

A - Z

DIRECTOR: Francisco Huerta Benites

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

Volumen 03 nº 65

Período de Publicación

16.06.010 - 30.06.010



www.iee.edu.pe

Índice

Facilitación al comercio e inversión	02,
Comercio y medio ambiente	03
La pobreza es multidimensional	04 y 05
Las APP, economía y la salud	06 y 07
Economía peruana	08
Competencias en gestión de mypes competitivas	09
Noticias y eventos empresariales	10

Facilitación al comercio, más allá de la inversión

La facilitación del comercio (FAC) alude a medidas al interior y más allá de fronteras que facilitan el comercio, abaratan costos y aumentan su eficiencia.

Hay consenso en cuanto a que los principios

Generales de la FAC comprenden (FCI, mayo 2010)

- La logística del retiro de mercancías de los puertos.
- La documentación asociada al transporte transfronterizo de mercancías.
- La transparencia de trámites aduaneros y órganos reguladores.
- La armonización de normas, y
- La conformidad con reglamentos internacionales, los obstáculos no arancelarios y el entorno empresarial donde se realizan las transacciones comerciales.

Las asociaciones público-privadas (APP)

Una investigación indica que reducir el tiempo de exportación en un día podría añadir un punto de porcentaje al comercio. La CESPAP calcula que reducir 10% los costos de exportación al interior de la frontera y en la misma frontera, el comercio de la región de Asia y el Pacífico podría aumentar hasta \$EE.UU. 286.000 millones

El sector privado tiene un importante papel que desempeñar en elaboración y aplicación de eficaces estrategias de FAC más allá de mera inversión

Las APP de FAC son valiosas para detectar las necesidades de gobiernos y comerciantes, mejorar la transparencia y los flujos de información y promover soluciones viables y sostenibles de facilitación del comercio (A. Strachan, CESPAP, marzo 2010)

Las exitosas experiencias actuales demuestran que es preciso centrarse en una estrategia integral que no adopte un enfoque de "talla única".

La FAC tiene el potencial de aportar

Considerables beneficios económicos a países en desarrollo y menos adelantados, gracias a una me-

Proyectos de APP para la FAC se fundan en varios factores críticos de éxito: el fomento de confianza entre organismos reguladores y sector privado; el compromiso sostenido de formuladores de políticas y comunidad empresarial.

jora de su competitividad comercial y la diversificación de sus bases de exportación.

Los beneficios de eliminar obstáculos al comercio son sustanciales y las pruebas dan a entender que la rentabilidad de estas reformas puede ser superior a aquella de la reducción de aranceles.

Las economías que mejor facilitan el comercio,

Como Singapur, Hong Kong, China y la República de Corea, comparten cuatro características (BM):

- Utilizan sistemas electrónicos de intercambio de datos sin papeleo y presentación previa al arribo de declaraciones de aduana
- Utilizan un sistema de inspección de la gestión de riesgos en el que menos del 10 por ciento de los contenedores se inspecciona físicamente.
- Cuentan con sistemas que permiten beneficiarse de procedimientos simplificados a personas autorizadas que cumplen con los criterios prescritos, y
- Tienen excelente infraestructura portuaria.

Cabe destacar que no existe ningún modelo

De inversión de "talla única" para estos proyectos, que deben cimentarse en sólidos principios comerciales que consideren los objetivos de desarrollo a largo plazo del país, así como el contexto y las experiencias.

Cada país debe tener claro qué reformas en FAC se debería hacer, en Perú estamos en la ruta pero nos falta un buen tramo, por ejemplo, tenemos alto déficit en infraestructura: en total US\$37,760 millones

También factores como la evaluación realista de los sectores público y privado sobre el papel y la capacidad empresarial de cada parte, y, un sólido marco jurídicos que respalde las necesidades del proyecto y todo el entorno de la FAC.

Comercio y medio ambiente, entre el mar y la carretera

El comercio mundial (13 billones de dólares al año), es un motor importante del desarrollo económico y la prosperidad mundial. Es a la vez un síntoma y un impulsor de la expansión mundial.

La creación de riqueza da lugar a un aumento del comercio, que a su vez mejora la eficiencia económica y eleva los niveles de vida.

