



DIRECTOR: Francisco Huerta Benites

Versiones anteriores podrán descargarse en: www.iee.edu.pe

Volumen 06 n° 103

Período de Publicación

01.09.2014 - 31.09.2014



www.iee.edu.pe

Índice	01
Cambio climático y economía	02, 03,
Mejorando el mercado del trabajo	04, 05
Ley de contrataciones con el Estado	06,
Los precios de la energía: las cosas en su sitio	07
Clientes fieles en era de redes sociales	08, 09
Competitividad del Perú	10
Promoviendo las inversiones público-privadas	11
Eventos empresariales y de desarrollo del mes	11

Cambio climático y economía. Van de la mano (I)

Gracias a investigaciones, cuyo número aumenta rápidamente, ahora se tiene la certeza de que el desarrollo adaptado al cambio climático permite impulsar creación de empleos y salvar millones de vidas.

Las políticas y los proyectos

De desarrollo que tienen en cuenta el cambio climático pueden desacelerar el ritmo de los cambios climáticos adversos. Sobre la base de este nuevo conocimiento científico, y con la elaboración de nuevos instrumentos de diseño de modelos para cuantificar estos beneficios.

Resulta claro que los objetivos de desarrollo económico y protección del clima pueden ser complementarios (“El desarrollo adaptado al cambio climático”, Banco Mundial 2014).

Por qué son importantes las emisiones

Los impactos del cambio climático imponen una carga innegable en desarrollo económico pues causan graves daños a la agricultura, recursos hídricos, los ecosistemas, la infraestructura y la salud humana.

Estos impactos son devastadores en los habitantes más vulnerables del planeta. Para evitar que el calentamiento del planeta supere el umbral de 2 °C, las emisiones de dióxido de carbono y otros gases de efecto invernadero (GEI) deben reducirse considerablemente (ob. cit.).

Si bien los esfuerzos por reducir estos contaminantes climáticos, pese a algunos avances, han sido lentos, datos científicos recientes indican que la reducción de los contaminantes climáticos de corta vida, que son responsables de hasta el 40% del actual calentamiento, puede tener impactos inmediatos en el clima.

Las medidas complementarias

En materia de GEI y contaminantes climáticos de corta vida pueden desacelerar el ritmo de calentamiento en el corto plazo, retrasar los puntos de inflexión peligrosos y proporcionar tiempo para que los habitantes más pobres del planeta se puedan adaptar al cambio climático.

Entre los contaminantes climáticos de corta vida, el carbono negro y el metano son agentes de forzamiento climático y también son contaminantes atmosféricos que dañan la salud humana y menoscaban la produc-

ción agrícola. Su reducción permite evitar la muerte de 2,4 millones de personas e incrementar la producción agrícola al evitar la pérdida de 32 millones de toneladas de cultivos al año.

Menos emisiones GEI y mayor crecimiento

Las políticas que permiten reducir las emisiones de GEI y otros contaminantes climáticos de corta vida pueden generar claros beneficios económicos, sanitarios y sociales. Por ejemplo, una política que promueva un transporte más eficiente (incluye

En 03 estudios de casos simulados se analizaron los efectos de políticas sectoriales clave para determinar beneficios generados en 06 regiones (Estados Unidos, China, Unión Europea, India, México y Brasil) y el impacto en el PBI mundial. Las políticas sectoriales incluyen reglamentaciones, impuestos e incentivos para promover el cambio a un transporte no contaminante, una mayor eficiencia energética en el sector industrial y edificios y artefactos con menor consumo de energía.

Cambio climático y economía. Van de la mano (II)

vehículos con bajo consumo de combustible y sistemas eficaces de tránsito público), permitirá ahorrar combustible y tiempo, con consiguiente mejora de seguridad energética y productividad laboral.

