franquicia debido los estándares que son impuestos por la misma (porcentaje de ventas, cuota fija, etc.), los cuales son difíciles de ser cumplidos.

Ciertamente, resulta en extremo complicado para los boticarios de barrio competir con los grandes grupos, por lo que al final sus boticas independientes terminan sucumbiendo a la presión de las cadenas y son absorbidas, en el mejor de los casos, o sacadas del mercado.

En este sentido, las grandes cadenas de distribución, con el fin de asegurarse de mejor manera su participación en el mercado, han creado franquicias orientadas a las diferentes condiciones socioeconómicas de la población, de manera que se llegue a todo tipo de consumidores, asegurando el alejamiento de la competencia.

Adicionalmente, se ha revolucionado el concepto de farmacia para convertirla en una súper tienda, a donde el cliente acude por un medicamento, pero realiza compras adicionales de productos poco relacionados como paraguas, peluches, chocolates, etc.

Todos estos antecedentes nos demuestran la instauración en el Ecuador de un modelo de desarrollo del sector farmacéutico basado en la concentración del negocio por parte de grandes distribuidores, liquidando a los pequeños y medianos empresarios, llamados popularmente boticarios.

Es difícil pensar en una solución que recupere a las pequeñas boticas de barrio, una alternativa podría ser su agrupación en asociaciones, corporaciones u otra figura legal; logrando que las boticas independientes realicen compras al por mayor a los proveedores, de manera que obtengan mayor poder de negociación; caso contrario, si se mantienen proveyéndose individualmente de los distribuidores, estas farmacias de barrio pronto serán un recuerdo.

Al respecto, es ilustrativo lo señalado por un boticario que mantuvo su farmacia por más de 22 años en la calle Michelena, al sur de Quito: “Lo único que buscan las cadenas es quebrar al pequeño empresario. Por ejemplo, si una pastilla el farmacéutico independiente la vende en 15 centavos, el miembro de la franquicia la vende en 12 centavos y la farmacia propietaria de la cadena lo hará en 8 centavos. Así uno nunca va a poder competir. Te obligan a cerrar la farmacia y a vender la licencia, tal como ocurrió con mi negocio”.⁴

A continuación se detalla una breve historia de tres cadenas de farmacias de mayor representación en el Ecuador.

Cruz azul. Esta cadena de farmacias es considerada como la más grande del país. Fue inaugurada en noviembre del año 2000, producto de una tendencia global hacia la creación de cadenas farmacéuticas. Entre sus objetivos está motivar a las diferentes franquicias a competir en un mercado cambiante, a través de la innovación de productos y servicios.

La excelencia en la atención al cliente fue uno de los pilares fundamentales para

⁴ Reseña de la conversación mantenida con el ex boticario Alberto Garcés, actual estudiante del Programa de Maestría en Economía y Gestión Empresarial de FLACSO - Ecuador

que la empresa sobresalga por encima de los competidores. De esta manera, en el año 2004, la cadena farmacéutica comienza con una nueva etapa, caracterizada por una imagen corporativa, dejando de lado la imagen de ser una pequeña empresa. Tal fue el éxito de la cadena que en el año 2006 recibió el premio “Pioneros en la Franquicia”, otorgado por la Presidencia de la República.

Farmaenlace Cia. Ltda. Esta cadena de farmacias fue inaugurada en el año 2005, producto de la fusión de dos empresas distribuidoras: Representaciones Ortiz Cevallos y Farmacéutica Espinosa. La primera se creó en 1990 y comercializaba mediante Farmacias Way’s, mientras tanto, Farmacéutica Espinosa se creó en 1981 y comercializaba principalmente a través de Farmacias Medicity.

Actualmente, Farmaenlace es propietaria de Farmacias Económicas, Farmadescuentos, Difarmes, Medicity y Supermercados Magda. La gestión exitosa de Farmaenlace le mereció ocupar el puesto 175 de las 500 mejores empresas del Ecuador en el año 2006, y el puesto 171 en el año 2007.