Los últimos 50 años se han caracterizado por

Una expansión sin precedentes del comercio internacional, ahora en volumen casi 32 veces mayor que en 1950. No resulta sorprendente que una de las principales preocupaciones que plantea el comercio sea su posible contri-

bución a la degradación del medio ambiente

Con la apertura del comercio

Mejora la asignación de recursos a nivel internacional, incluidos los recursos naturales.

Ejemplo, el comercio internacional puede ayudar a países con pocos recursos hídricos a ahorrar agua si adquieren en el extranjero los productos agrícolas para los que se requiere mucha agua.

El comercio genera crecimiento económico, que puede propiciar demanda de normas ambientales más estrictas y la capacidad financiera para responder a esa demanda (P. Lamy, OMC, junio 2010)

Una mayor apertura del comercio

Puede mejorar los métodos de producción y facilitar el acceso de un mayor número de consumidores a productos y tecnologías inocuos para el medio ambiente, a un costo inferior. Ciertamente será necesario lograrlo para reducir el consumo de energía y la contaminación.

Sin embargo, si observamos las repercusiones del comercio en las emisiones de gases de efecto invernadero resulta evidente que el crecimiento del co-

mercio internacional hace que aumente la utilización de servicios de transporte para enviar mercancías a grandes distancias,

El mar y la carretera, los efectos

En efecto, el crecimiento del comercio podría provocar un aumento del consumo de energía y de los niveles de emisiones de CO₂.

Una estimación reciente de la Agencia Internacional de la Energía (2009), el sector de los transportes produce aproximadamente un cuarto de las emisiones de gases de efecto invernadero relacionadas con la energía en el mundo.

Sin embargo, hay que señalar que casi el 75 por ciento de las emisiones de CO₂ producidas en ese sector proceden del transporte por carretera.

Alrededor del 90 por ciento del comercio mundial se transporta por mar.

Un comercio más abierto puede tener

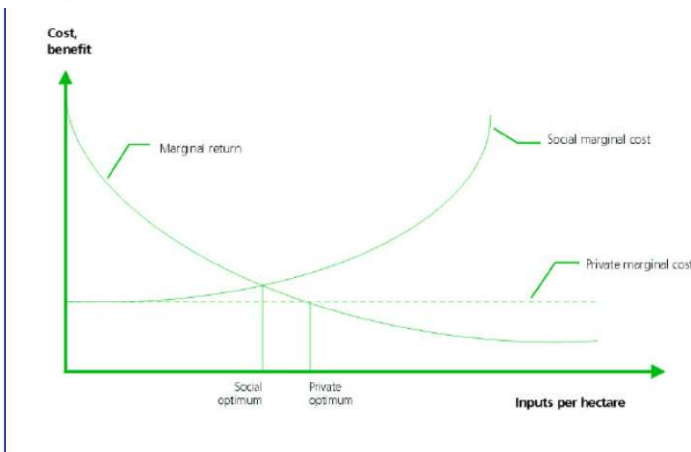
Tres efectos beneficiosos en el medio ambiente.

1. Puede asegurar una distribución más eficiente de los recursos naturales.
2. Hará que, con el tiempo, se insista cada vez más en mejorar la calidad del medio ambiente, pues todo indica que los que tienen un nivel de vida más elevado son más firmes partidarios de protección del medio ambiente.
3. Puede mejorar el acceso a las nuevas tecnologías y servicios necesarios para reducir la contaminación y el consumo de energía, y el desarrollo de esas tecnologías y servicios.

Degradación ambiental y mercado

El gráfico ilustra el caso de la degradación ambiental y el comercio (WTO, Trade and Environment, 109 páginas, 2001). Un impuesto a la producción desplazaría hacia el interior el retorno marginal, lo que reduce el uso de agroquímicos.

Divergence between social and private costs and environmental degradation



La pobreza es multidimensional (I)

La pobreza total y extrema en el Perú ha venido disminuyendo como se muestra en el cuadro (MEF, MMM 2010, pág. 43), aunque de manera asimétrica.

En esta medición se consideran pobres a

Aquellas personas cuyo gasto per cápita, valorizado monetariamente, no supera el costo de la canasta de alimentos y no alimentos, expresada como el umbral o Línea de Pobreza.

La "pobreza por ingresos" es método predominante de medición de pobreza en América Latina, Constituye una herramienta pertinente para evaluar la escasez de "recursos económicos", además tiene una alta correlación con privaciones múltiples.

