



capeipnews

INFORMATIVO DE LA CÁMARA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DE PICHINCHA

Edición 3, Año 4



Una mirada de las PYMES al panorama internacional

12

Premios Pichincha
transforma la economía local

20

Empodérate 2026
Mujeres que inspiran, conectan y abren camino desde la experiencia

26

El IVA que sube por la percha y baja por toda la cadena
Tributación, consumo y empresa



CENTRO DE
EXPOSICIONES
QUITO

15% de

descuento sobre el valor comercial en el uso de espacios, aplicable a todas las áreas disponibles como pabellones, auditorios, islas y tribuna.

editorial

Edición 3, Año 4 - 2026

El sector productivo nacional atraviesa un momento crucial en su evolución hacia una nación plenamente industrializada. La tarifa del Impuesto al Valor Agregado (IVA) vigente, que aplica del 15% a 60 productos alimenticios, invita a un diálogo constructivo sobre cómo proteger el valor agregado. Es fundamental reconocer que la producción y transformación de materia prima en el Ecuador no son solo procesos técnicos, sino el motor del desarrollo. En Pichincha, que concentra el 25% de las empresas de alimentos y bebidas, la capacidad de procesar recursos locales es la base de nuestra soberanía, y requiere políticas que incentiven la formalidad sin comprometer la competitividad.

La realidad económica de nuestra provincia muestra que las empresas manufactureras operan con márgenes de utilidad estrechos, situados entre el 3% y 5%. Al gravar productos de consumo masivo, se genera un desafío importante para las plazas de trabajo formal en la región. Para abril de 2026, la estabilidad de miles de familias depende de una cadena de valor que optimice costos sin trasladar la carga al consumidor final. La meta de una nación industrializada exige que el esfuerzo por transformar la materia prima sea respaldado por un entorno tributario que fomente la inversión y la sostenibilidad de las unidades productivas frente a la informalidad.

Aspiramos a que la política fiscal actúe como un catalizador del crecimiento. En 2025, el IVA generó más de USD 11,000 millones, lo que demuestra la solidez del sistema; no obstante, es vital equilibrar la recaudación con la protección de la producción local. Las empresas



de Pichincha lideran la innovación en nutrición y seguridad alimentaria, y su fortalecimiento es el camino directo hacia la modernización del país. Instamos a una visión donde el trabajo y la transformación de nuestra materia prima sean los pilares para consolidar un Ecuador productivo, justo y plenamente desarrollado, garantizando el bienestar de todos los ciudadanos.

Fraternalmente,

Francisco Vergara Ortiz.

PRESIDENTE DE CAPEIPI

créditos



Presidente

Dr. Francisco Vergara Ortiz

Directora Ejecutiva

MSc. Karina Escobar

Directora Administrativa y Financiera

Ing. Daniela Amores

Directora Editorial

Lorena Caicedo

Jefe de despacho

José Luis León

Redacción y colaboración editorial

Karina Escobar
Sebastián Panchi
Jose Antonio Sánchez
Diego Jaramillo
Dayana Fuertes
Wilson Araque Jaramillos
Diana Bohórquez

Fotografía

Elder Bravo
Equipo de comunicación
Capeipi

Diseño Portada

Sebastián Panchi

Diseño y Diagramación

Santiago Coronel

Coordinador de eventos CEO

Mabel Obando

Información

Jose Luis León
Telf.: 0958620030
despacho@capeipi.org.ec



contenido



Edición 3 - Año 4

05

Entrevista diario El Universo al presidente de Capeipi

"Por cada \$ 1 millón que se consume de productos ecuatorianos se generan entre 40 y 60 empleos directos e indirectos"

09

Global Money Week 2026

Llevó la educación financiera al centro del debate ciudadano

12

Premios Pichincha

El brillo del emprendimiento que transforma la economía local

14

Liderar en la incertidumbre permanente

La realidad de las Pymes en el Ecuador

16

Super Feria Electro Show 2026

Enciende la competencia del retail tecnológico en Quito y Guayaquil

18

Conquito: Asamblea General Ordinaria 2026

Se renueva el compromiso con el desarrollo

20

Empodérate 2026

Mujeres que inspiran, conectan y abren camino desde la experiencia

22

Lo que las PYMEs deben aprender

de la IA médica

24

Quito mira al 2034 con visión estratégica

Hoja de ruta conceptual del Acuerdo Quito 2034

26

Tributación, consumo y empresa

El IVA que sube por la percha y baja por toda la cadena

30

Industria ecuatoriana con sello internacional

Setmix Products lleva talento ecuatoriano a un reconocimiento de alto nivel en los premios AMPP 2026



32

Fundación Ecuador Verde Esperanza

presentó en Quito una apuesta concreta por la restauración del Bosque Nublado

35

Ecuador movió USD 18.224 MM

y apunta a seguir creciendo en el 2026

38

Crisis en el Estrecho de Ormuz

Amenaza con un Shock inflacionario global

43

La Pyme y el uso de datos

para el Fortalecimiento operativo y estratégico del negocio

46

Capeipi felicita a Workforce S.A.

Por su destacada posición en el ranking "GREAT PLACE TO WORK® ECUADOR 2026"

48

Huella digital, una necesidad estratégica

Construir una presencia sólida exige consistencia, claridad y foco en lo esencial

50

Calendario de Ferias y Eventos

Correspondiente al mes de Abril y Mayo 2026

61

Catálogo de Beneficios y Servicios

Para los socios de Capeipi



EL UNIVERSO

EL MAYOR DIARIO NACIONAL

MENÚ

EDICIONES: QUITO QUITO TENDENCIAS PARTIDOS DE HOY TOQUE DE QUITA EN ÚLTIMO TARI A DE POSICIONES



El presidente de la Capeipi, Francisco Vergara, comenta que un bajísimo porcentaje de las pymes exporta. Foto: Cortesía de la Capeipi

“ Por cada \$ 1 millón que se consume de productos ecuatorianos se generan entre 40 y 60 empleos directos e indirectos ”

La situación comercial con Colombia ha impulsado a las pequeñas y medianas empresas (pymes) a destacar un aspecto que consideran muy importante: apostar por el consumo del producto elaborado dentro del país. Así lo indica Francisco Vergara, presidente de la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha (Capeipi).

Señala que por cada millón de dólares en consumo de productos ecuatorianos se generan entre 40 y 60 empleos directos e indirectos; pero, cuando se compra uno extranjero, se reduce a entre cuatro y seis plazas de trabajo. Y cree que la tasa de seguridad que aplica Ecuador a Colombia debe ser solo a los productos terminados.

El presidente del gremio dice que cuando se consume un producto elaborado en el extranjero solo se generan entre cuatro y seis plazas de trabajo.

¿Por qué considera que debe hacerse una diferencia en la tasa?

Algunos insumos, algunos concentrados esos sí se necesita que vengan sin ninguna barrera, porque nos permiten producir más; pero los productos terminados sí nos beneficia que tengan una barrera, y que sea de largo plazo, de manera organizada y planificada, porque cuando lo hace de esa manera nos permite a las pequeñas empresas sustituir ese producto (extranjero), ajustar nuestra línea de producción y cubrir esa demanda ecuatoriana.

Y no solo queremos que sea con Colombia, que es el segundo país con el que tenemos la balanza comercial deficitaria más grave; también pedimos que sea con China



porque, si con Colombia son \$1.800 millones, con el país asiático son \$8.000 millones.

de productos ecuatorianos se generan entre 40 y 60 empleos directos e indirectos.

¿Cómo les afecta a las pymes cuando se compran productos hechos en el extranjero?

Sin embargo, cuando usted compra un producto que se fabrica en el extranjero está generando trabajo, educación en Colombia, China, etc., y no en Ecuador. Ese es un tema fundamental y, por eso, la Capeipi trabaja intensamente en convencer a la ciudadanía de que consuma productos de alta calidad, pero producidos en Ecuador. Cuando consumen productos ecuatorianos están generando trabajo para los ecuatorianos.

Cuando usted consume un producto elaborado en el extranjero, ya sea China, Colombia, etc., el 90 % de ese dólar se va al país productor y solo se queda el 10 %, que normalmente en promedio es lo que se queda el comercializador; y solo se generan entre cuatro y seis empleos, porque solo está en la fase de comercialización, ni siquiera está en el proceso de ocupar o en la transformación de materias primas a producto terminado.

¿Qué papel ha desarrollado la Capeipi para impulsar el consumo del producto ecuatoriano?

¿Y qué ocurre cuando se consume un producto elaborado dentro del país?

Representamos a las pymes y no somos importadores y un bajísimo porcentaje exporta. A pesar de que nos gustaría llegar a vender en el extranjero, por nuestras condiciones de pymes no tenemos los volúmenes ni las líneas de producción para cubrir demanda extranjera.

Cuando usted consume un producto hecho en Ecuador se queda con el 100 % del valor de ese producto para los ecuatorianos, porque utiliza mano de obra ecuatoriana, emplea máquinas que están produciendo en Ecuador, usa insumos que tiene el país... Entonces, por cada \$1 millón que se consume

Si se revisan datos del Banco Central del Ecuador y del Ministerio de la Producción,

el 97 % de la producción de las pymes se consume en Ecuador.

De las importaciones de materias primas, ¿cuánto va para las pymes?

En promedio, dependiendo del sector, utilizamos el 10 % de materias primas importadas para la elaboración de los productos ecuatorianos.

Y de ese 10 %, ¿cuánto viene de Colombia?

Depende del sector. Hay sectores, como el alimenticio, el farmacéutico, que tienen diferentes componentes... Estamos terminando un estudio para saber con detalle a qué correspondían esos \$ 1.800 millones que compraban en Colombia, cuánto en confites, café, etc., para que todas las pymes empiecen a cubrir esa demanda, que ya no va a ser satisfecha por los colombianos. Para las pequeñas y medianas empresas es más fácil cambiar y ajustar sus cadenas de producción que para una gran industria.

Las pymes tenemos la oportunidad de aprovechar este nuevo nicho de mercado en el mismo Ecuador; hasta logísticamente lo vamos a tener más de cerca.

Dada la coyuntura con Colombia, ¿qué sectores pueden aprovecharla para promover el consumo interno?

El informe lo estamos terminando, pero normalmente es el sector alimenticio y el textil.

Colombia también trabaja en el decreto para elevar el arancel al 50 %: ¿qué efectos se verán?

Están tratando de hacer una norma nivel espejo, pero Ecuador tiene que seguir trabajando en esa línea... (y) tomar medidas complementarias. Nosotros lo vamos a hacer, porque somos resilientes. No tenemos horario de trabajo; trabajamos de lunes a domingo: día que se trabaja, día que se cobra, día que se trabaja, día que se come. Somos gerentes cargadores. No vivimos del capital...

Vamos a tratar de cubrirlas lo más pronto posible y apoderarnos de sus \$1.800 millones

que están quedándose aquí en Ecuador.

Si bien la producción de las pymes es para consumo interno, ¿cuál es el comportamiento de las exportaciones y en qué sectores predominan?

Tres empresas de cada cien pymes tienen la capacidad exportable. En cuanto a los sectores, están fundamentalmente en metalmecánico, alimenticio y una parte pequeña en el maderero.

Actualmente, ¿cuántos empleos se generan en las pymes, entre directos e indirectos?

Más o menos hay 1'070.000 pequeñas y medianas empresas en el Ecuador. Y, si entramos a las mipymes, estamos hablando de 1'800.000 empleos entre directos e indirectos.

El 80 % del empleo pleno y casi el 100 % del subempleo corresponde al que generan las pymes.

¿En qué sectores predominan en esta generación de plazas de trabajo?