Fybeca. La primera botica de esta gran cadena farmacéutica fue inaugurada en el año 1931, en el centro de la ciudad de Quito, con el nombre de “Botica Quito”. En 1949 cambia su nombre a “Farmacia Quito”, consolidando nuevos procesos de innovación para la época. En el año de 1952 adquiere la Botica Pichincha y abre varias sucursales en la ciudad, empezando a posicionarse como cadena farmacéutica líder.

En el año de 1957 la empresa se constituye como “Farmacias Quito y Boticas Pichincha C.A”. Ocho años después, en 1965, se acuña el nombre de “FYBECA” haciendo referencia a Farmacias y Boticas Ecuatorianas C.A. En 1985 se constituye una firma nueva “FARCOMED” haciendo referencia a Farmacias y Comisariatos de Medicinas S.A. y el nombre de Fybeca empieza a ser utilizado como marca. Para el año 2005 esta cadena farmacéutica cuenta con más de 70 farmacias en todo el país.

Bibliografía:

Orbe, M. D. (2010). *Revista Judicial*. Retrieved Septiembre 23, 2010, from Derecho Ecuador, en:
http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=4506&Itemid=426
www.fybeca.com
www.farmaciascruzazul.com/
www.farmaenlace.com

4. El Sector Farmacéutico Ecuatoriano: una primera aproximación

Mélaney Gualavisí Díaz⁵

El manejo del sector farmacéutico es considerado estratégico, pues engloba aspectos importantes para el país que deben ser tomados como prioridades, debido a que busca garantizar la salud de los ciudadanos, poniendo a su disposición medicamentos de calidad a precios accesibles.

Las regulaciones a este sector han ido cambiando, así tenemos que en el año 2000 se formula la Ley sobre Producción, Importación, Comercialización y Expendio

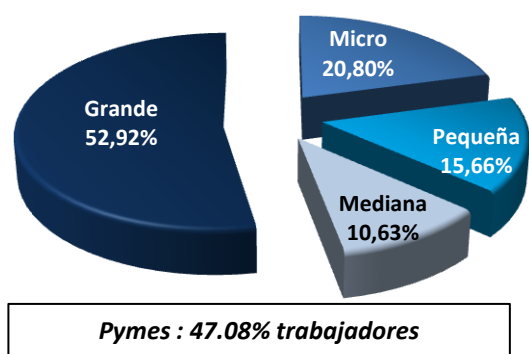
⁵ Becaria de la Maestría en Economía del Desarrollo, FLACSO - Ecuador

de Medicamentos Genéricos para Uso Humano, la cual reglamenta precios, adquisiciones, y control de calidad. Más tarde, en el año 2002 se aprueba la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Salud que tiene como objetivo organizar el funcionamiento del Sistema Nacional de Salud, las interrelaciones y la formulación de políticas. En el año 2006 se expidió la Ley Orgánica de Salud que regula todas las acciones para garantizar el derecho a la salud de la ciudadanía en general. Dentro de esta ley se designa al Ministerio de Salud Pública como autoridad sanitaria nacional, el cual es responsable de la regulación y control sanitario de los medicamentos, de la formulación de políticas de acceso y disponibilidad de los mismos, dando prioridad a los medicamentos genéricos. Para el año 2007, el Gobierno Nacional define once prioridades dentro del sector, de entre las cuales una de las principales hace referencia al acceso a medicamentos e insumos básicos.

En otro orden de cosas, en el Ecuador varios son los grandes laboratorios que se encargan tanto de la producción, comercialización y suministro de medicamentos. De entre los más importantes se pueden mencionar a Bayer Andina, Aspirina - Bayer, Farmacias Sana - Sana, Genéricos Nacionales GENA S.A., Grunenthal Ecuatoriana Cía., Laboratorios BAGO, Laboratorios Life, Laboratorios SAVAL S.A., Laboratorios Siegfried, Merck Ecuador C.A., Merck Sharp & Dohme I.A. Corp. Ecuador, Nifa, Pharmabrand S.A., Roche Ecuador S.A., entre otros.