Existe margen para mejorar el método de pobreza monetaria en su formulación básica, como acercarse a una identificación más precisa de los hogares con carencias de recursos económicos (CEPAL, mayo 2010).

La pobreza es multidimensional

"Existen buenas razones para ver la pobreza como privaciones de capacidades básicas, en vez de meramente como un ingreso bajo (Amartya Sen)"

La medición por ingreso es una medida que puede tener serias limitaciones para identificarlas privaciones a las que están sujetas las personas. Se requieren medidas adicionales. Porcentaje significativo de la población a pesar de no ser carente en ingresos presenta carencias en otras dimensiones.

La medición por ingreso es una medida que puede tener serias limitaciones para identificarlas privaciones a las que están sujetas las personas. Se requieren medidas adicionales. Porcentaje significativo de la población a pesar de no ser carente en ingresos presenta carencias en otras dimensiones.

La evolución de las mediciones de Pobreza

- Ingreso
- Necesidades Básicas
- Dimensiones + amplias del desarrollo humano
- Multidimensionalidad de la pobreza

¿Qué es la pobreza multidimensional?

Sufrir de varias privaciones al mismo tiempo. "un enfoque multidimensional de pobreza define a la pobreza como un déficit con referencia a una línea de pobreza en cada dimensión del bienestar de un individuo." (Bourguignon & Chakravarty, 2008).

foque multidimensional de pobreza define a la pobreza como un déficit con referencia a una línea de pobreza en cada dimensión del bienestar de un individuo." (Bourguignon & Chakravarty, 2008).

Dimensiones faltantes en el análisis de la pobreza

Las dimensiones que se necesitan están, en general, ausentes de todas las encuestas que se aplican, aunque algunos países han adoptado preguntas particulares relacionadas a algunas dimensiones. Las dimensiones a considerar serían (D. Zavaleta, U. de Oxford-OPHI, mayo 2010, www.ophi.org.uk):

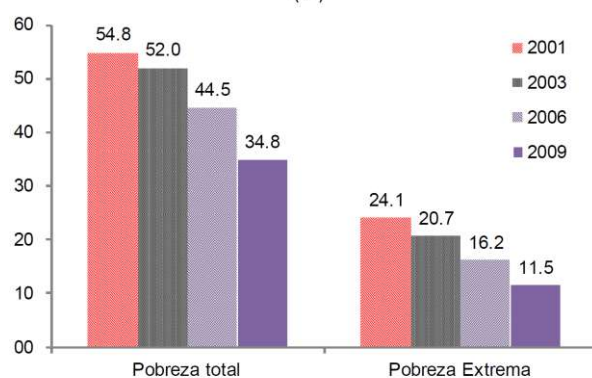
1. **Seguridad física**; (pobreza: víctima de robo a la propiedad, violencia física, o muertes: crimen/conflicto).
2. **Empleo & calidad** del trabajo (pobreza: desempleo o subempleo; malas condiciones de trabajo, salarios bajos).
3. **Empoderamiento** (pobreza: actuar bajo presión u obligación, no poder ser uno mismo).
4. La posibilidad de **ir por la vida sin sufrir vergüenza** o humillación por ser pobre: (pobreza: estigma, humillación, exclusión, falta de dignidad, discriminación).
5. **Bienestar psicológico** y subjetivo: (privación: falta de significado en la vida, anomia, insatisfacción)

Criterios usados para escoger indicadores

- Los indicadores deben ser comparables internacionalmente.
- Los indicadores deben evaluar aspectos instrumentales así como también los valores intrínsecos de las dimensiones que proponemos.
- Los indicadores deben poder identificar cambios en cada dimensión a través de los años.
- Todos los indicadores propuestos deben haber sido probados con anterioridad y haber probado ser adecuados para su objetivo de medición.

Veamos 2 de las 5 dimensiones mencionadas:

Evolución de la tasa de Pobreza Total y Pobreza Extrema (%)



Fuente: ENAHO 2001-2009; Loayza (2004).