Siempre es alimenticio, metalmecánico, textil, químico, maderero y la construcción, aunque eventos y servicios también ha crecido muchísimo por el turismo.

Por otro lado, lo que está deprimido es el gráfico, porque cada vez se deja de imprimir y, desde que las facturas son electrónicas, realmente tienen una situación muy compleja, por lo que están en un proceso de transformación para imprimir en telas. Antes era un sector muy poderoso el editorial. (I)





IAVQ
UNIVERSITARIO

**PROGRAMA DE VALIDACIÓN
DE CONOCIMIENTOS**



**SÉ TÚ...
SÉ IAVQ.**

**ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

Precio Normal
USD 3500

Beneficios CAPEIPI
USD 1500

TITULATE EN
9 MESES

Global Money Week 2026

Llevó la educación financiera al centro del debate ciudadano



GLOBAL MONEY WEEK

La feria nacional, realizada en el Centro de Exposiciones Quito, convirtió el ahorro, la prevención de fraudes y las decisiones financieras inteligentes en temas de interés público.

La educación financiera volvió a ocupar un lugar central en la agenda pública con Global Money Week 2026, la iniciativa internacional que cada marzo promueve el aprendizaje sobre finanzas personales entre niños, niñas, adolescentes y jóvenes. En Ecuador, la campaña se desarrolló del 16 al 18 de marzo de 2026, bajo el lema "El dinero inteligente se hace escuchar", con una agenda orientada a fortalecer hábitos de ahorro, pensamiento crítico y toma de decisiones responsables.

Esta iniciativa es de vital importancia, ya que, fomenta el manejo de dinero de manera responsable y con criterio, evitando de esta manera que haya desinformación financiera y que la relación sea fluida y como parte de un proceso natural el manejo de recursos económicos. Allí se concentraron actividades abiertas al público, recorridos por stands, espacios pedagógicos y propuestas de sensibilización pensadas para acercar la educación financiera a la ciudadanía de una forma práctica, directa y participativa.



Christina Murillo Navarrete, Superintendente de Economía Popular y Solidaria junto a Francisco Vergara, Presidente de CAPEPI



La programación de este año incluyó además ponencias y contenidos enfocados en el uso responsable del dinero, la prevención de fraudes y la importancia de tomar decisiones informadas. Entre los participantes estuvieron representantes de la Junta de Política y Regulación Financiera y Monetaria, Asobanca y expertos vinculados a inclusión económica y desarrollo regional, lo que mostró que la conversación sobre educación financiera ya no se limita al sistema bancario, sino que involucra a distintos sectores del país. Las cifras también dan cuenta de la dimensión que alcanzó la campaña en Ecuador.

El portal oficial de Global Money Week 2026 reporta la participación de 86 entidades e instituciones públicas y privadas, una meta de 1,5 millones de beneficiarios entre niños, adolescentes y jóvenes, y 614 unidades educativas participantes. Además, el sitio presenta esta edición como la primera Feria Nacional de Educación Financiera.

El alcance acumulado de la campaña refuerza su peso en el país. Entre 2021 y 2025, Global Money Week llegó a 2.843.483 niños, niñas y jóvenes de las 24 provincias, desarrolló 7.478 eventos a escala nacional y alcanzó 1.117 unidades educativas capacitadas. Según



Karina Escobar junto a la Directiva de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria



Dr. Francisco Vergara, Presidente de CAPEPI



la información oficial, ese recorrido ha permitido cubrir al 33% de la población joven del Ecuador, con una participación femenina del 52%.

A nivel global, la iniciativa está presente en más de 170 países y este año llegó a su 14.ª edición, una señal de que la educación financiera se ha convertido en un tema cada vez más urgente frente a riesgos como el sobreendeudamiento, la desinformación y los fraudes.

En ese contexto, la realización de la feria en el Centro de Exposiciones Quito aportó una vitrina visible y de convocatoria para conectar a instituciones y ciudadanía

alrededor de un mismo objetivo: entender mejor el dinero para tomar mejores decisiones.

Más que una campaña temporal, Global Money Week 2026 dejó instalado un mensaje de fondo: la educación financiera ya no puede verse como un conocimiento reservado para especialistas.

Hoy forma parte de la vida diaria de las familias, de la formación de las nuevas generaciones y de la construcción de una ciudadanía más informada, más crítica y más preparada para enfrentar los desafíos económicos de su tiempo.

Sebastián Panchi
Director de Comunicación - Capeipi



Una gala que reconoció la innovación, identidad y esfuerzo de cientos de emprendedores, con CAPEIPI como actor clave en la evaluación y fortalecimiento del ecosistema productivo.

Quito, abril de 2026

Premios Pichincha

El brillo del emprendimiento que transforma la economía local



Representante de Joyería Marro recibe el premio a manos del Dr. Francisco Vergara, Presidente de CAPEIPI

*Entre talento,
tradición y visión
empresarial,
Pichincha premió a
quienes hoy están
construyendo el
futuro productivo
del Ecuador.*

En un escenario donde la creatividad se encuentra con la resiliencia, la segunda edición de los Premios Pichincha se consolidó como uno de los espacios más relevantes para visibilizar el talento emprendedor de la provincia. Esta iniciativa, impulsada por la Prefectura de Pichincha, busca fortalecer la producción local, promover la innovación y proyectar a los emprendedores hacia nuevos mercados nacionales e internacionales.

La ceremonia no solo celebró ideas de negocio, sino historias de esfuerzo que nacen desde distintos rincones del territorio. Más de 5.000 emprendedores forman parte de este ecosistema impulsado por la provincia, reflejando una dinámica productiva que abarca sectores como agroindustria, artesanía, gastronomía, turismo y manufactura.

En este contexto, los premios se estructuraron bajo diversas categorías que reconocen



Ec. Gonzalo Criollo Director Ejecutivo de CONQUITO, junto al Dr. Francisco Vergara, Presidente de CAPEIPI



Patrio Bustos, Eduardo Escobar, Karina Escobar, Marcelo Proaño, invitados de CAPEIPI



desde iniciativas en etapa inicial hasta proyectos con proyección exportadora, destacando el valor agregado, la identidad cultural y la capacidad de innovación de cada propuesta.

Uno de los momentos más representativos de la jornada fue la entrega del reconocimiento en la categoría Orfebre, que distingue el arte de transformar el metal en piezas únicas con identidad cultural. Este galardón fue otorgado a Joyería Marto, de manos del Dr. Francisco Vergara, presidente de CAPEIPI, reafirmando el compromiso del gremio con el fortalecimiento del sector artesanal y la valorización del trabajo manual especializado.

La participación de la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha fue más allá de la presencia institucional. CAPEIPI asumió un rol activo como jurado en esta premiación, aportando criterios técnicos, visión empresarial y experiencia sectorial para la evaluación de los emprendimientos. Este rol refuerza su misión de impulsar el crecimiento de las PYMES, generar encadenamientos productivos y promover la competitividad empresarial en el país.

Más que una gala, los Premios Pichincha representan un mensaje claro: el emprendimiento es un motor real de desarrollo económico y social. Cada reconocimiento simboliza la perseverancia de quienes, con creatividad y disciplina, están redefiniendo el tejido productivo del Ecuador.

En tiempos donde la economía demanda innovación y resiliencia, estos espacios no solo premian el presente, sino que proyectan el futuro de una provincia que apuesta por su gente, su talento y su capacidad de crear valor desde lo local hacia lo global.

Liderar en la incertidumbre permanente

Las pequeñas y medianas empresas representan la base del tejido productivo del Ecuador. En ellas se concentra la gran mayoría de unidades empresariales, una parte significativa del empleo y, sobre todo, la economía real del país. Sin embargo, hoy operan en un entorno donde la incertidumbre ha dejado de ser una excepción para convertirse en la norma.

Los cambios en los mercados, la presión competitiva, la volatilidad económica y la aceleración tecnológica han alterado profundamente las reglas del juego. Aun así, muchas PYMES siguen funcionando con lógicas pensadas para escenarios más estables, lo que termina limitando su capacidad de reacción y, en consecuencia, su crecimiento.

El desafío, por tanto, no es únicamente resistir, sino desarrollar capacidades que permitan ajustarse con rapidez. La agilidad organizacional —esa capacidad de tomar decisiones oportunas y redefinir el rumbo cuando es necesario— se vuelve un factor crítico para la sostenibilidad.

Ahora bien, adaptarse sin dirección puede generar desgaste. Por eso, la disciplina estratégica cobra un papel central: saber en qué enfocarse, qué dejar de hacer y cómo priorizar. No se trata de reaccionar a todo,

sino de actuar con criterio en medio de la incertidumbre.

Adaptarse rápido es más importante que planificar perfecto

En este proceso, el liderazgo es determinante. Las empresas dependen, en gran medida, de la calidad de sus líderes. No basta con tomar decisiones; es necesario saber escuchar, comunicar, gestionar emociones y movilizar equipos. En tiempos inciertos, las personas no siguen planes: siguen líderes.

Otro elemento clave es

la incorporación inteligente de herramientas digitales. No se trata únicamente de adoptar tecnología, sino de transformar la forma de operar, de relacionarse con los clientes y de tomar decisiones basadas en información.

El desarrollo productivo del país dependerá, en buena medida, de que las pequeñas y medianas empresas logren dar un salto hacia estructuras más profesionales, culturas organizacionales más sólidas y modelos de negocio sostenibles en el tiempo. No es un reto menor, pero sí es un reto impostergable.

Frente a la incertidumbre, las PYMES tienen una oportunidad: evolucionar. Aquellas que lo hagan a tiempo no solo sobrevivirán, sino que podrán liderar el crecimiento económico del país. Pero para lograrlo, deberán cuidar el recurso más valioso e irreplicable con el que cuentan: su gente.



En un entorno volátil, la adaptación, la disciplina y el liderazgo humano marcan la diferencia entre sobrevivir y crecer.



Diego Alejandro Jaramillo
Director General
IDE Business School



CAPEIPI
CÁMARA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA
EMPRESA DE PICHINCHA



**OPORTUNIDAD PARA
SOCIOS CAPEIPI**

**Un lugar
Un método
Una decisión**

**que lo
cambian todo.**

20% DE DESCUENTO
EN TODA LA PROGRAMACIÓN DEL 2026



099 655 0456

MÁS INFORMACIÓN



ENCIENDE la competencia del retail tecnológico en Quito y Guayaquil

Por primera vez, las principales cadenas de electrodomésticos del país coinciden en una feria conjunta que apuesta por tecnología, experiencia de compra y consumo responsable.

La Súper FERIA Electroshow 2026 se consolidó como uno de los encuentros comerciales más representativos del sector tecnológico y de electrodomésticos en Ecuador. Del 25 al 29 de marzo 2026, el evento se desarrolló de manera simultánea en Guayaquil y en Quito, en el Centro de Exposiciones Quito, con acceso gratuito para el público y con la participación de las principales cadenas del país.

Impulsada por la Asociación de Almacenes de Electrodomésticos del Ecuador, Asadelec, la feria reunió en un solo espacio a marcas y cadenas como Artefacta, Comandato, Crecos, Jaher, La Ganga, Marcimex, Orve Hogar y Todo Hogar. La magnitud de esta articulación radica en que, por primera vez, competidores directos coincidieron en una misma vitrina comercial, abriendo al consumidor la posibilidad de comparar productos, financiamiento y respaldo en un solo recorrido.

La cita no ocurrió en un momento cualquiera. Según datos recogidos por Diario Expreso, este mercado mueve cerca de USD 1.000 millones al año, lo que convierte a la feria en algo más que una campaña promocional: la

convierte en un reflejo del peso económico que tiene el consumo tecnológico dentro del comercio formal ecuatoriano. A eso se suma otro dato relevante: el sector creció cerca del 8% en 2025 y arrancó 2026 con un alza aproximada del 2%, señales que explican por qué el segundo trimestre se perfila como un periodo clave para dinamizar ventas.