En relación al mercado laboral (en base a la Encuesta de Empleo del INEC de junio 2010) se tiene que un 0,3% de total de trabajadores está ocupado en el sector farmacéutico, del cual un 53% aproximadamente se encuentra en las empresas grandes y un 47% en las PYMES (englobando micro, pequeñas y medianas empresas). Sin embargo, dentro del total nacional de las PYMES, los trabajadores del sector farmacéutico ocupan apenas un 0,2% del total. Los siguientes gráfico y cuadro son evidenciadores al respecto.

Gráfico 1
Tamaño de empresa



Tipo empresa	No farmacéutico	Sector farmacéutico	Total
Micro	4.435.345	4.362	4.439.707
Pequeña	677.161	3.284	680.445
Mediana	133.229	2.229	135.458
Grande	1.065.216	11.100	1.076.316
Total	6.310.951	20.975	6.331.926

Tipo empresa	Sector farmacéutico	Sector farmacéutico	Total
Grandes	11.100	1,03%	1.076.316
Pymes	9.875	0,19%	5.255.610
Total	20.975		6.331.926

Fuente: INEC- ENEMDU 2010

Además, la ocupación según el género muestra que en mayor porcentaje son las mujeres las que ocupan lugares de trabajo en las PYMES del sector, con un 69%, frente a un 31% de los hombres. Por el contrario, en las grandes empresas, la gran mayoría son hombres con un 72,3% del total.

En lo que hace referencia a la Región Geográfica Natural, el porcentaje de

trabajadores empleados en el sector es muy bajo y similar tanto en la Costa como en la Sierra, con un 0,2% del total.

Cuadro 1
Tipo de empresa

Tipo empresa	Sexo	
	hombre	mujer
Grandes	72,3%	27,7%
Pymes	31,1%	68,9%

Fuente: INEC- ENEMDU 2010

Cuadro 2
Trabajadores por sector

Trabajadores por Sector	Región natural					
	Sierra		Costa		Total	
		%		%		%
No farmacéutico	2.538.069	99,81%	2.433.822	99,80%	5.245.735	99,81%
Farmacéutico	4.876	0,19%	4.999	0,20%	9.875	0,19%
Total	2.542.945	100%	2.438.821	100%	5.255.610	100%

Fuente: INEC- ENEMDU 2010

Debido a los niveles de preparación que demanda el sector farmacéutico, el salario promedio del mismo es superior al salario promedio en el resto de los otros sectores de la economía. Así tenemos que un trabajador empleado en el sector farmacéutico a junio del 2010, gana en promedio US\$459,4; mientras que un trabajador perteneciente al resto de la economía percibe un salario promedio de US\$371,4.

Cuadro 3
Ingreso medio por sector

Sector	Ingreso medio
No farmacéutico	371,36
Farmacéutico	459,40

Fuente: INEC- ENEMDU 2010

Pasando al análisis del sector externo, se engloba al sector farmacéutico básicamente en producción de medicamentos, vacunas y otros suministros médicos como gasas, algodón, etc. Sin embargo, tanto importaciones como exportaciones tienen una representación muy escasa dentro del total del comercio exterior, donde el monto de las importaciones es bastante superior al de las exportaciones.

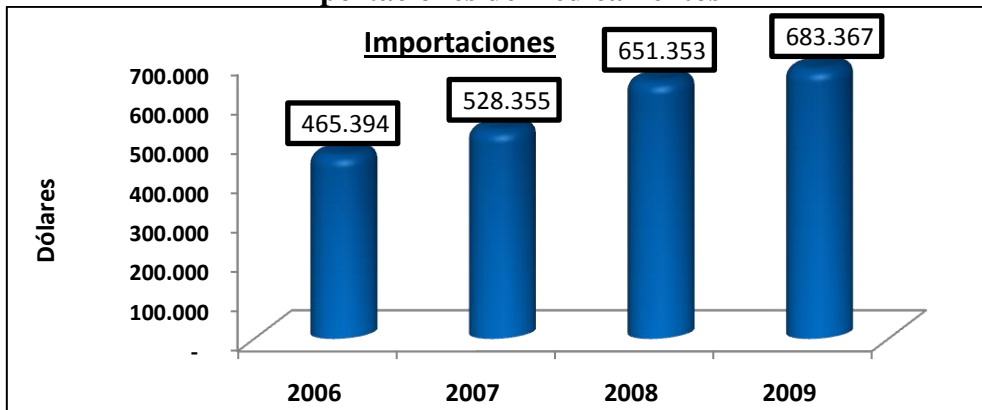
Para el año 2009, las exportaciones correspondientes a medicamentos, vacunas y otros llegaron a US\$ 43.883, en tanto que las importaciones alcanzaron a US\$ 683.367. Además se puede observar que las importaciones han tenido una tendencia creciente en los últimos cuatro años, mientras que la evolución de las exportaciones ha permanecido relativamente constante. Esto podría ser un problema para el país, ya que estaríamos convirtiéndonos en importadores netos de medicamentos.