La pobreza es multidimensional (II)

Seguridad Física

- La violencia perpetrada por individuos, grupos, y agentes del estado dentro de límites de los países, ha desplazado a guerras entre naciones como el más grande impedimento a la seguridad humana en la era post-guerra fría.
- Este tipo de violencia destruye los logros del desarrollo en los campos de la educación, salud, empleo, generación de capital y provisión de infraestructura.
- La violencia es también un problema de salud pública, un problema de derechos humanos, un problema de la comunidad, y un problema para el estado y la comunidad internacional; impide la libertad humana de vivir seguro y bajo condiciones de seguridad, y puede mantener trampas de pobreza en muchas comunidades.

HETEROGENEIDAD DE LA POBREZA						
		Características del perfil				
Cultura		arquetipo	Inserción educativa	Inserción laboral	Actitud	Valor
C. D. E. C. E. N. C. I. A.	Del esfuerzo	Persona luchadora resignada	Educación media incompleta.	Trabajado por cuenta propia o de inserción laboral precaria o inestable.	resignación ante lo vivido	sacrificio
		Emprendedor	Educación media completa o nivelando estudios..	Trabajo dependiente con estabilidad o por autoempleo	proactividad y autocritica	esfuerzo personal
C.	De la dependencia	Persona deprimida desganada	Educación media incompleta.	Inactividad	Conformista	
		Clientelista		Desocupación o con inserción precaria	individualista y aprovechador	
P. O. B. R. E. Z. A.	(De la exclusión)	En situación de calle o mendicidad	Analfabetismo o desescolarización	Inactividad		
	(Contra-cultural)	Delincuencial	Sin estudios	No busca emplearse	Cómoda (seguir el camino fácil)	Sobrevivencia
		Ex delincuencial		desempleo sin oportunidad	pesimista y sin visión de futuro	(aspiración de integración)
		Migrante		Empleo precario e informal	Resignada, trabajadora	

- Uno de los mayores problemas para prevenir la violencia, implementar ayudas humanitarias a crisis generadas por humanos, e implementar estrategias de largo aliento para superar problemas estructurales que producen violencia, es la falta de datos confiables en la incidencia, la forma, la frecuencia, el contexto, las percepciones, y los caminos por los cuales la violencia vuelve a surgir.
- Existe una falta casi absoluta de datos comparables entre países, así como entre contextos históricos y socioeconómicos diversos.
- El "Reporte Mundial sobre la Violencia y la Salud" muestra que la violencia auto infligida, interpersonal, y colectiva mata a más de 1.6 millones de personas cada año (TB mata a 1.7 millones; SIDA a 2.8 millones en el mundo en el año 2005).

Empleo y formas de ganarse la vida

- El empleo no es dimensión nueva en análisis del bienestar de personas pero no suele ser considerada en la profundidad que merece, en estudios de desarrollo humano y en las políticas de reducción de la pobreza.
- El empleo puede proveer un sentimiento de auto respeto y plenitud en la persona.
- Cualquier agenda de desarrollo económico y menor pobreza necesariamente incluirá un análisis de la situación del mercado laboral y formas de mejorarlo.

- OPHI propone indicadores que complementen a los indicadores tradicionales para permitir mejor información tanto de cantidad como de calidad del empleo (complementos a los indicadores de la OIT).

El enfoque tradicional de indicadores (IN) del mercado laboral tiene

dos debilidades principales:

- La mayoría de estos IN no son tan relevantes para países en desarrollo como Por ende, no proporcionan información adecuada de mercados laborales en esos países. La mayoría de los pobres trabaja en actividades informales (entre 50 y 80 % del empleo en actividades no relacionadas con la agricultura es informal).
- Las encuestas que recolectan datos en empleo no incluyen preguntas extensivas sobre hogares y miembros. Así, se suele tener: o información detallada sobre las condiciones laborales del individuo (pero sin mucha información sobre las características del hogar), o información detallada del hogar pero con poca información sobre las condiciones laborales del individuo.

Queda buen trabajo para los gobiernos, a diferentes niveles, y la sociedad civil. A regodearse menos.

Asociación público privada, economía y salud (I)

Para que haya avances significativos en la salud de todos, los gobiernos y organizaciones con y sin fines de lucro necesitan encontrar una forma de estimular soluciones innovadoras y revolucionarias no sólo para tratar las enfermedades existentes, sino también para mejorar la prestación de servicios de salud.