Uno de los motores de esta edición fue la categoría de televisores, impulsada por la expectativa comercial que genera el Mundial 2026. El interés del consumidor se concentró en pantallas inteligentes, mejoras en definición y rendimiento de imagen, así como en modelos de gran formato que llegaron hasta las 115 pulgadas, confirmando que la tecnología audiovisual sigue siendo la principal puerta de entrada para activar compras en el hogar.

Sin embargo, la feria no se limitó al entretenimiento doméstico. La oferta abarcó línea blanca, electrodomésticos menores, tecnología móvil, motocicletas y equipos con nuevas funcionalidades, incluso con componentes de inteligencia artificial integrados. Ese abanico convirtió al evento en una plataforma de renovación del hogar

y de actualización tecnológica, ampliando el perfil del visitante más allá del comprador tradicional de televisores.

Otro rasgo distintivo fue su dimensión experiencial. La agenda incorporó gastronomía, shows, concursos en vivo y zonas de prueba, lo que reforzó una tendencia cada vez más visible en el comercio presencial: la necesidad de convertir la compra en una experiencia completa. En un entorno donde el consumidor ya no busca solo precio, sino también confianza y contacto directo con el producto, esta fórmula resulta estratégica para las marcas.

A la par, Electroshow dejó entrever una lectura más amplia del mercado. Representantes del sector señalaron que la articulación entre cadenas también responde a la necesidad de fortalecer al comercio formal frente a la informalidad, así como de mantener coordinación con entidades vinculadas a calidad, regulación e importaciones. En ese sentido, la feria no



Karina Escobar y Lorena Cabezas junto Andrés Robalino Jaramillo, Viceministro de Producción e Industrias



solo exhibió productos: también proyectó una postura empresarial orientada a competir con reglas más claras y estándares más sólidos.

La primera edición de Electroshow deja, así, una conclusión evidente: el retail tecnológico ecuatoriano ya no apuesta únicamente por vender más, sino por construir espacios conjuntos que le permitan acelerar el consumo, mostrar innovación y recuperar cercanía con el cliente. En Quito, con el Centro de Exposiciones Quito como una de sus sedes principales, y en Guayaquil, la feria funcionó como una fotografía precisa de hacia dónde se mueve hoy el mercado: **más experiencia, más comparación y una oferta cada vez más conectada con las decisiones cotidianas del consumidor.**



Lorena Cabezas y Karina Escobar

Se renueva el compro

Resolución No. 002-2026-AGSO

La Asamblea General de la Corporación de Promoción Económica CONQUITO, en ejercicio de sus facultades legales y reglamentarias, conoce y aprueba el Informe de la Presidencia de la Corporación, correspondiente al año 2025.

CONQUITO se consolida así como un aliado fundamental para el desarrollo económico de Quito.



Un socio clave para el crecimiento de Quito

Desde su creación en 2003, la Corporación de Promoción Económica CONQUITO se ha convertido en un motor para la productividad y la innovación en el Distrito Metropolitano de Quito. Su misión es gestionar oportunidades para construir un Quito productivo, innovador y sostenible, y su visión apunta a que en 2030 la ciudad sea innovadora, sostenible e inclusiva. Con programas de emprendimiento y capacitación que benefician a MIPYMEs y a la economía popular y solidaria, CONQUITO reduce la pobreza y el desempleo y articula alianzas entre el gobierno local, academia y sector privado.

El 27 de marzo de 2026, CONQUITO celebró su Asamblea General Ordinaria en el Centro de Innovación de Quito IQ. Convocada por el Director Ejecutivo Gonzalo Criollo, mediante el Oficio

CPEQ -2026-0378-0, la reunión se realizó conforme a los estatutos y requería mayoría absoluta o, en segunda convocatoria, al menos 40 % de socios activos. La agenda incluyó:

- ▶ **Aprobación del acta de la Asamblea 2025.** Este acto refuerza la memoria institucional y valida las resoluciones anteriores.
- ▶ **Informe de la Presidencia.** El Presidente rindió cuentas sobre los logros del último periodo. Entre ellos se destacaron:
 - ▶ La creación de 91 redes asociativas en sectores agrícola, alimentario, textil y de servicios, que beneficiaron a 1.598 personas en 18 parroquias rurales.
 - ▶ La puesta en marcha de 201 emprendimientos gracias al capital semilla de FONQUITO.

Compromiso con el desarrollo



Dr. Francisco Vergara, Presidente de CAPEPI junto a Etzon Romo Secretario de Desarrollo Económico y Productivo de MDMQ

- ▶ Un incremento de ventas en 87 empresas de la economía popular y solidaria al acceder a nuevos canales de comercialización.
- ▶ La convocatoria FONQUITO 2026, con 493 postulaciones y 23 proyectos acreditados que recibieron un capital semilla total de más de USD 552.000.

▶ **Estados financieros y presupuesto 2026.** Se analizaron los balances al 31 de diciembre de 2025 y se aprobó el presupuesto para 2026, garantizando la continuidad de programas de capacitación, ferias de empleo y financiamiento de proyectos productivos.

▶ **Asuntos varios.** Espacio dedicado a propuestas de los socios y nuevas alianzas.

Balance y perspectivas

Esta Asamblea marcó la mitad del periodo 2023-2030 del Plan Estratégico de CONQUITO. Al aprobar los informes de gestión y el presupuesto, los socios ratificaron su compromiso con la transparencia y la rendición de cuentas. Las cifras demuestran que los recursos invertidos se traducen en empleo, innovación y bienestar social. Además, la planificación para 2026 permitirá fortalecer programas existentes y explorar nuevas iniciativas que apoyen a sectores vulnerables y fomenten la competitividad.

CONQUITO se consolida así como un aliado fundamental para el desarrollo económico de Quito. Su enfoque en la economía popular y solidaria, la innovación y la sostenibilidad asegura que la ciudad avance hacia un futuro más próspero y equitativo.

Empodérate 2026

LA FUERZA de una red femenina que transformó el liderazgo en ACCIÓN



El lanzamiento de Empodérate 2026 reunió en Quito a mujeres líderes de diversos sectores en una experiencia marcada por la mentoría, el aprendizaje compartido y la construcción de vínculos profesionales con propósito.

Karina Escobar fue invitada en calidad de mentora como Vicepresidenta de Liga Deportiva Universitaria y Directora Ejecutiva de CAPEIPI

MSc. Karina Escobar
Vicepresidenta de LDU
Directora de CAPEIPI

En una tarde concebida para inspirar, conectar y proyectar nuevas oportunidades, Empodérate 2026 abrió oficialmente su nueva etapa con un encuentro que puso en el centro el valor de las mujeres como agentes de transformación en el ámbito profesional, empresarial e institucional. La cita tuvo lugar el jueves 26 de marzo, de 16:00 a 19:00, en el Salón Amazonas del Hotel Marriott Quito, en un ambiente pensado para el diálogo, la escucha y la construcción de una red cada vez más sólida entre mujeres líderes.

Más que un evento de lanzamiento, Empodérate 2026 se presentó como una declaración de intenciones: consolidar una comunidad que apuesta por el crecimiento compartido, el fortalecimiento de habilidades y la creación de conexiones estratégicas con impacto real.

La propuesta del encuentro partió de una premisa poderosa: el networking, cuando se construye desde la autenticidad, la experiencia y la colaboración, puede convertirse en una de las herramientas más valiosas para el desarrollo profesional.

La programación combinó reflexión y cercanía. Hubo espacios para pensar el networking como una habilidad clave en la trayectoria laboral, una conversación sobre la construcción de equipos diversos

y equitativos dentro de las organizaciones, y un panel que reunió voces femeninas que hoy impulsan cambios desde distintos sectores. Cada intervención aportó una mirada distinta, pero todas coincidieron en una misma certeza: el liderazgo contemporáneo exige visión, preparación y la capacidad de tender puentes con otras mujeres.

Uno de los momentos más significativos de la jornada llegó con las mesas de experiencias, concebidas como un formato dinámico y cercano para propiciar conversaciones reales entre mentoras y participantes. Allí, el encuentro dejó de ser solamente un escenario de exposición para convertirse en una experiencia viva de intercambio: historias de decisiones complejas, desafíos

cuáles son hoy las aspiraciones de muchas mujeres profesionales. Entre los principales objetivos de las participantes estuvieron ampliar su red de contactos, intercambiar experiencias, fortalecer habilidades, generar alianzas y acceder a espacios de mentoría. Estos intereses reflejan una necesidad contemporánea y cada vez más visible: crecer profesionalmente ya no depende solo del conocimiento técnico, sino también de la capacidad de integrarse a redes de confianza, colaboración y aprendizaje constante.

La ONU proyecta que el mundo tardará 140 años en alcanzar la paridad laboral y 300 años en lograr la igualdad legal plena. Aunque el Foro Económico Mundial estima una brecha de 123 años, las crisis globales y el patriarcado siguen frenando el progreso en ingresos y salud. Ante los 286 años necesarios para eliminar leyes discriminatorias, Empodérate 2026 surge como un acelerador estratégico para reducir estos tiempos mediante la acción colectiva.



Silrat Traslaviña, Karina Escobar, María Soledad Castañeda, Lily Villacis, Verónica Escobar y Carla Barboto

profesionales, aprendizajes, estrategias y consejos compartidos sin artificios, desde la práctica y la trayectoria de quienes han abierto camino en sus respectivos espacios.

Al reunir a líderes de diversos sectores, el encuentro responde a una paridad política que aún se proyecta a 47 años de distancia. Esta iniciativa transforma

las estadísticas en una red de impacto real, enfocada en superar barreras sistémicas a través de la mentoría y la colaboración directa. Así, la construcción de redes de confianza se posiciona como la herramienta clave para revertir la desigualdad estructural y acelerar el acceso a puestos de decisión.

En ese espacio destacó la participación de Karina Escobar, invitada especial como mentora, al evento en su calidad de Vicepresidenta de Liga Deportiva Universitaria y Directora Ejecutiva de CAPEIPI, cuya presencia aportó una mirada vinculada al liderazgo institucional, la gestión y la construcción de referentes femeninos en ámbitos de alta responsabilidad. Su participación sumó valor a una jornada en la que la experiencia personal y profesional se convirtió en una fuente de inspiración para otras mujeres que hoy buscan crecer, emprender, dirigir o reinventar su camino. Empodérate 2026 también evidenció con claridad



Ericka Domínguez, MSc. Karina Escobar, Nubia López

Empodérate 2026 dejó así una imagen potente y necesaria: la de mujeres que no solo ocupan espacios de decisión, sino que también los abren para otras. Y en ese gesto generoso, estratégico y profundamente humano, reside quizá la mayor fuerza de este proyecto.

Sebastián Panchi
Director de Comunicación - Capeipi



Lo que las
PYMES
deben
aprender

de la IA médica

La inteligencia artificial ya está transformando la salud en el mundo. Hoy se utiliza para apoyar diagnósticos, analizar imágenes clínicas, detectar patrones en grandes volúmenes de datos y acompañar decisiones médicas complejas. Pero el debate internacional ya no se concentra solo en la capacidad técnica de estas herramientas. También se pregunta si son comprensibles, confiables y compatibles con una

Innovar



también es
generar
confianza

La tecnología útil



no reemplaza
el criterio
humano

Sin transparencia,



la innovación
pierde
legitimidad



La transformación tecnológica global deja una lección clara para el mundo empresarial: innovar exige confianza, supervisión humana y transparencia práctica.

relación más humana entre tecnología y personas.