Estas políticas también pueden reducir problemas respiratorios causados por el smog, lo cual salva vidas; asimismo, mejoran la visibilidad, y ello propicia la inversión local en sectores de turismo y recreación. De igual modo, un proyecto para mejorar la gestión de desechos sólidos que se emprende inicialmente por sus beneficios en materia de saneamiento y salud también puede reducir las emisiones de metano, lo que propicia un aumento del rendimiento de cultivos, y generar ahorros de energía. Todos estos beneficios contribuyen directamente al crecimiento económico.

Marco para analizar las políticas y los proyectos

1. **Identificar el abanico completo de beneficios**

que produce un proyecto o una política, incluidos el mejoramiento de salud, rendimientos de cultivos, ahorros de energía, aumento del empleo, la productividad laboral y el crecimiento económico;

2. **Seleccionar instrumentos de evaluación adecuados** que proporcionen información sobre cada beneficio cuantificable;

3. **Elegir el instrumento macroeconómico adecuado** para analizar los beneficios económicos directos y sinérgicos;

4. **Estimar el abanico completo de beneficios** y presentar resultados usando indicadores que resulten pertinentes para el público.

Es necesario realizar algunos ajustes

Adicionales al marco para adaptar su aplicación a nivel de cada proyecto. Veamos:

- Nuevas evaluaciones de beneficios basadas en datos más exhaustivos sobre emisiones;
- Un análisis macro multisectorial a fin de ilustrar

mejor los beneficios sinérgicos (ejemplo, uso de fuentes de energía menos contaminantes para abastecer la mayor demanda de energía para automóviles eléctricos podría generar más beneficios que el transporte no contaminante o la electricidad no contaminante en forma aislada);

- Un análisis macro adicional para reflejar los beneficios adicionales que proporcionan las inversiones ecológicas en

comparación con las que no son ecológicas.

En última instancia,

El cambio climático incide en la economía en su conjunto y en todas las facetas del desarrollo. Al tomar decisiones, todas las autoridades normativas, tanto las que forman parte del gobierno como las que integran las empresas, deben saber dónde se producirán beneficios climáticos y en materia de desarrollo. Similar debe ser la actitud de la población organizada. ▸

Los beneficios anuales de estas políticas (2030) incluyen un crecimiento del PBI de US\$1,8 billones a US\$2,6 billones. Se evitarían 94 000 muertes prematuras por causas relacionadas con la contaminación. Además, estas políticas permitirían evitar la producción de 8500 millones de toneladas métricas de emisiones de CO2 equivalente¹⁰ y el ahorro de casi 16 000 millones de kilovatios por hora de energía; este ahorro equivale, aproximadamente, a retirar de circulación 2000 millones de automóviles.

Mejorando el mercado del trabajo y economía (I)

El Perú no obstante su trayectoria de crecimiento económico en última década, muestra aún un menor nivel de flexibilidad microeconómica, que le impediría de lograr mayores tasas de PBI con mejor empleo. Aquí nos referiremos al mercado laboral, cuyo ordenamiento está en la agenda del gobierno.

mercado laboral es o no flexible frente a shocks agregados. Así, una norma laboral que rigidiza el salario real genera un mayor desempleo como respuesta a un shock agregado, esto es, genera inflexibilidad macroeconómica.

Al impedir el movimiento de trabajadores desde uni-

Flexibilidad microeconómica

La flexibilidad microeconómica depende no solo de la regulación del mercado laboral, sino de múltiples

factores más como las opciones tecnológicas y la naturaleza del proceso productivo, el ambiente político, la eficiencia y equidad de los tribunales del trabajo, así como de variables culturales y prácticas comunes.

Se puede señalar que una economía es inflexible a nivel microeconómico si las brechas (entre la productividad laboral y el costo marginal del trabajo utilizado) persisten en el tiempo.

Al contrario, una economía, empresa o establecimiento es muy flexible si las brechas desaparecen rápidamente mediante un ajuste del empleo.

La definición de flexibilidad microeconómica se refiere a la velocidad a la que los establecimientos responden a condiciones cambiantes, y no a si el

dades menos a más productivas, la inflexibilidad microeconómica reduce el producto agregado y frena el crecimiento.