Gráfico 2
Exportaciones de medicamentos



Fuente: Banco Central del Ecuador

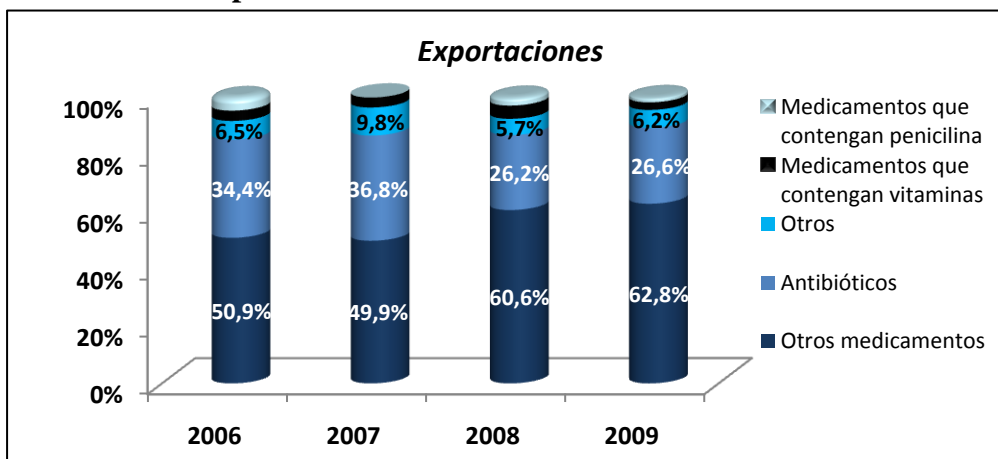
Gráfico 3
Importaciones de medicamentos



Fuente: Banco Central del Ecuador

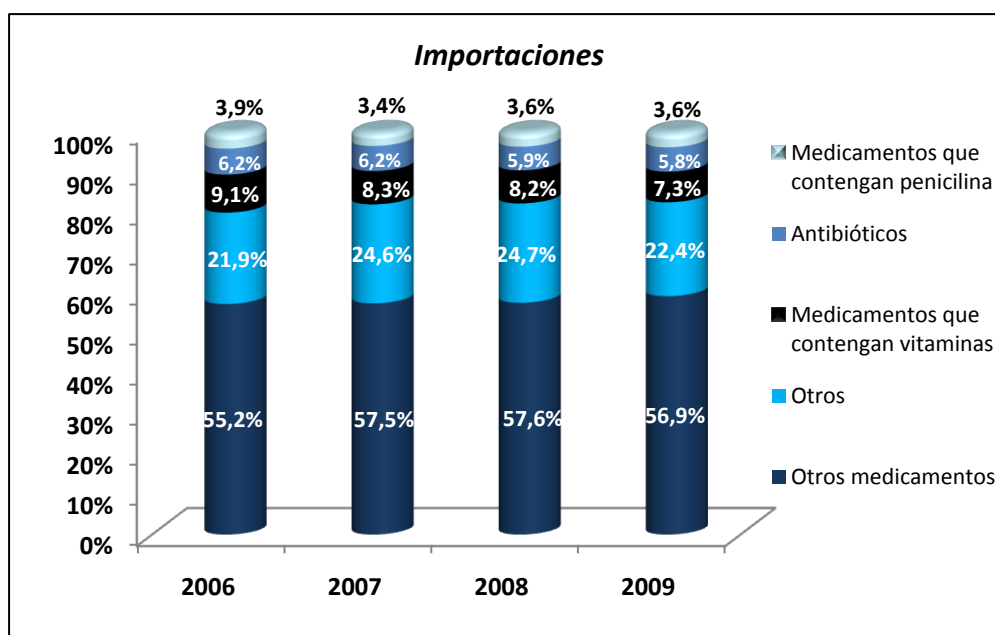
Por otro lado, la composición interna de exportaciones e importaciones tiene como componente principal a los medicamentos. En el caso de las exportaciones el principal componente corresponde a los antibióticos, mientras que en las importaciones, después de los mencionados medicamentos, se encuentran los suministros farmacéuticos.