Esa conversación ofrece una enseñanza valiosa para las PYMES. Cuando una empresa incorpora inteligencia artificial a su operación, no basta con que la solución funcione o prometa eficiencia. También debe poder explicarse de manera suficiente a clientes, colaboradores y aliados. Trabajando para varios clientes del sector salud hemos visto que la explicabilidad importa especialmente cuando una decisión afecta directamente a una persona y esa persona debe confiar en un sistema que no comprende por completo.

La literatura especializada coincide en que la confianza en la IA no depende de un solo factor. Se construye con supervisión humana, privacidad, trazabilidad, transparencia y rendición de cuentas. En salud, esto se vuelve crucial por el llamado problema de la "caja negra": sistemas que entregan resultados útiles, pero cuyos razonamientos internos resultan difíciles de entender. Para una PYME, el paralelo es inmediato. Mientras más opaca sea una herramienta, más difícil será integrarla con legitimidad en el servicio, la atención al cliente o la toma de decisiones.

Esto no significa que toda solución de IA deba explicar cada detalle técnico. El peso de la explicabilidad cambia según la urgencia y la gravedad de la decisión.

En contextos críticos, la precisión puede imponerse. Pero en la mayoría de interacciones empresariales cotidianas —que son justamente las más frecuentes para una PYME— sí resulta indispensable saber qué hace la herramienta, qué datos utiliza, cuáles son sus límites y en qué momento debe intervenir una persona.

Desde una mirada empresarial, la conclusión es clara: innovar con IA exige diseñar confianza desde el inicio. Para quienes lideran pequeñas y medianas empresas, esto implica escoger soluciones auditables, comunicar su uso con claridad, mantener criterio humano en decisiones sensibles y evitar que la automatización vacíe de sentido la relación con el cliente. La competitividad del futuro no dependerá solo de adoptar tecnología, sino de hacerlo con responsabilidad, sensibilidad y visión de largo plazo.

Como empresarios, es nuestro deber que este aprendizaje también aplique al ecosistema emprendedor ecuatoriano. Las PYMES no necesitan subirse a cualquier tendencia tecnológica: necesitan herramientas que fortalezcan su operación sin debilitar la confianza. Innovar bien no es automatizar por automatizar. Es crecer con claridad.



José Antonio Sánchez
Lo Simple / simpleSAS

Referencias base

- Sánchez, José Antonio. "To what extent is explainability an ethically important aspect of medical applications of AI, and why?" University of Edinburgh, 2024.
- Morley, J. et al. "The Ethics of AI in Health Care: A Mapping Review". Social Science & Medicine, 2020.
- Watson, D. S. et al. "Clinical Applications of Machine Learning Algorithms: Beyond the Black Box". BMJ, 2019.

Quito mira al 2034 con **visión estratégica**



En un momento en que las ciudades necesitan mucho más que buenas intenciones para proyectar su futuro, Quito dio un paso relevante en la consolidación de una visión compartida. La presentación de resultados del taller de planificación del Acuerdo Quito 2034, liderada por el consultor Eduardo Moura, evidenció que pensar la ciudad a largo plazo exige método, diagnóstico y, sobre todo, consensos. El proceso se desarrolló a partir del Taller de Pensamiento Estratégico para la Implementación del Acuerdo Quito, realizado entre el 29 y 30 de enero y el 6 de febrero, bajo la facilitación de Moura, fundador de QUALIPLUS, especialista internacional en gestión por procesos, mejora continua y pensamiento estratégico, con más de 40 años de experiencia en consultoría, y creador del www.resolve.guru, el primer sitio web con lógica de consultoría gratuita para orientar el uso preciso de más de 80 técnicas de innovación y mejora.

Más que una exposición técnica, la jornada mostró una forma rigurosa de leer la ciudad. El documento revela que el equipo de planeación aplicó la metodología "Thinking Process" (TP-TOC), vinculada a la Teoría de las Restricciones, para responder tres preguntas clave: por qué cambiar, qué cambiar y hacia qué cambiar. A partir de ese marco, se construyó primero una definición del "estado ideal" para Quito, basada en valores como equidad y justicia, solidaridad, legalidad y autonomía; una misión enfocada en proteger e impulsar a los ciudadanos; y una visión de largo plazo que proyecta a la capital como referente latinoamericano de sostenibilidad y calidad de vida.

Uno de los hallazgos más potentes del análisis fue la identificación del problema central que, según la lógica del taller, está detrás de múltiples efectos indeseables de la ciudad: el debilitamiento del sentido de comunidad, reemplazado por un mercado individualismo.

Esa conclusión no se presenta como una frase retórica, sino como el nudo crítico desde el cual se desprenden tensiones sociales, institucionales y de gobernanza. Desde esa lectura, la presentación de Moura aportó valor porque no se limitó

torno a cinco temáticas. La relevancia de la presentación radica justamente en eso: convertir una aspiración política y ciudadana en una arquitectura de intervención concreta, con prioridades, liderazgos y seguimiento formal.

El taller de planificación realizado en el Museo de la Ciudad dejó una definición más clara del propósito colectivo de Quito, sus desafíos estructurales y las acciones estratégicas para construir una capital más sostenible, inclusiva y referente en América Latina



Dr. Francisco Vergara, Presidente de CAPEM junto a Pabel Muñoz, Alcalde MDMQ



Dr. Francisco Vergara, Presidente de CAPEM junto a Antonio Acosta, Presidente del Banco Pichincha



Eduardo Moura, Consultor Qualipius



Pabel Muñoz, Alcalde MDMQ

a describir problemas: avanzó hacia una estructura de solución, conectando causas, conflictos y alternativas de acción con una lógica sistémica.

En perspectiva, el aporte de Eduardo Moura al proceso no solo deja una metodología

El informe también plantea un horizonte movilizador: hacer de la sociedad quiteña una gran comunidad que busque el bien común. Para ello, se proponen líneas estratégicas como fomentar alianzas público-privadas y cooperación internacional, abrir canales permanentes de diálogo entre gobierno local y gobierno central, convocar fuerzas ciudadanas y consolidar una estructura de gobernanza del Acuerdo Quito en

aplicada, sino una narrativa estratégica para Quito: una ciudad que, para renacer, necesita articular lo urgente con lo estructural, y lo técnico con lo humano. El Acuerdo Quito 2034, según lo expuesto, no puede sostenerse únicamente en proyectos aislados; requiere una visión compartida, una gobernanza clara y una ciudadanía convocada alrededor de un propósito común. Ese es, quizás, el principal valor de esta presentación: recordar que el futuro de Quito no se improvisa, se diseña.



El IVA que sube por la percha y baja por toda la cadena

Lo que el Servicio de Rentas Internas presentó como una aclaración técnica terminó convirtiéndose en una señal económica de alto voltaje. La circular NAC-DGECCGC26-00000002, emitida el 26 de marzo de 2026, establece que una amplia franja de productos alimenticios debe comercializarse con 15% de IVA y no con tarifa 0%, como varios actores del mercado venían aplicando. En esa lista aparecen, entre otros, leches importadas, leches nacionales deslactosadas, descremadas, semidescremadas o fortificadas, crema de leche, leche condensada, panes que no se ajusten a la norma técnica, productos de pastelería, sopas instantáneas, fideos preparados, edulcorantes y algunas conservas importadas. La circular, además, advierte que, si hubo una aplicación incorrecta de la tarifa, los contribuyentes deben corregir sus declaraciones y asumir diferencias, intereses y multas.

En un país donde el consumo todavía no recupera una fortaleza plena, una decisión de este tipo deja de ser meramente tributaria y se convierte en un hecho económico. No porque todos los productos de la canasta estén comprometidos, sino porque el mensaje llega a segmentos de alta rotación, de compra recurrente y de fuerte sensibilidad para el bolsillo. Las cámaras empresariales han cuestionado la medida al sostener que introduce distinciones que no se desprenderían con claridad del texto legal, especialmente en productos lácteos y de panificación, y por eso advierten un escenario de inseguridad jurídica y de

La nueva interpretación del SRI sobre alimentos gravados con 15% de IVA no solo toca la caja registradora: también presiona a la industria y a los servicios que viven del consumo diario.

SECTOR ALIMENTICIO

Cuando el impuesto altera toda la cadena

presión directa sobre precios, planificación y márgenes.

El contexto vuelve más delicada la discusión. En enero de 2026, la inflación anual de Ecuador se ubicó en 2,44% y, dentro de ella, el grupo de alimentos y bebidas no alcohólicas registró una inflación mensual de 1,26%. No se trata de un dato menor: este grupo representa 22,45% de la ponderación total del índice de precios y concentra 32,03% de los productos de la canasta del IPC. A la vez, la Canasta Familiar Básica se ubicó en USD 821,80, frente a un ingreso familiar de USD 899,73, una relación que revela una holgura cada vez más estrecha. Dicho de otro modo: los alimentos ya venían presionando el gasto de los hogares antes de que la nueva interpretación del IVA entrara en escena.

Y esa presión llega, además, sobre una economía que todavía arrastra cicatrices recientes. El Banco Central reportó que en 2024 el país cerró con una contracción de 2,0% del PIB, impulsada, entre otros factores, por una caída de 1,3% en el consumo de los hogares. Cuando una economía se enfría por el lado del consumo, cualquier incremento en productos de compra frecuente tiene un efecto amplificado: no solo encarece, también obliga a sustituir, recortar o postergar. En ese terreno es donde dos sectores sienten hoy el golpe con mayor claridad: el alimenticio y el de eventos y servicios.

Para la industria alimentaria, esta medida no se traduce únicamente en un posible aumento de precios. El problema es más profundo: toca la estructura misma del negocio. El productor no solo debe decidir si traslada el 15% al consumidor o si absorbe una parte del impacto; también tiene que revisar clasificación arancelaria y tributaria, sistemas de facturación, estrategias comerciales, promociones, contratos con distribuidores y márgenes por canal. En un entorno de competencia intensa, ninguna de esas decisiones es neutra. Cada ajuste abre el riesgo de perder rotación o rentabilidad.

El caso de los lácteos revela con nitidez la dimensión del problema. Según cifras recogidas por el sector y difundidas en estos días, en 2024 el consumo per cápita de lácteos en Ecuador cayó a 108,7 litros, lo que significó una reducción de 3,6% frente al año anterior. Ese dato importa porque una parte relevante del mercado se sostiene precisamente en líneas diferenciadas como la leche deslactosada, descremada o fortificada, productos que ahora quedan bajo una lectura tributaria más gravosa. En otras palabras, el sector no enfrenta esta medida desde una posición de expansión vigorosa, sino desde una demanda que ya mostraba señales de desgaste.

Por eso, el impacto en esta industria no debe medirse solo por el centavo adicional en la factura. Debe leerse también como una presión sobre la innovación, sobre el valor agregado y sobre la posibilidad de sostener portafolios más sofisticados. Cuando un producto procesado o diferenciado se encarece en un mercado sensible al precio, la primera reacción del consumidor suele ser migrar a opciones más baratas o reducir frecuencia de compra. Ese movimiento, pequeño en apariencia, puede alterar el equilibrio de producción, inventarios y flujo comercial en toda la cadena.



La discusión ya no está únicamente en qué alimentos pagan impuesto. La verdadera pregunta es otra: cuánto resiste el mercado cuando se encarecen productos que forman parte del ritmo cotidiano de compra, producción y servicio.

EVENTOS Y SERVICIOS

El impacto invisible que sube la operación

Si el sector alimenticio recibe el impacto en la planta y en la percha, el sector de eventos y servicios lo siente en la operación diaria. Catering, coffee breaks, ferias, cafeterías, patios de comida, servicios corporativos y propuestas gastronómicas trabajan, justamente, con varios de los productos que hoy entran en la discusión del IVA:

servir cuesta más, la respuesta natural no suele ser pagar sin reparos, sino simplificar. Y en ese proceso, la rentabilidad del operador se adelgaza.