El primer resultado de un estudio inter-

nacional ("Flexibilidad Microeconómica en A.L.", Ricardo J. Caballero G.; Eduardo M. Engel G. Alejandro Micco A. en Revista "Economía", BCCH), es que

la flexibilidad microeconómica es más limitada en nuestras economías que en la muy flexible de Estados Unidos.

En buena medida, las economías más inflexibles parecen ser aquellas donde grandes desequilibrios quedan sin corregir por mucho tiempo.

El Perú es un ejemplo de ello.

Proteger a los trabajadores no a los trabajos

Países como el Perú, tratan de proteger a los trabajadores del desempleo con procedimientos administrativos que cuestan tiempo y dinero cuando los em-

Perú Urbano: Ingreso promedio mensual por trabajo, según nivel educativo . Trimestre: Enero-Febrero-Marzo: 2013 y 2014 (Nuevos soles corrientes)

Nivel educativo	Ene-Feb-Mar 2013 P/	Ene-Feb-Mar 2014 P/	Variación porcentual
Total	1 435,6	1 543,7	7,5
Primaria 1/	741,7	770,1	3,8
Secundaria	1 102,1	1 150,4	4,4
Superior 2/	1 979,7	2 093,7	5,8

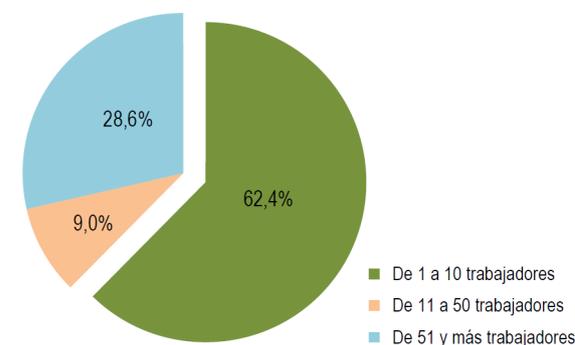
1/ Incluye inicial o sin nivel

2/ Incluye superior universitaria y superior no universitaria

P/ Preliminar.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Perú Urbano: Distribución de la población ocupada según tamaño de empresa Trimestre: Enero-Febrero-Marzo : 2014 (Porcentaje)



P/ Preliminar.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Mejorando el mercado del trabajo y la economía (II)

pleadores tienen que reducir personal; esto *representa en esencia un impuesto a los despidos*.

Estas leyes de protección laboral aminoran los flujos brutos de desempleo al limitar la destrucción de empleo, pero también entorpecen la creación de empleo. “Al crear un puesto de trabajo, una empresa considera el (fuerte) impuesto que tendrá que pagar en el futuro si tiene que despedir al empleado, ello reduce la creación de empleo (Pissarides, Premio Nobel 2010-F&D, jun 2014).

Con una menor creación de empleo, el flujo de desempleo a empleo también disminuye.

Así, una política concebida para proteger a los

trabajadores del desempleo puede, a la larga, tener el efecto paradójico de prolongar el desempleo al enfriar la creación de empleo.

En economía laboral algo que se ha convertido en un mantra es: “proteger los trabajadores, no los trabajos”. La protección exagerada de empleos existentes con restricciones excesivas a los despidos puede detener la generación de empleo que precisa una economía dinámica.

Es mejor proteger a los trabajadores

De las consecuencias de desocupación con prestaciones de desempleo y otros apoyos al ingreso, y con políticas activas para que los desempleados encuentren trabajos adecuados antes de que se deterioren sus aptitudes y confianza.

La protección excesiva del empleo también puede dar lugar a un *alto desempleo juvenil*. Los jóvenes aun no saben en que áreas serán competentes o que tipo de trabajo les gustaría realizar, y los empleadores tampoco saben como se desempeñarán estos jóvenes.

Por ello que es especialmente importante que los jóvenes tengan “la oportunidad de experimentar varios trabajos. Así como no se espera que se casen con su primer novio o novia, tampoco cabe esperar

que se queden en su primer empleo para siempre” (ob. cit.).