Gráfico 4
Exportaciones de suministro de medicamentos



Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico 5
Importaciones de suministro de medicamentos



Fuente: Banco Central del Ecuador

Finalmente, como conclusión de esta primera aproximación al sector farmacéutico del Ecuador, podemos señalar que está dominado por grandes empresas extranjeras, con poca presencia de las Pymes, baja captación de mano de obra local y escasa contribución a las exportaciones.

5. Estadísticas

	Jul-09	Ago-09	Sep-09	Oct-09	Nov-09	Dic-09	Ene-10	Feb-10	Mar-10	Abr-10	May-10	Jun-10	Jul-10	Ago-10
A. Crédito (1)														
1.- Tasas de Interés (porcentajes)														
1.1 Tasas efectivas vigentes														
1.1.1 PYMES														
Referencial	11.1	11.1	11.4	11.3	11.3	11.3	11.2	11.4	11,4	11,39	11,35	11,35	11,33	11,27
Máxima	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11,8	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83
1.1.2 Acumulación Ampliada														
Referencial	23.0	24.3	23.9	23.7	23.7	23.3	23.1	22.9	23,1	23,01	22,78	22,67	22,65	22,75
Máxima	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25,5	25,5	25,5	25,5	25,5	25,5
1.1.2 Acumulación Simple														
Referencial	29.5	27.9	28.2	25.6	28.6	27.8	28.3	27.9	28,1	27,85	27,79	26,36	24,97	24,99
Máxima	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33,3	33,3	27,5	27,5	27,5	27,5
1.1.2 Minorista														
Referencial	30.8	30.8	30.8	30.8	30.8	30.5	30.5	29.7	30,2	30,54	30,76	29,14	27,69	28,45
Máxima	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33,9	33,9	30,5	30,5	30,5	30,5
2.- Montos entregados (US\$ millones)														
2.1 Bancos Privados	108.2	85.9	94.0	89.0	88.1	88.8	69.4	73.3	100,4	90,3	96,8	111,4	112,11	110,549
2.2 Cooperativas de Ahorro y Crédito	38.6	36.3	40.7	42.5	40.4	44.6	38.6	45.1	57,1	53,9	64	67,5	66,3504	66,0922
2.3 Instituciones Financieras Públicas	4.9	4.6	5.9	7.6	8.8	19.1	20.9	0.7	29,8	29,6	28,4	1,78	44,5718	1,38
2.4 Mutualistas	0.3	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0,1	0,02	0,03	0,05	0,0	0,0
2.5 Sociedades Financieras	4.4	4.3	5.2	5.6	3.9	3.7	3.1	3.4	4,0	4,2	3,5	4,2	3,8	3,4
B. Inflación (2)														
1.- Índice de Precios al Consumidor (tasa de variación porcentual del índice)														
	-0,4	0,8	0,3	0,4	0,7	1,0	0,4	0,2	0,6	0,0	0,0	n.d	0,02	0,11
2.- Índice de Precios al Productor (tasa de variación porcentual del índice)														
2.1 IPP Productos de la agricultura, silvicultura y pesca	-7,2	-7,5	-8,6	-7,1	-0,4	0,7	2,5	7,2	7,8	9,0	6,8	7,2	0,7	1,4