Las propias cifras de inflación ayudan a entender esa fragilidad. En enero de 2026, el aumento de precios en alimentos ya marcaba el pulso del gasto doméstico y, al mismo tiempo, la división de restaurantes y hoteles seguía aportando a la variación anual del índice. Esa combinación es especialmente sensible para el ecosistema de eventos y servicios, porque une dos presiones en un mismo punto: suben los insumos y se vuelve más cauteloso el consumidor. En escenarios así, el mercado no deja de moverse, pero se vuelve más estrecho, más selectivo y menos generoso con los márgenes.



**Más que una aclaración,
una advertencia para la
economía real**

panificados, cremas, repostería, bebidas procesadas y alimentos listos para servir. Allí el efecto no siempre se ve de inmediato en una etiqueta, pero sí en la cotización final.

La dificultad para este sector es que su negocio depende de la elasticidad del cliente. Un evento no siempre se cancela por completo, pero sí se redimensiona. Se recorta el menú, se ajusta el número de asistentes, se elimina una estación de servicio o se reduce la frecuencia de contratación. El problema, entonces, no es solo que suba el costo del insumo, sino que se comprima la capacidad de vender experiencias completas. Cuando el cliente corporativo o familiar percibe que

La lectura de fondo es clara: esta no es una historia sobre impuestos en abstracto, sino sobre economía real. El SRI ha abierto una discusión que aterriza de forma directa en dos espacios donde la pyme ecuatoriana tiene presencia decisiva: la producción de alimentos y la prestación de servicios vinculados al consumo. En uno, la tensión está en fabricar y vender sin romper la demanda; en el otro, en seguir ofreciendo experiencia sin perder competitividad. Y en ambos casos la misma inquietud sobrevuela el mercado: cuánto más puede absorber el consumidor antes de empezar, otra vez, a comprar menos.

Sebastián Panchi
Director de Comunicación - Capeipi



centro de
mediación
by CAPEIPI

Ven al centro de mediación y resuelve tus conflictos

de manera rápida y eficaz

Servicios



Familia



Inquilinato



Laboral



Civil



Contratación
Pública



Con el apoyo de

eHOLD
CONSULTORES Y SOLUCIONES
S.A.S.

Agenda tu cita

Contáctanos:  (593) 994455745 Correo: mediacion@capeipi.org.ec

Setmix Products lleva talento ecuatoriano a un reconocimiento de alto nivel en los premios AMPP 2026



El proyecto Arraiján Tank Farm in Panamá fue distinguido por AMPP con el galardón “Excellence in Management of a Complex Materials Protection”, y en esa cadena de excelencia figura Productos Setmix como proveedor del material de recubrimiento, una presencia que resalta el aporte técnico del ecuatoriano Ing. Guillermo Loayza, socio de CAPEIPL.

En un escenario internacional donde la ingeniería, la durabilidad de los materiales y la protección de infraestructuras estratégicas marcan la diferencia, la presencia ecuatoriana vuelve a destacar. La Association for Materials Protection and Performance (AMPP) incluyó, dentro de sus Project Awards 2026, al proyecto “Arraiján Tank Farm in Panamá” como ganador del reconocimiento “Excellence in Management of a Complex Materials Protection”, una distinción reservada para iniciativas de alta complejidad técnica en protección de materiales. En la ficha oficial del premio, Productos Setmix aparece como “Coating Material Supplier”, es decir, como proveedor del material

de recubrimiento del proyecto galardonado.

Este resultado adquiere un significado especial para el Ecuador al vincularse con la trayectoria del Ing. Guillermo Loayza, fundador y gerente general de Productos Setmix, además de una figura reconocida dentro del ámbito técnico internacional. Distintas referencias públicas lo

ubican al frente de la empresa y, al mismo tiempo, como parte activa del ecosistema global de AMPP, organización en la que también ha tenido participación directiva.

Más allá del mérito puntual del premio, el reconocimiento confirma algo de fondo: cuando el conocimiento técnico,

la especialización industrial y la visión empresarial se alinean, las empresas de la región pueden insertarse con solvencia en proyectos de talla internacional. Que Setmix Products figure en un proyecto premiado por AMPP no solo habla de capacidad operativa, sino también de confianza técnica en mercados altamente exigentes.

Para CAPEIPI, este logro también tiene una lectura institucional valiosa. Que uno de sus socios, el Ing. Guillermo Loayza, esté vinculado a una empresa considerada dentro de un proyecto reconocido por una de las organizaciones más relevantes del sector de protección de materiales y desempeño industrial, proyecta el potencial del empresariado ecuatoriano cuando apuesta por la innovación, la calidad y la especialización. Esa es, precisamente, la ruta que hoy exige la competitividad: empresas capaces de trascender fronteras y de convertir la experiencia técnica en prestigio internacional.

En tiempos en que la industria demanda soluciones más sofisticadas, sostenibles y duraderas, reconocimientos como este recuerdan que la excelencia no surge por casualidad. Se construye con conocimiento, constancia y visión. Y en esa conversación global, el nombre de Setmix Products, junto al del Ing. Guillermo Loayza, aporta una señal alentadora de lo que Ecuador puede ofrecer al mundo.



Fundación Ecuador Verde Esperanza

presentó en Quito una apuesta concreta por la restauración del Bosque Nublado



Quito fue escenario de una presentación que puso en el centro del debate la necesidad de unir esfuerzos en favor de la conservación ambiental. En el Centro de Exposiciones Quito se desarrolló la presentación de la Fundación Ecuador Verde Esperanza, una organización que nace para ampliar y dar estructura al trabajo de restauración ecológica, protección de la biodiversidad, educación ambiental e investigación científica que se ha venido consolidando en torno a la reserva Mindo Lindo.

La fundación se proyecta como una plataforma de acción orientada a asegurar y restaurar tierras estratégicas, fortalecer



En una jornada realizada en el Centro de Exposiciones Quito, la Fundación Ecuador Verde Esperanza expuso su visión de conservación, educación ambiental e investigación científica, con la participación de la Msc. Karina Escobar, Directora Ejecutiva de CAPEIPI. La iniciativa fortalece el trabajo que desde Mindo Lindo impulsa la protección del corredor biológico del Chocó Andino.

la conectividad del hábitat dentro del corredor biológico Andino Chocó y promover procesos de regeneración a largo plazo. Su enfoque combina conservación del territorio, reforestación con especies nativas, monitoreo de biodiversidad y formación ambiental, pilares que hoy se vuelven

indispensables frente a los desafíos ecológicos del país.

Uno de los elementos más relevantes de esta propuesta es que no parte de una idea teórica, sino de una experiencia concreta. De acuerdo con la información institucional de Mindo Lindo, la fundación se apoya en décadas de trabajo sostenido de restauración del bosque



pies de foto



nublado liderado por Pedro Peñafiel y Heike Brieschke, experiencia que ha permitido transformar espacios degradados en áreas nuevamente funcionales para la vida silvestre, la investigación y la educación.

Su presencia aportó una visión institucional y estratégica a una causa que hoy exige articulación entre liderazgo, gestión y compromiso ambiental. Según la información oficial de la organización, Heike ha desarrollado una trayectoria vinculada a la conservación, la equidad, la protección de ecosistemas y el fortalecimiento institucional, integrando estos principios en distintos espacios de representación pública y privada.

La jornada también permitió visibilizar que la protección ambiental ya no puede entenderse como una tarea aislada. La propuesta de Fundación Ecuador Verde Esperanza plantea una mirada integral en la que la conservación del bosque, la

investigación científica, la educación y las alianzas estratégicas se convierten en herramientas para construir sostenibilidad

real. En un momento en que el país demanda iniciativas con impacto medible y visión de futuro, este lanzamiento deja un mensaje claro: proteger la naturaleza también es invertir en desarrollo, conocimiento y bienestar colectivo.

Más que una presentación formal, el encuentro realizado en Quito representó la puesta en escena de una causa con vocación de permanencia. Desde el corazón de la ciudad y con el respaldo de actores comprometidos, la Fundación Ecuador Verde Esperanza proyecta una hoja de ruta que conecta territorio, ciencia y responsabilidad social, recordando que toda esperanza verde necesita, además de visión, voluntad para convertirse en legado.

Sebastián Panchi
Director de Comunicación - Capeipi



Pedro Peñafiel y Heike Brieschke fundadores de Mindo Lindo Reserva y María José Guerrero de la Fundación Ecuador Verde Esperanza junto al personal de CAPEPI



Pedro Peñafiel de Mindo Lindo Reserva



PLÁTANO VERDE 100% ECUATORIANO



Ecuador movió
USD 18.224 millones
en 2025
y apunta **CRECIENDO**
a seguir **en 2026**

El mercado bursátil ecuatoriano cerró 2025 con un crecimiento de 15,7%, una expansión del sector público de 23,3% y un rendimiento promedio de 8,09% en renta fija. Las cifras revelan un sistema más dinámico, con mayor liquidez y nuevas oportunidades para empresas e inversionistas.

El mercado de valores ecuatoriano fue inmediato: más operaciones, más colocaciones y mayor protagonismo de instrumentos de inversión de mediano y largo plazo.

dejó en 2025 una señal clara de expansión. No se trata solo de una percepción positiva, sino de cifras concretas: el volumen total negociado pasó de USD 15.752 millones en 2024 a USD 18.224 millones en 2025, lo que representa un crecimiento de USD 2.472 millones, equivalente a un 15,7% interanual.

El peso del crecimiento estuvo liderado por el sector público. Sus transacciones subieron de USD 8.611 millones a USD 10.619 millones, con un incremento de USD 2.008 millones, es decir, 23,3% más que en 2024. Con ello, el sector público concentró el 58,3% del mercado total. El sector privado, por su parte, también avanzó, aunque a un ritmo más moderado: pasó de USD 7.141 millones a USD 7.605 millones, con una expansión de 6,5%, equivalente a USD 464 millones adicionales, representando el 41,7% del total.

Detrás de ese avance hay un dato que marca el pulso del sistema: la liquidez. Con más recursos circulando en la economía y tasas pasivas a la baja, el mercado bursátil se convirtió en un destino más atractivo para capitales que buscaban mejor rendimiento. El efecto

Las cifras reflejan, en el fondo, una reconfiguración del interés del inversionista ecuatoriano. Cuando el ahorro tradicional pierde atractivo, el mercado busca alternativas más rentables. Y ahí la renta fija ganó terreno con claridad. En 2025, el rendimiento promedio de los principales papeles de renta fija fue de 8,09%, medio punto porcentual por encima del año anterior.

Entre los instrumentos con mejor desempeño destacaron las obligaciones, con un rendimiento promedio de 8,84%; los valores de contenido crediticio, con 7,73%; y las obligaciones convertibles en acciones, con 7,01%. Más abajo se ubicaron los bonos del Estado, con 6,19%; los certificados de inversión, con 6,00%; y los certificados de depósito, con 5,44%. En un entorno donde el dinero busca rentabilidad, estas cifras ayudaron a explicar por qué tantos inversionistas desplazaron sus recursos hacia el mercado bursátil.

Pero no solo crecieron los rendimientos. También se fortaleció la capacidad del sistema para mover capital. El volumen de operaciones de los operadores bursátiles alcanzó en 2025 los USD 36.448 millones, frente a los USD 31.504 millones del año anterior. Es decir, hubo un crecimiento de 15,7% en la actividad total del mercado. De ese universo, las casas de valores concentraron USD 25.273 millones, equivalentes al 69,3% del total negociado.