En el Perú las leyes de protección laboral ayudan a los empleados hombres y mayores, pero

perjudican a mujeres y los jóvenes, que entran y salen de la fuerza laboral más a menudo.

Hay que reconocer que el mercado laboral está constantemente acosado por avances tecnológicos y de otro tipo que alteran la rentabilidad de los empleos existentes.

La inflexibilidad laboral sí afecta

Considerando el citado estudio internacional, sugieren que la mantención de la flexibilidad laboral observada, podría reducir en alrededor de medio punto porcentual la tasa de crecimiento potencial de países como el Perú. Hagamos la mejor reforma laboral que contribuya a maximizar nuestro producto potencial. Es un simple análisis costo beneficio. ▸

Perú Urbano: Ingreso promedio mensual por trabajo, según tamaño de empresa.
Trimestre: Enero-Febrero-Marzo: 2013 y 2014 (Nuevos soles corrientes)

Tamaño de empresa	Ene-Feb-Mar 2013 P/	Ene-Feb-Mar 2014 P/	Variación porcentual
Total	1 435,6	1 543,7	7,5
De 1 a 10 trabajadores	1 015,8	1 060,8	4,4
De 11 a 50 trabajadores	1 609,7	1 695,1	5,3
De 51 y más trabajadores	2 185,4	2 398,6	9,8

P/ Preliminar.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Ley de contrataciones, inversiones y transparencia

El gobierno dentro de sus medidas para apuntalar el crecimiento de mediano plazo, aprobó una nueva Ley de Contrataciones del Estado (Ley N° 30225), con el objetivo de agilizar de forma eficiente y rápida la inversión pública, en un contexto en el cual se busca potenciar la intervención pública a través de mecanismos como Obras por Impuestos y Asociaciones Público Privadas (MMM, págs. 26/30, MEF agosto 27, 2014).

El objetivo es contar con un régimen

De contratación pública eficiente, orientado hacia la gestión por resultados, lo cual conlleve a mejorar las gestiones de las entidades públicas y, por consiguiente, a satisfacer de manera oportuna y eficiente las necesidades de la ciudadanía. Con esto, se busca *migrar de una regulación procedimental a una de evaluación ex post por resultados (ob. cit.)*.

La nueva Ley de Contrataciones del Estado agiliza las compras públicas, introduciendo un régimen más moderno, con procedimientos flexibles, simplificados e integrados con sistemas administrativos transversales que permitan a funcionarios gestionar, pero sin prescindir de cumplir con criterios de eficiencia, transparencia y rendición de cuentas, que son las que rigen la contratación pública y los compromisos internacionales asumidos en la materia.

Principales medidas introducidas

- **Eliminación del valor referencial.** Esto generaba que en muchos casos se perjudique la calidad del objeto de compra al fijarse de manera incorrecta un valor referencial, por lo que se empleará el valor estimado que permitirá el sinceramiento de precios. No aplica para las contrataciones de obras.

- **Las contrataciones cuyo valor no supere las 8 UIT,** estarán fuera del ámbito de la Ley de Contrataciones, pero se encontrarán sujetas a la supervisión del OSCE, deberán estar inscritos en el Registro Nacional de Proveedores y estarán sujetas a las causales de impedimento para contratar con el Estado.
- El Plan Anual de Contrataciones (**PAC**) estará **vinculado al Plan Operativo Institucional (POI)** fortaleciéndose la planificación; su elaboración se iniciará un año previo a su aprobación. Para la elaboración del PAC se deberá contar con el detalle de las características de los bienes, servicios y obras a contratar.
- **Se crean nuevos procedimientos** de selección tales como: i) Adjudicación simplificada, ii) Selección de consultores individuales, y iii) Comparación de precios.
- **Se elimina la posibilidad** de encargar procedimientos de selección a organismos internacionales, puesto que ello muchas veces incrementa los precios y el plazo de adquisición de bienes y servicios.
- **Se ha incluido la homologación** como mecanismo para estandarizar las contrataciones a nivel de sectores.
- **Se ha incluido supuestos** de contrataciones directas que permitirá promover en algunos casos rubros como la investigación e innovación científica.
- **Se ha incluido nuevos medios** de solución de controversias como la Junta de Resolución de Disputas.