2.2 IPP Productos minerales, electricidad, gas y agua	6,8	-7,2	-13,0	-8,6	7,7	7,5	6,4	19,9	16,9	20,6	14,8	14,5	2,7	3,9
2.3 IPP Productos alimenticios, bebidas, tabaco, textiles, prendas de vestir y cuero	-5,1	-9,0	15,5	5,6	39,2	47,1	32,0	31,1	20,4	24,1	31,3	38,9	0,8	0,5
2.4 IPP Otros bienes transportables excepto productos metálicos, maquinaria y equipo	-10,2	-7,2	-5,8	-5,3	-3,0	-1,1	0,2	1,0	4,3	4,6	3,9	4,1	0,3	1,4
2.5 IPP Productos metálicos, maquinaria y equipo	0,7	-0,1	-0,7	-0,8	-1,1	-0,7	0,0	0,4	0,2	0,4	0,7	0,8	0,1	-0,2
	-22,8	-24,2	-22,6	-21,2	-16,4	-11,9	-5,2	-0,8	3,7	6,7	8,4	8,9	-1,2	-0,2
C. Empleo y Salarios (3)														
1.- Total ocupados plenos urbanos por tamaño de empresa (porcentaje del total de ocupados)														
1.1 Microempresas	-	-	43.0	-	-	46.7	-	-	46.0	-	-	45.2	-	-
1.2 Pequeñas	-	-	14.5	-	-	17.1	-	-	15.6	-	-	17.3	-	-
1.3 Medianas	-	-	4.2	-	-	3.7	-	-	3.9	-	-	3.9	-	-
1.4 Grandes	-	-	38.4	-	-	32.4	-	-	34.3	-	-	33.6	-	-
2.- Salarios promedio primera actividad por tamaño de empresa (US\$)														
2.1 Microempresas	-	-	194.7	-	-	188.0	-	-	204.8	-	-	201.2	-	-
2.2 Pequeñas	-	-	298.4	-	-	271.1	-	-	309.7	-	-	311.9	-	-
2.3 Medianas	-	-	399.2	-	-	328.7	-	-	410.6	-	-	407.3	-	-
2.4 Grandes	-	-	489.4	-	-	472.6	-	-	509.7	-	-	529.9	-	-
D. Impuestos (4) (US\$ millones)														
1.- Impuesto al valor agregado recaudado														
1.1 IVA Productos de la agricultura, silvicultura y pesca	287.7	268.4	284.3	285.1	289.6	320.5	399.0	264.2	307.9	307,96	331,52	348,41	345,48	318,01
1.2 IVA Productos minerales, electricidad, gas y agua	4.2	3.9	4.1	4.6	4.2	4.8	4.9	4.5	4.1	4,12	4,09	4,14	4,22	4,83
1.3 IVA Productos alimenticios, bebidas, tabaco, textiles, prendas de vestir y cuero	1.0	0.8	0.8	1.3	1.0	1.1	1.3	0.8	1.2	1,23	1,05	1,52	1,60	1,53
1.4 IVA Otros bienes transportables excepto productos metálicos, maquinaria y equipo	23.9	21.9	21.7	23.9	23.2	23.2	28.3	22.7	24.8	24,72	24,99	27,89	26,09	22,14
1.5 IVA Productos metálicos, maquinaria y equipo	26.7	24.5	25.3	26.7	27.4	27.7	26.2	25.7	30.3	30,37	26,90	29,71	30,84	26,54
1.6 IVA Servicios	18.1	15.6	19.3	18.7	24.2	18.4	20.5	20.2	21.3	21,30	20,85	23,92	23,53	22,89
2.- RISE recaudado	213.7	201.6	213.1	209.9	209.7	245.4	317.8	190.3	226.0	226,22	253,64	261,23	259,20	240,08
	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.7	0.5	0.4	0,43	0,44	0,45	0,46	0,43

Fuentes:

(1) Superintendencia de Bancos y Seguros

(2) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

(3) INEC - Encuesta Trimestral Nacional Urbana de Empleo

(4) Servicio de Rentas