La expansión también se reflejó en la capitalización empresarial. El valor efectivo de las empresas pasó de USD 9.006 millones en diciembre de 2024 a USD 11.339 millones en diciembre de 2025, lo que representó un aumento anual de 25,9%. Entre las compañías con mayor capitalización aparecen Corporación Favorita, con USD 1.737 millones; Banco Pichincha, con USD 1.565 millones; Banco de Guayaquil, con USD 1.241 millones; Cervecería Nacional, con USD 1.125 millones; y Beverage Brands, con USD 1.014 millones. Varias de estas firmas registraron además incrementos contundentes, como Banco Pichincha con 43,0% y Banco de Guayaquil con 77,6%.

Otro dato que llama la atención es el comportamiento de ciertos instrumentos específicos. Dentro del sector público, los



bonos del Estado subieron de USD 1.235 millones a USD 2.377 millones, con una expansión de 92,5%. Más impactante todavía fue el salto de las notas del Tesoro, que pasaron de USD 90 millones a USD 1.160 millones, un crecimiento de 1.193,8%.

En el sector privado, sobresalieron las obligaciones, que aumentaron de USD 535 millones a USD 958 millones, es decir, 79,1% más; y los certificados de inversión, que crecieron 20,9%, pasando de USD 1.566 millones a USD 1.893 millones.

Incluso la renta variable, aunque todavía con una participación reducida, mostró señales de dinamismo. Este segmento pasó de USD 54 millones a USD 142 millones, lo que representa un incremento de 162,6%. Dentro de este rubro, las cuotas de participación saltaron de USD 6 millones a USD 73 millones, un dato



que parte de una base baja, evidencia que existen espacios para una mayor diversificación del mercado.

Las proyecciones para 2026 mantienen ese tono optimista. La Bolsa de Valores de Quito estima que el mercado podría volver a expandirse entre 10% y 12% este

año. A nivel macroeconómico, el Banco Central del Ecuador prevé un crecimiento del PIB de 1,8%, el FMI de 2,0%, mientras que JPMorgan llegó a proyectar un crecimiento de 3,0% interanual. Aunque las perspectivas deben leerse con cautela, las cifras apuntan a que el mercado de valores podría seguir aprovechando el entorno de liquidez, siempre que las condiciones locales e internacionales acompañen.

Más allá de los números, el mensaje de fondo es potente. El mercado de valores ecuatoriano ya no es un actor secundario ni una opción limitada para pocos. Hoy moviliza más de USD 18 mil millones, ofrece rendimientos competitivos, concentra el interés de emisores públicos y privados, y empieza a perfilarse como una herramienta más robusta para financiar crecimiento, canalizar ahorro y ampliar las posibilidades de inversión en el país.

El desafío está en sostener el ritmo. Porque si 2025 fue el año de la expansión, 2026 debería ser el año de la consolidación: más profundidad, más emisores, más confianza y más reglas que permitan transformar este buen momento en una verdadera política de desarrollo financiero.



Crisis en el Estrecho de Ormuz amenaza con un

SHOCK INFLACIONARIO

GLOBAL

El mercado energético global ha entrado en una fase de "alerta máxima" tras la escalada de tensiones entre Estados Unidos e Irán, centrada en el control del Estrecho de Hormuz, la arteria marítima más crítica del mundo por la que transita el 20% del petróleo global.

El factor del precio: Un salto histórico

Tras las recientes advertencias del presidente Donald Trump y la incertidumbre sobre la navegación segura, el crudo West Texas Intermediate (WTI) se disparó más de un 11%, cerrando por encima de los US\$ 111 por barril. Este incremento representa uno de los movimientos diarios más agresivos en la historia reciente, reflejando el temor de los inversores a un desabastecimiento prolongado.



Voces de alerta: ¿Qué dicen los expertos?

Analistas financieros de alto nivel advierten que el impacto no se limita únicamente al suministro físico de barriles, sino a una reacción en cadena en la economía real:

- ▶ Déficit proyectado: Anthony Yuen, estratega de Citi, señala que incluso una reapertura parcial dejaría al mercado con un déficit de entre 4,4 y 8 millones de barriles diarios, una cifra difícil de compensar por otros productores.
- ▶ Resistencia económica: Joe Brusuelas, economista jefe de RSM US, advierte que si el crudo escala hacia los US\$ 150 o US\$ 200, el daño a la economía estadounidense y global pasaría de ser un "ajuste" a una posible recesión.
- ▶ Efecto dominó en precios: Dan Pickering, de Pickering Energy Partners, explica que la independencia energética de ciertos países es relativa, ya que los compradores globales compiten por los mismos barriles, elevando los costos de logística y transporte en todo el mundo.



Más allá del combustible: Aluminio, Fertilizantes y Chips

La crisis en el estrecho no solo afecta a las gasolineras. El bloqueo o encarecimiento de esta ruta impacta en el transporte de:

1. Insumos industriales: El aluminio y el helio (crucial para microchips) enfrentan retrasos logísticos.
2. Sector agrícola: Los fertilizantes que transitan por la región verán un alza de costos, presionando los precios de los alimentos a nivel mundial.
3. Inflación: Se estima que la inflación anual al consumidor podría saltar al 3,5%, neutralizando los aumentos salariales logrados en el último año.

Contexto geopolítico

A pesar de que Estados Unidos produce hoy cerca de 22 millones de barriles diarios gracias al fracking, la economía sigue siendo vulnerable a los precios internacionales. La administración estadounidense ha fijado un plazo para la reapertura del estrecho, mientras Irán sugiere la implementación de "peajes" para el paso seguro, una propuesta que añade más incertidumbre a una situación ya volátil.

Observación clave:
Los mercados permanecen atentos al plazo de este martes a las 8:00 p.m. (hora de Miami). Una falta de resolución podría llevar el precio del crudo a niveles que pondrían a prueba la resiliencia de la economía global de US\$ 30 billones.



Fuente: <https://cnnespanol.cnn.com/2026/04/06/economia/analisis-trump-decidirse-estrecho-ormuz-trax>

Las PYMES que m



Se hace país
haciendo

miembro de Ecuador



CAPEIPI
CÁMARA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA
EMPRESA DE PICHINCHA

Mil Amores

9984935916
@MILAMORES0212

DESCUBRE LA MAGIA EN CADA MORDISCO

Nuestros Pasteles para Cada Momento



Tu Boda de Ensueño:
Elegancia y Detalle.



Fiestas Inolvidables:
Tus Personajes Favoritos.



Pasión sobre Ruedas:
Personalizados con tu Hobbie.



Pequeñas Celebraciones:
Pasteles Temáticos Divertidos.

5%

DE DESCUENTO
en tu próximo
pedido!



0984935916

@milamores0212

La PYME y el uso de datos para el FORTALECIMIENTO OPERATIVO y ESTRATÉGICO del negocio

En su momento, Michael Dell señaló que “el petróleo del siglo XXI son los datos”, sobre la base de la reflexión que estos, al ser capturados, procesados y analizados de forma inteligente y alineada a un propósito específico, tienen una alta potencialidad de ser monetizados gracias a que, por su efecto directo en el desempeño empresarial, pueden ayudar a disminuir costos y gastos y/o a dinamizar la generación de ingresos.

Siendo el primer paso, la puesta en acción de un ejercicio de transformación de datos aislados en información integrada e interrelacionada que, por su potencia práctica, se puede convertir en la base de la toma de decisiones, solución de problemas y/o del diseño de estrategias organizacionales como base de las funciones clave del gerente empresarial adaptado a las exigencias disruptivas del siglo XXI.

Universidades como la Andina Simón Bolívar están apostando a posgrados sobre transformación digital y ciencia de datos como medios para la profesionalización de las tareas operativas y estratégicas del sector productivo

En ese ejercicio de conversión de datos en información útil para las tareas gerenciales de una empresa, es fundamental la identificación, selección y aplicación de métodos para analizar datos que, por el uso que se les pueda dar en el campo de los negocios, pueden ser de carácter cualitativo y cuantitativo.

Ahora claro, pensando en el fortalecimiento del uso estratégico de esos datos, es fundamental que, al interior de empresas como las PYME, se creen espacios organizacionales que, como tarea principal, se encarguen de levantar y analizar datos de fuentes primarias y secundarias.

Siendo recomendable -desde la óptica de la optimización de recursos y la oportunidad para tenerles a tiempo a esos datos- empezar con un recorrido de las fuentes secundarias, es decir, de aquellas presentes en instituciones nacionales e internacionales

que, por sus funciones misionales, tienden a generar, permanentemente, datos sobre el entorno macro y, sobre todo, sectorial que, al ser interrelacionados, son la base del diseño de las estrategias empresariales.



Esa gestión de datos, para cumplir el objetivo que persigue, se puede hacer sobre la base de la aplicación de dispositivos digitales que, muchas veces, por su costo de inversión y mantenimiento puede ser difícil el acceso para una PYME individual; emergiendo, así, la posibilidad estratégica de la asociatividad entre empresas como medio para alcanzar este fin pro innovación tecnológica; en donde, los gremios pueden jugar un rol clave como facilitadores e impulsores de esos procesos asociativos dirigidos al acceso y uso de tecnología innovadora para PYME.

Una consecuencia de este proceso de transformación digital dirigida a acceder, procesar, analizar y aplicar datos convertidos en información, es la promoción positiva de estilos gerenciales en las PYME soportados en modelos de toma de decisiones cuya base sean las evidencias con datos y, así, se tenga un foco referencial objetivo dirigido a dar fuerza al mantenimiento y crecimiento de las empresas dentro de un mercado cada vez más cambiante, dinámico y con altas dosis de exigencia innovadora para

la consolidación de una competitividad empresarial fuerte de mediano y largo plazo.

Para lograr la consolidación de esa transformación digital, como punto de partida, es importante recordar algunos datos sobre la situación de la digitalización en las pequeñas y medianas industrias (PYMI) ecuatorianas.

De acuerdo a la Encuesta Cuatrimestral de Coyuntura de la PYME del Observatorio de la PyME de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, el detonante del aceleramiento de la digitalización en las PYMI fue la pandemia, pues, un 70% de empresas señalan que, a partir de ese acontecimiento, incrementó significativamente el uso de herramientas digitales; concentrándose ese uso en lo que es páginas WEB, correo electrónico y las redes sociales virtuales -63% de PYMI lo señalan-; también la utilización se ha ido dirigiendo a aplicaciones y programas informáticos -23% de PYMI lo resaltan-. El área de actividad que ha tendido a digitalizarse en mayor grado es la comercial y de marketing -45% de PYMI-; por su parte, la que menor tendencia muestra es la de producción -14% de PYMI-.

Finalmente, una efectiva transformación digital también requiere de procesos de formación profesional que, desde el sector universitario, se vienen ofreciendo como medio para ir promoviendo el desarrollo tecnológico integrado de las empresas. Por ejemplo, universidades como la Andina Simón Bolívar están apostando a posgrados sobre transformación digital y ciencia de datos como medios para la profesionalización de las tareas operativas y estratégicas del sector productivo del país y la región que, como prioridad, necesita de una adaptación creativa y continua a las nuevas y cambiantes mega tendencias globales.