Es un avance pero debemos profundizar más. ↗

Los precios de la energía. Las cosas en su sitio

En un reciente libro se examina de manera precisa en que forma las autoridades pueden encontrar el equilibrio justo entre los beneficios económicos sustanciales del uso de la energía y su impacto ambiental perjudicial (“Getting Energy Prices Right : From Principle to Practice”; Ian Parry, Dirk Heine, Eliza Lis, Shanjun Li, IMF, July 2014). Por su relevancia para Perú haremos un comentario.

La energía desempeña un papel crítico

En funcionamiento de economías modernas. Al mismo tiempo, es el centro de muchas de las inquietudes ambientales que apremian hoy en día: desde el calentamiento global (según las previsiones, alcanzará alrededor de 3/4 grados Celsius para fines del siglo) y la contaminación atmosférica (causa de más de tres millones de muertes prematuras al año) hasta los embotellamientos en los centros urbanos.

Impuestos ambientales u otros instrumentos

De precio parecidos pueden contribuir a “dar con el precio justo”; es decir, dejar reflejados en los precios de la energía los efectos colaterales ambientales. *Necesitamos centrarnos en una tributación más inteligente, no una tributación más pesada.*

Si están debidamente focalizados en la fuente del daño ambiental, estos instrumentos representan la manera más eficaz de reducir los efectos colaterales perniciosos del consumo de energía.

Y los ingresos que generen les permitirán a los gobiernos recortar otros impuestos onerosos o alcanzar objetivos fiscales con más eficiencia, logrando así mejores resultados en términos de salud y medio ambiente y, a la vez, limitando cualquier impacto adverso en el desempeño macroeconómico.

Dar con las bases y las tasas justas

En relación a bases tributarias, aunque existe una variedad de opiniones, *la manera más sencilla de fijar precios para las emisiones de dióxido de carbono consiste en gravar a los proveedores de combustible fósil en proporción al contenido de carbono del combustible,* de manera similar a los actuales impuestos sobre combustibles para automotores.

Se pueden aplicar cargos parecidos al suministro de combustibles por contaminación atmosférica local, aunque es importante otorgar créditos o reintegros por captura de emisiones (como lo hacen las tecnologías de depuración del dióxido de azufre en las usinas), porque son las emisiones atmosféricas netas las que importan para medir daños ambientales.

En cuanto a las tasas impositivas, deben estar fijadas en función de daños ambientales para garantizar automáticamente que solo se harán las mejoras ambientales cuyos beneficios superen los costos.

En el caso de los automotores, los cargos por kilómetro recorrido (ajustados según la clase de carretera urbana y la hora del día) pueden ser el instrumento más eficaz para aliviar la congestión y deberían resultar viables a más largo plazo.

Hay mucho en juego

Instituyendo impuestos correctivos sobre combustibles fósiles se lograría (en comparación con situación actual) una reducción estimada de emisiones de dióxido de carbono a nivel mundial de 23%, se evitaría un 63% de las muertes atribuibles a la contaminación generada por los combustibles fósiles y se obtendrían beneficios fiscales equivalentes en promedio a 2,6% del PBI de los países. En el Perú hay buen espacio para avanzar en esta dirección. ▸

Clientes fieles en era de redes sociales (I)

Aunque la era digital haya cambiado las reglas del marketing, se sostiene que la manera más eficaz de llegar a alguien, inclusive en el caso de marcas internacionales, consiste en dar prioridad a relaciones personales y no en lanzar *tuits* o textos aleatorios.

La lealtad del cliente ha disminuido

No deja de ser irónico. Tenemos más datos que antes, sin embargo hay evidencias aplastantes de que la lealtad del cliente ha disminuido (C. Malone, Fidelium Partners).