Dr. Wilson Araque Jaramillo.
Docente del Área Académica de Gestión
Vicerrector de la Universidad Andina Simón Bolívar,
Sede Ecuador

ADMINISTRA TU NEGOCIO > RIMPE CON HERMESEC <

- > Maneja tu **Inventario**
- > **Controla tus Gastos**
- > **Facturación Electrónica desde donde quieras**



PRECIO NORMAL

~~\$210~~
+ IVA Anual

20% OFF

\$169,99
+ IVA anual

> Firma Electrónica por 1 año Incluida



HERMESEC

Contáctanos: 0986816133

Por su destacada posición en el ranking

GREAT PLACE TO WORK® ECUADOR 2026



WorkForce
LIMPIEZA • MANTENIMIENTO • LAVANDERÍA • ALBERGACION

20 Nuestros
Primeros
años

Este reconocimiento, otorgado por Great Place To Work® y Ekos el pasado 26 de marzo, premia a las organizaciones que han transformado el entorno laboral en el país, colocando el bienestar, la confianza y el respeto hacia sus colaboradores en el núcleo de su estrategia de negocio.

Para CAPEIPI, es un motivo de orgullo contar entre sus socios con una empresa referente como WORKFORCE S.A., cuyo éxito demuestra que la productividad y la competitividad internacional van de la mano con una cultura organizacional huma-

La Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha - CAPEIPI extiende una calurosa felicitación a su socio estratégico, WORKFORCE S.A., por haber sido galardonado como uno de los Mejores Lugares para Trabajar® en Ecuador 2026, alcanzando la destacada sexta posición en la categoría de empresas de más de 500 colaboradores.

na y sólida. En un entorno empresarial en constante evolución, su compromiso con el desarrollo integral de su talento humano sirve de inspiración para todo el sector productivo nacional.

Reconocimientos como este fortalecen la imagen del sector productivo ecuatoriano y ratifican que nuestras empresas socias no solo generan trabajo, sino que construyen espacios de crecimiento donde las personas se sienten valoradas, motivadas y comprometidas con la excelencia.



**VISITA EL NUEVO
MOYABACA TUMBACO**

Hasta
**30%
OFF**
en compra de 4 llantas

FALKEN

ADDIN JAPONÉS

performance inteligente

Cotiza o agenda tu cita escribiéndonos a Whatsapp  **096 328 3236 | 099 374 2507**

Promoción válida hasta el 30 abril 2026. Aplica condiciones

Promoción válida con tu credencial



CAPEPI
CÁMARA DE LA PEQUEÑA Y
MEDIANA EMPRESA DE PICHINCHA

HUELLA DIGITAL una necesidad estratégica

Hoy la decisión de tu huella digital no pasa por “estar o no estar”, sino por qué tan estratégicamente estás siendo visto, encontrado y recordado.

Para muchas empresas y sus líderes, la pregunta ya no es si deben estar en LinkedIn, sino: ¿están gestionando su presencia digital como una prioridad estratégica? Hoy, la huella digital no es un asunto secundario ni una tarea táctica de comunicación, es una extensión directa de la reputación y la capacidad de generar negocio. Construir una presencia sólida no exige grandes despliegues, sino consistencia, claridad y foco en lo esencial: conectar, demostrar valor y generar confianza.

Aun así, la presencia digital sigue siendo una herramienta subutilizada por muchas organizaciones, que todavía la ven como un recurso exclusivo de grandes corporaciones. Si bien es cierto, la huella digital abarca diferentes formas de ganar presencia en este entorno, hoy quiero hablarles específicamente de LinkedIn, la red profesional de mayor crecimiento en Latinoamérica y cuya lectura equivocada puede costar contratos y nuevas oportunidades, los números no mienten y actualmente el *68% de los compradores B2B utiliza esta plataforma para validar proveedores, expertise y posibles socios estratégicos, incluso en mercados locales.

La presencia en la plataforma dejó de ser opcional: hoy es un acelerador de credibilidad. La clave está en entender LinkedIn no como una red social más, sino como un ecosistema de oportunidades, una ventana desde la cual la empresa y sus líderes pueden mostrar su esencia,

experiencia y capacidad de generar valor; al mismo tiempo, un faro que los hace visibles y relevantes frente a clientes, aliados y tomadores de decisión.

En este espacio comparto tres ejes clave que cualquier organización puede – y debería activar - para que su huella digital gane consistencia:

1. Ampliar visibilidad con recursos inteligentes

- ▶ Perfil optimizado: un banner alineado con la propuesta de valor, una descripción clara y un mensaje coherente sobre lo que hace la empresa y lo que la diferencia.
- ▶ Contenido con intención: publicar casos de éxito, aprendizajes, testimonios de clientes, hitos del negocio y reflexiones sectoriales fortalece la autoridad sin necesidad de grandes producciones.

- ▷ Visibilidad de los líderes: cuando los ejecutivos participan activamente, la marca gana cercanía, credibilidad y capacidad de influencia. Es importante que la visibilidad de los líderes esté alineada a la propuesta de contenido de la marca, con una presencia consistente.

Ejemplo: Nubank, empresa brasileña de tecnología financiera (fintech) fundada en 2013 que opera como banco digital, comunica en LinkedIn una propuesta de valor centrada en innovación, experiencia del usuario y cultura organizacional, además de casos reales de clientes, apoyado por ejecutivos y voceros que participan activamente en la red compartiendo visión, decisiones y aprendizajes.

En su estrategia de comunicación habla de productos financieros y también se abordan temas de impacto, tecnología y propósito, lo que atrae tanto a clientes como a nuevos talentos, uno de los mayores retos de las fintech. Esto ha contribuido que Nubank superara los 80 millones de clientes en la región.

3. Resultados tangibles sin inversión masiva

- ▷ Detección de licitaciones públicas o privadas.
- ▷ Recepción de consultas directas de potenciales clientes.
- ▷ Atracción de talento especializado.
- ▷ Mayor validación comercial antes de una reunión, negociación o recomendación.

Ejemplo: La chilena Bunker DB (analítica de datos) ha convertido LinkedIn en un canal orgánico de oportunidades. Con contenido especializado, han acortado ciclos comerciales y hoy tienen más de 10 mil seguidores y presencia regional.

Porque hoy la decisión de tu huella digital no pasa por “estar o no estar”, sino por qué tan estratégicamente estás siendo visto, encontrado y recordado.



2. Networking para crear nuevos diálogos

- ▷ Conectar con clientes potenciales, proveedores estratégicos, líderes de la industria y actores clave del ecosistema empresarial.
- ▷ Participar en conversaciones relevantes del sector, comentar publicaciones y aportar visión y acción desde la experiencia.
- ▷ Usar la plataforma no solo para mostrarse, sino para construir relaciones profesionales con propósito.

LinkedIn acorta distancias entre empresas, líderes y grandes oportunidades.

ACCIONES RÁPIDAS PARA ABRIR LA VENTANA DIGITAL DE TU ORGANIZACIÓN

- 1 Optimiza el perfil de la empresa y acompaña a los líderes a fortalecer el suyo
- 2 Publica de forma constante sobre lo que la organización hace bien: un proyecto, una innovación, lecciones aprendidas o casos de éxito
- 3 Interactúa con clientes, aliados y publicaciones relevantes del sector
- 4 Asegura que la presencia digital refleje la misma solidez que la empresa proyecta fuera de pantalla



Diana Bohórquez Q.
CEO Dominia Consultoría Estratégica
www.dominia.co
098 4897 470



Misión Comercial a Canadá – SIAL 2026

Acompañamiento estratégico para exportadores ecuatorianos

Con el apoyo de:




Montreal - Canadá







28 de abril al 2 de mayo

¡Abrimos puertas al mercado canadiense!
Misión comercial a Canadá - SIAL 2026

Estimado/a empresario/a:

Desde CAPEIPI impulsamos nuevas oportunidades de internacionalización para nuestras empresas afiliadas. Hoy les presentamos la Misión Comercial a Canadá – SIAL 2026, una experiencia estratégica diseñada para exportadores ecuatorianos que buscan validar, posicionar y concretar negocios reales en el mercado canadiense.

¿Por qué participar? Acceso a la feria internacional SIAL Canadá

-  Reuniones B2B con compradores potenciales (mín. 4 por empresa)
-  Asesoría especializada para ingreso al mercado canadiense
-  Análisis de precios, tendencias y estrategias de entrada
-  Networking internacional y acompañamiento experto

Cupos limitados



Fecha: 28 Abril al 2 de mayo 2026
 Lugar: Montreal, Canadá



Información: 593 983 346 559
 ecrespo@asincomex.com

Gobierno de Colombia | PROCOLOMBIA

MACRORRUEDA DE LAS AMÉRICAS COLOMBIA CO

EL PAÍS DE LA BELLEZA 2026

Tenemos el placer de invitarle, al encuentro empresarial más importante de ProColombia, donde las conexiones se convierten en resultados duraderos.

Aproveche la oportunidad para agendar citas de negocios uno a uno con las empresas más destacadas de cada región del país y explorar oportunidades de exportaciones, inversión y turismo en el país de la belleza.

14 y 15 DE ABRIL, 2026

Lugar: Centro de Exposiciones Corferias
Av. Esperanza # 39-69, Bogotá - Colombia

REGÍSTRESE AQUÍ

Para más información, contacte a:

Exportaciones: Isabel Lasso - ilasso@procolombia.co
Mery Rojas - pquito1@procolombia.co

Turismo: Patricia Salinas - psalinas@procolombia.co

Inversión: Isabel Lasso - ilasso@procolombia.co

HECHO CON EL SELLO DE CALIDAD MACRORRUEDAS PROCOLOMBIA

Oportunidad internacional de negocios

Macrorrueda de las Américas 2026 PROCOLOMBIA

Te invitamos a participar como comprador internacional

Evento con:

- +2.000 exportadores
- +1.000 compradores internacionales
- Sectores: Tecnología, construcción, industria, autopartes, servicios e innovación.
- Beneficio: Reembolso de pasaje aéreo * USD 300 (posterior)



Fecha: 14 y 15 de abril de 2026



Lugar: Bogotá, Colombia



Inscripción: <https://mcr.macrorruedasprocolombia.co/mcrcolombia2026/index.php?tu=comp&ci=1>



Capacitaciones Exclusivas para Socios CAPEIPI

WORKSHOPS DISPONIBLES



Análisis de Datos

Socios: \$20
No socios: \$50



Automatización de Procesos

Socios: \$20
No socios: \$50



Introducción a la Nube

Socios: \$20
No socios: \$50



Business Intelligence

Socios: \$25
No socios: \$60

¡Inscríbete y capacítate con los mejores!

✉ ventas@cognidata.ai

☎ 0999939565

CAPACITACIONES

Inteligencia Artificial CAPEIPI & COGNIDATA

Estimado/a empresario/a:

Impulsa tu empresa con workshops prácticos de IA aplicada a negocios. Transforma tu empresa con Inteligencia Artificial aplicada a procesos reales.

IA Controlada para Empresas (Gerencial)

🔒 Socios CAPEIPI: \$150
🔓 No socios: \$200

Workshop Sectorial de IA

🔒 Socios CAPEIPI: \$400 por empresa
🔓 No socios: \$600

Workshop Integral de IA Corporativa

🔒 Socios CAPEIPI: \$800 por empresa
🔓 No socios: \$1.200



información e inscripciones:

ventas@cognidata.ai / 0999939565

HOSTED BY:



MINISTRY OF TRADE
REPUBLIC OF INDONESIA

TRADEXPO^{41st} Indonesia

Exhibition | Seminar | Business Matching | Trade Mission

THE ULTIMATE HUB FOR GLOBAL SOURCING

14 - 18 October 2026
Indonesia Convention Exhibition (ICE)-BSD City

ORGANIZED BY:  STRATEGIC PARTNER: 

SUPPORTED BY:



  @tel.2026 www.tradexpoindonesia.com    Trade Expo Indonesia

TRADEXPO 41st Indonesia 2026

Socios CAPEIPI, esta puede ser una gran puerta para conectar con mercados internacionales.

Les compartimos la invitación de la Embajada de Indonesia en Quito para conocer la TRADE EXPO INDONESIA 2026, una de las vitrinas comerciales más importantes para explorar oportunidades de negocio, importación, exportación, alianzas estratégicas y nuevos proveedores a nivel global.

Esta feria reúne a empresas, compradores, distribuidores, inversionistas y actores del comercio internacional de más de 100 países, en sectores como alimentos, manufactura, moda, artesanías, mobiliario y más.



Fecha: 14 al 18 de octubre de 2026



Lugar: Indonesia Convention Exhibition (ICE) – BSD City



Información: stafekonomi.quito@kemlu.go.id
0982889904

CALEN DARIO DE FERIAS Y EVENTOS

EVENTOS

PROXIMAMENTE

EN JUNIO 2026

REUNIÓN DEL SECTOR
METALMECÁNICO,
ELÉCTRICO - ELECTRÓNICO



sector
Metalmecánico
eléctrico-electrónico
by CAPEIPI



FERIAS

3 al 19
ABRIL

FERIA MUEBLE Y DECORACIÓN

Somos el punto de encuentro que reúne a los mejores artesanos, diseñadores y marcas del país, creando un espacio donde la tradición, la innovación y la elegancia se unen para mostrar al mundo la grandeza del talento ecuatoriano.

12 y 19
ABRIL

PULGON DEL PARQUE

¿Y SI ESTE DOMINGO TUS COSAS SE CONVIERTEN EN DINERO?
Vuelve al Centro de Exposiciones Quito y estamos abriendo mesas para vendedores.

17
ABRIL

COVI QUINTANA

Evento musical

Reconocida por su estilo auténtico que fusiona pop, folk y ritmos caribeños, Covi ha conquistado escenarios internacionales con letras honestas, íntimas y llenas de identidad.

16 al 19
ABRIL

CASA CLAVE

Un evento imperdible que reunirá a los principales actores de la industria de la vivienda, la decoración y los acabados de construcción.

22
ABRIL

NON SERVIUM

Evento musical

Es principalmente conocida como una de las bandas más influyentes de la escena punk y Oi!. Originaria de Móstoles, Madrid, su nombre y filosofía se basan en una potente expresión latina.

24 al 26
ABRIL

TATOO NATION

Prepárate para vivir una experiencia única con:

- ♥ Tatuajes en vivo
- 🎨 Artistas nacionales e internacionales
- 🎵 Exhibiciones, música y cultura tattoo
- 🧑‍🤝‍🧑 Comunidad, creatividad y actitud

1 al 3
MAYO

EXPO MAMÁ

Es una feria comercial y familiar orientada a reunir en un solo espacio una oferta diversa de productos, servicios y experiencias para el hogar, la familia y la celebración del Día de la Madre

9
MAYO

CRO

Evento musical

(Tomás Manuel Campos) es un destacado artista argentino, reconocido por su versatilidad para navegar entre el trap, el rock, el boom bap y la música electrónica.

NOTA: Este calendario ha sido confirmado hasta fecha de publicación de esta edición.

PARA MAYOR INFORMACIÓN



CENTRO DE
EXPOSICIONES
QUITO

DPTO. COMERCIAL CEQ

comercial_ceq@capeipi.org.ec



(593) 96-236-5968 / 98-562-4204



Amazonas N34-332 y Atahualpa / Quito - Ecuador



www.expoceq.com



FERIA **VI EDICIÓN** LE DA LA BIENVENIDA



Lugar	Pabellón Los Caras	
Hora	Apertura 10h00	Cierre 20h00
Fecha	Desde 03 abril	Hasta 19 abril



Cuando todo
juega a tu
favor...



 Lugar	 Pabellón Simón Bolívar	
 Hora	Apertura 10h00	Cierre 20h00
 Fecha	Desde 16 abril	Hasta 19 abril

Participar tiene sentido

FERIA VIVIENDA! CLAVE!

Del 16 al 19
de abril

Centro de
Exposiciones Quito

Síguenos en:   




Escanea y descarga
tu entrada de cortesía:



COVI QUINTANA

ECUADOR 2026



 Lugar	 Pabellón Simón Bolívar	
 Hora	Apertura 18h00	Cierre 22h00
 Fecha	17 abril	

EL COLMADO

ABRIL 17 . 7:00 PM

CENTRO DE EXPOSICIONES QUITO





la oficina



NACH

TOUR LATAM 2026
ECUADOR
 ◎ ROUND ONE

RACIAS QUITO

 Lugar	 Pabellón Simón Bolívar	
 Hora	Apertura 10h00	Cierre 20h00
 Fecha	14 abril	



entradas en
 :p buenplan.com.ec

~~SOLD OUT~~
PREVENTA 1





DISPONIBLE
PREVENTA 2

G3 PRESENTA

NON SERVIVUM

En Quito



 Lugar	 Pabellón Simón Bolívar	
 Hora	Apertura 18h00	Cierre 22h00
 Fecha	22 abril	

ENTRADAS EN: [:p buenplan.com.ec](http://buenplan.com.ec)



**Del 25 al 27
de abril de 2026**

**LA FERIA GRÁFICA
MÁS GRANDE
DEL PAÍS**



*Impulsamos el cambio,
Imprimimos el futuro...*



Lugar	Pabellón Simón Bolívar	
Hora	Apertura 10h00	Cierre 20h00
Fecha	Desde 25 abril	Hasta 27 abril

Organiza



Asociación de Industriales
Gráficos de Pichincha

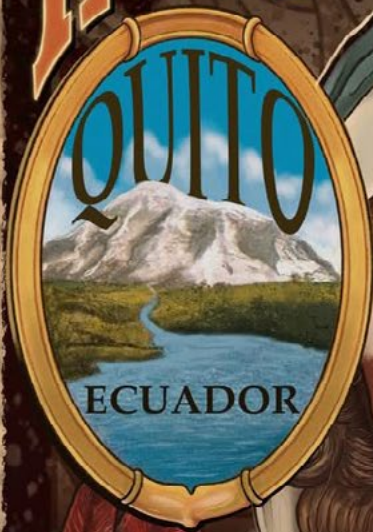
Más información

Av. NNUU y Amazonas, Edif. La Previsora, Torre B, piso 8, Oficina 809

Teléfono: (593)22455532 / 099 836 0234

Correo: aigquito@aig.org.ec

TATTOO NATION



24-25-26
ABRIL
2026

 Lugar	 Pabellón Simón Bolívar	
 Hora	Apertura 10h00	Cierre 20h00
 Fecha	Desde 24 abril	Hasta 26 abril





BIENVENIDOS AUSPICIANTES Y EXPOSITORES

2026

EXPO MAMÁ

Hogar & Familia



 Lugar	 Pabellón Simón Bolívar	
 Hora	Apertura 10h00	Cierre 20h00
 Fecha	Desde 01 mayo	Hasta 03 mayo




CRONO
OTRA VEZ EN TUS
RUINAS
WORLD TOUR

CENTRO DE EXPOSICIONES QUITO

QUITO
09 DE MAYO, 2019

Lugar	Pabellón Simón Bolívar
Hora	Apertura 10h00 Cierre 20h00
Fecha	9 mayo

billboard NOCITA G+ :p buenplan.com.ec

 Lugar	 Pabellón Simón Bolívar	
 Hora	Apertura 10h00	Cierre 20h00
 Fecha	Desde 16 mayo	Hasta 17 mayo

EL **EVENTO GEEK** MÁS GRANDE DEL PAÍS.



ACTORES DE DOBLAJE
MARIO CASTAÑEDA **RENÉ GARCÍA**

BUDOKAN
QUITO

16 Y 17 DE MAYO

Centro de exposiciones Quito.

Entradas ya disponibles

 **Meet2Go.com**



Catálogo de BENEFICIOS Y SERVICIOS



CAPEIPI
CÁMARA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA
EMPRESA DE PICHINCHA



10% de Descuento

Acceso a programas de formación, investigación, consultoría y capacitación empresarial, sujetos a convenios específicos.



75% de Descuento

En maestrías y beneficios en educación continua para colaboradores CAPEIPI.



Descuentos

Hasta 10% y becas por referidos en pregrado, posgrado y educación continua para socios, funcionarios e hijos.



Gratuito

Asesoría jurídica y patrocinio legal con 30% de descuento. Consultas gratuitas semanales y atención preferente a CAPEIPI.



Descuento

Tarifas preferenciales en servicios de hotelería para socios de CAPEIPI.



JW MARRIOTT
QUITO

10% de Descuento

- Realización de eventos, así como en los restaurantes y el club de salud. Restaurantes: Raíces, Botánica, Exchange Bar,
- Kaori Sushi Bar, y Meet Gourmet (no aplica sobre promociones vigentes).



Gratuito

Asesoría contable, financiera y jurídica. Todos los miércoles de 15h00 a 17h00



10% de Descuento

En pedidos corporativos de CAPEIPI y del CEQ (Martes felices 2x1)



**CÁMARA
PEQUEÑA
INDUSTRIA
DEL AZUAY**

Descuento

en todas las actividades de la CAPIA como ruedas de negocios, capacitaciones, etc.



Descuentos

Descuentos, becas y programas de capacitación, investigación y transferencia tecnológica para socios CAPEIPI.



Descuentos

En aranceles, validación de experiencia laboral, pasantías, capacitación técnica y ferias académicas para socios



Beneficios

Capacitación, cursos, asesoría empresarial y pasantías para PYMES afiliadas a CAPEIPI.



Descuentos

En productos farmacéuticos via Portal Pharm para afiliados, empleados y familiares de CAPEIPI y CEQ.



Descuentos

del 20% al 30% en atención de requerimientos y ejecución de servicios contratados



**ACF Soluciones
Empresariales S.A.S.**

Revisión Gratuita

Devolución de impuestos y asesoría tributaria, con revisión inicial gratuita



Beneficios

Formación en temas de competencia económica para socios y gremio.



10% de Descuento

en servicios de mediación



Descuento

Servicios de consultoría en Seguridad y Salud Ocupacional (SSO) para socios CAPEIPI, bajo esquema preferencial.



Descuentos

del 20% en cualquier programa 2026 o seminario.



15% de Descuento

en cursos y seminarios



Universidad Católica de Cuenca

Descuentos

entre el 5% y el 15% de educación continua



10% de Descuento

En almuerzos ejecutivos



Gratis

Inscripción y descuento en el primer mes y una cuota mensual preferencial



10% de Descuento

de descuento en los diferentes servicios de atención médica para tus mascotas



Beneficios

Entrega de tarjeta de crédito Black MasterCard, financiamiento de pago del IDE hasta 12 meses sin intereses y 2 meses de gracia



Beneficios

Fortalecimiento de capacidades financieras de MIPYMES, mediante capacitación, asesoría y difusión de servicios financieros.



Gratis

capacitaciones en calidad, salud, seguridad, ambiente, y responsabilidad social

Servicios de Consultoria

Provisto por socios

20
26



**SERVICIO DE TÉCNICO
DE SEGURIDAD Y SALUD**



SERVICIO DE MÉDICO OCUPACIONAL



CERTIFICADOS DE ORIGEN Y LUAE



GESTIÓN AMBIENTAL

- ◆ CERTIFICADO AMBIENTAL
- ◆ REGISTRO AMBIENTAL
- ◆ INFORME ANUAL DE CUMPLIMIENTO
DE REGISTRO AMBIENTAL



TALENTO HUMANO



ASESORÍA CONTABLE



Coworking.

Sala
Presidencial



Sala
Maderero



Sala
Comercial

**tu espacio de
negocios**

Agenda tu sala
0997295039 



CAPEIPI

CÁMARA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA
EMPRESA DE PICHINCHA



Hecho
en
ECUADOR
PERFECTO
PARA EL MUNDO

Se hace país
haciendo