Durante buena parte de la historia humana, el comercio era cara a cara, tenía que ver con la persona, con la relación que se tenía con ella y con lo que uno representaba.

Los datos pueden ser una excelente herramienta para reconstruir esa situación. Pero es preciso dejar claro que el cliente no es sólo una cookie más en su navegador (Wharton, junio 2014).

Medir de qué manera la lealtad ha cambiado

Tenemos que entender a nuestros clientes, igual que antes, lo que les motiva a escoger nuestras marcas y lo que les motiva cuando entran en una tienda para comprarlas (V. Rosado, AB InBev).

El entender al cliente era importante hace 100 años, y continúa siendo importante hoy en día. La cantidad de opiniones puede haber cambiado, pero para ser un buen profesional de marketing hay que saber cómo motivar de forma correcta al cliente.

Hay que entender las informaciones sobre el estilo de vida de los clientes.

Hace veinte años, la idea que dominaba era que la lealtad a la marca era responsabilidad del consumidor, pero ahora lo mismo está sucediendo del lado del comercio. Hoy las cosas suceden según los términos propuestos por el consumidor: es lo que ellos quieren, y cuando quieren. Serán exitosas aquellas empresas que sepan establecer contacto directo con él (M. Wilhite).

Sentirse parte de la comunidad

Aunque muchas empresas estén usando los medios sociales para vender sus productos al consumidor, ellas lo están haciendo de la manera equivocada. Por el mero hecho de que me envíe alguna

cosa, por ejemplo, sobre dónde estuve en mis vacaciones, eso no es personal.

Tenemos que volver a la vieja estrategia, a necesidad de contacto personal, usando como ejemplo no digital, la interacción con la señora de la tintorería.

Así, cada vez que voy a la tintorería, ella me dice algo de carácter personal. Pregunta cómo está mi hijo. Después, quiere saber cómo le va a su equipo de béisbol. En la pared vi 100 fotos de las vacaciones de varias familias. Ella hacía que todos los clientes habituales de su tienda se sintieran parte de su comunidad. Siempre me dicen: 'Hay una lavandería más cerca de casa'. Pero no tengo el coraje de abandonar la otra" (C. Malone).

Las grandes empresas más exitosas son aquellas que han estado adquiriendo empresas de datos que identifican los valores apreciados por los clientes o las que dedican más tiempo a descubrir cómo alcanzar de forma personal al cliente en una era que parece caracterizarse por la impersonalidad. Walmart y Amazon están haciendo eso hoy en día (M. Wilhite, dunnhumbyUSA)

Cientes fieles en era de redes sociales (II)

Confusión de informaciones

Así como las empresas disponen de más datos, el consumidor también tiene acceso a más informaciones. En el torrente que es el marketing digital, bueno y malo, el consumidor queda expuesto con mayor frecuencia al discurso de la publicidad.

Aunque ese discurso priorice más el tono personal, la confusión de informaciones puede acabar ocultando el mensaje individual. Facebook ha desarrollado la publicidad vía un canal de medios sociales, pero las personas quieren contacto personal con los amigos, y no sólo un puñado de cosas sociales (M. Wilhite).

Las personas quieren información cuando visita la web de un minorista, y no cuando está relacionándose socialmente con los amigos. El consumidor se desinteresa, y la publicidad se transforma en ruido.

Muchos profesionales de marketing

Sólo quieren usar la última novedad, porque creen que va a generar agitación. Esos profesionales necesitan estudiar mejor esas alternativas, y no adoptarlas simplemente porque sean nuevas.

Sí, tenemos que estar atentos a lo que hay por ahí, y por eso abrimos una oficina en Palo alto, en el Valle del Silicio, California, para poder saber quien está haciendo cosas importantes. Lanzamos el Bud Laboratorio, que se ocupa de analítica y sistemas de datos.

Valor para el consumidor

Una expresión que el consumidor ya ha oído demasiado es “valor para el accionista”. En lugar de eso, él quiere oír “valor para el consumidor”. Tenemos que desafiar lo que llamamos ‘sabiduría convencional’. “Hace 25 años que salí de la escuela de negocios y diría que un 50% de lo que aprendí ya no es verdad, o tal vez nunca lo fue. No es que estuviera

necesariamente mal, pero en la era digital, es preciso revisar lo que funciona” (C. Malone).

Si analizáramos sólo la generación de valor para el accionista, el consumidor diría ‘sólo piensan en ustedes mismos. Yo no les importo’. Si la empresa coloca el cliente en el centro de las discusiones, y no sólo el accionista, no tendrá que preocuparse por la lealtad, que es un valor real.

Bud Light hizo una promoción en que el cliente podía colgar (en web de empresa) una foto en la playa con Bud. Ellos comparten la foto con los amigos y nosotros nos sentimos más integrados de alguna forma. Hay que posicionarse: dejar claro que cree en algo y espera que las personas, a fin de cuentas, promuevan su producto por el “boca a boca”, aunque el origen de ese proceso sea virtual. Mostrar que se preocupa por el producto y quiere que el cliente lo sepa (Rosado).

Representar algo

El objetivo más importante es representar algo. Hay un momento en que no hay prácticamente más medios para diferenciar una bebida de una botella de agua. Puede usar todos los datos que tenga, pero si no es auténtico, el cliente lo descubrirá más deprisa que antes” (V. Rosado).

Hay que encontrar una manera de dar un toque personal. Si no se es auténtico, se corre el riesgo de perder unos pocos clientes en la vecindad y en todo el mundo. Actualmente, los riesgos son mucho mayores. ▸

Perú y el mundo en competitividad

COMPETITIVIDAD GLOBAL 2014-2015 – Perú dentro de 144 economías del mundo*

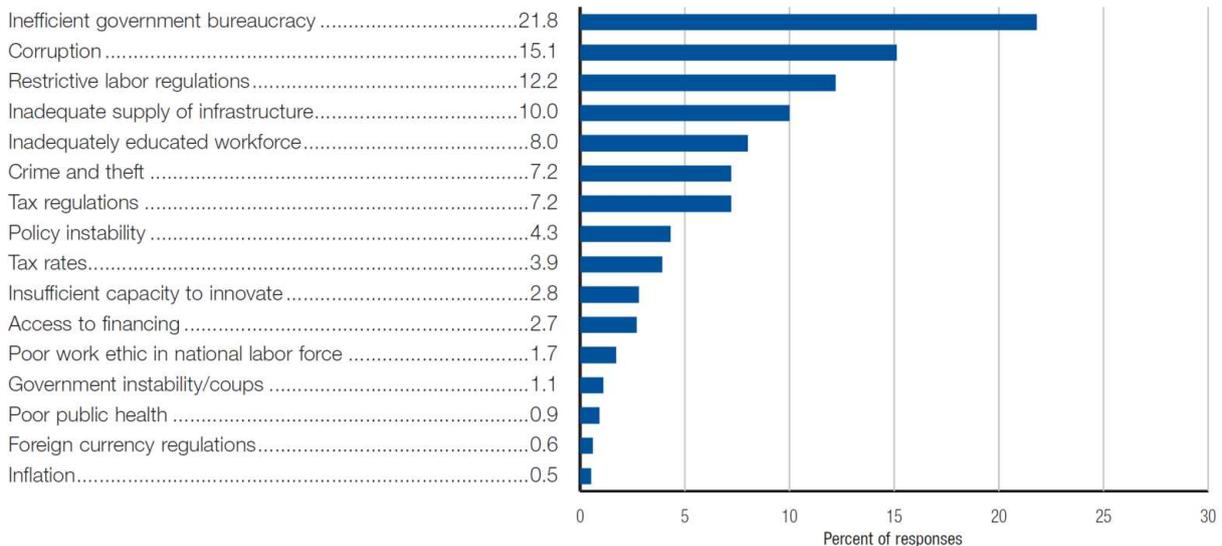
Global Competitiveness Index

	Rank (out of 144)	Score (1-7)
GCI 2014–2015	65	4.2
GCI 2013–2014 (out of 148).....	61.....	4.3
GCI 2012–2013 (out of 144).....	61.....	4.3
GCI 2011–2012 (out of 142).....	67.....	4.2
Basic requirements (40.0%)	74	4.5
Institutions.....	118.....	3.3
Infrastructure.....	88.....	3.5
Macroeconomic environment.....	21.....	5.9
Health and primary education.....	94.....	5.4
Efficiency enhancers (50.0%)	62	4.2
Higher education and training.....	83.....	4.1
Goods market efficiency.....	53.....	4.5
Labor market efficiency.....	51.....	4.3
Financial market development.....	40.....	4.5
Technological readiness.....	92.....	3.3
Market size.....	43.....	4.5
Innovation and sophistication factors (10.0%)	99	3.3
Business sophistication.....	72.....	3.9
Innovation.....	117.....	2.8

Stage of development



The most problematic factors for doing business



Note: From the list of factors above, respondents were asked to select the five most problematic for doing business in their country and to rank them between 1 (most problematic) and 5. The bars in the figure show the responses weighted according to their rankings.

Fuente: * “Informe de Competitividad Global 2014-2015”, pág 306/307, World Economic Forum (WEF), Suiza, septiembre 2014.

. PROMOVRIENDO INVERSIONES ASOCIADAS PARA EL DESARROLLO (PERÚ) .

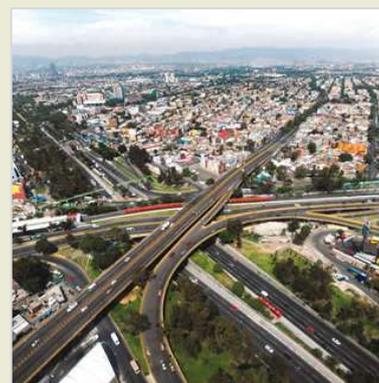
El Instituto de Economía y Empresa (IEE) presenta una propuesta de trabajo al mercado de inversiones privado nacional e internacional, y al sector público nacional y subnacional:

1. Presentación y desarrollo del marco normativo de promoción de inversiones regionales: Decreto Legislativo N° 1012, Reglamento (D.S. N° 127-2014-EF), y R.M. n° 249-2014-EF. Ley N° 30056. Y, Ley N° 29230 y Reglamento (D.S. N° 005-2014-EF). Modalidades asociación público privada.
2. Identificación de oportunidades de inversión (con app Autosostenibles y Cofinanciados, y/o Obras por Impuestos), dentro del ciclo de proyectos de inversión en la zona de interés potencial.
3. Articulación de grupos empresariales con gobiernos subnacionales, a través de reuniones formales de trabajo.
4. Convergencia de intereses y compromisos de inversiones para el desarrollo.
5. Elaboración de proyectos y estructuración integral de propuestas (iniciativas) para viabilizarlas.
6. Acompañamiento hasta iniciativa en marcha.

Puede solicitarse una visita, cita y/o propuestas a:

institutoeconomia@iee.edu.pe; institutoeconomia@yahoo.com;

*# 874422; 996074455; rpc 966709177; y/o nextel 602*1555.*



Eventos académico

1. Diplomados no presenciales del IEE en convenio con UNT

El Instituto de Economía y Empresa (IEE) viene aplicando periódicamente en el **2014, eventos de competencias de alta especialización en:**

- Dirección y gerencia pública para el desarrollo.
- Habilidades directivas: personales interpersonales y grupales.
- Economía y negocios internacionales.
- Preparación y evaluación de proyectos de inversión

Se sustentan en la mejor literatura, evidencia práctica y en consultorías que aplicamos. Informes en: institutoeconomia@iee.edu.pe, #874422 - *619230 - 996074455 / 945122230 / rpc 966709177 / 602 *1555, y en www.iee.edu.pe