Formas innovadoras

Los profesionales de salud que trabajan en países en desarrollo están descubriendo formas innovadoras de usar la tecnología y aumentar la eficiencia del personal disponible.

En algunas áreas, por ejemplo, los trabajadores del campo están usando cámaras del móvil para fotografiar pacientes con determinadas enfermedades enviando a continuación las fotos a médicos mejor preparados en busca de consejo para el tratamiento de salud más adecuado.

"Los pobres tal vez no tengan TV u ordenador, pero tienen teléfono móvil. Necesitamos usar la tecnología de formas nuevas, para que podamos difundir el conocimiento de aquellos profesionales cuyo preparación fue costosa con el objetivo de que puedan servir a las poblaciones en áreas remotas". (M. Muecke, UP 2009)

Mercado de seguros y economía

Mientras las economías emergentes como India y China continúen promoviendo el crecimiento de

Hay grandes problemas, como contaminación, superpoblación y agotamiento de recursos, que afectan a todo el planeta. Cuando falta lo básico para personas, alimentos y agua, es muy probable que padezcan problemas de salud,

una clase media activa, la demanda de salud crecerá rápidamente, mucha gente, en las naciones en desarrollo, compromete parte significativa de su modesta renta en los servicios de salud.

Con eso, será posible desarrollar mercados de seguro privado, lo que reduciría el riesgo de ruina financiera si un miembro de la familia enferma seriamente (M. Pauly, Wharton)

Algunos países, inclusive China, tienen formas limita-

das de seguro gestionadas por el Gobierno, sin embargo es posible que un mercado privado evolucione en los países pobres donde las familias, actualmente, ahorran el máximo posible para protegerse de enfermedades o accidentes que exijan tratamientos costosos.

Si China fuera capaz de crear una red

De seguridad social que protegiera sus ciudadanos del riesgo de enfermedades o de un imprevisto que

Desarrollo social: las preocupaciones de carácter no económico, como la alfabetización y los derechos de la mujer, pueden ayudar a crear los cimientos para los sistemas de salud basados en la comunidad incluso con recursos financieros limitados.

exigiera el consumo total de ahorros realizados para la jubilación, el país estaría en condiciones de soportar un mercado de consumo más pujante.

El crecimiento del gasto del consumidor, por su parte, podría dinamizar la economía china y hacerla menos dependiente de los mercados de exportación. Al mismo tiempo, propiciaría también la creación de nuevos canales para los productos occidentales incentivando el crecimiento económico en todo el mundo

Bastan cerca de 10.000 suscriptores

Para que se tenga un conjunto factible de asegurados, principalmente en el área de la salud, ya que los recursos científicos que permiten prever el número de personas que enfermarán un determinado año están bien desarrollados.

"El problema del seguro es que la prima de riesgo es modesta en comparación con lo que una persona pagaría si ella, o un miembro de la familia, enfermara gravemente" (M. Pauly).

Los proyectos de salud de escala mundial

En el mundo en desarrollo están siempre buscando nuevos medios que permitan la mejor utilización posible de la tecnología y de los proveedores de salud de que disponen.

Asociación público privada, economía y salud (II)

Asociaciones público-privadas (APP)

Muchas de las ideas que buscan lidiar con los problemas de salud a escala global, son fruto de APP. El esfuerzo para curar la tuberculosis, malaria y otras enfermedades infecciosas que matan a millones de personas en el mundo en desarrollo exige un mecanismo que provoque, al mismo tiempo, un movimiento de acción y reacción que involucre al sector privado en soluciones sostenibles.

Gobiernos y fundaciones pueden contribuir financieramente a impulsar descubrimientos y proyectos de medicamentos o vacunas para el tratamiento de enfermedades en el mundo en desarrollo que las empresas farmacéuticas o los centros académicos tienden a ignorar

Pero las empresas necesitan la garantía de que serán recompensadas si descubren la cura o el tratamiento eficaz de una determinada enfermedad. "El dinero para eso es poco para financiar íntegramente el desarrollo de medicamentos o vacunas". "Es preciso que haya otros incentivos además de esos". (S. Sammut, Wharton)

El estímulo puede provenir de varias APP

Que recogen nuevas formas de crear mercados visibles para productos y servicios innovadores en el área de salud. Un ejemplo son las Asociaciones de Desarrollo del Producto, organizaciones sin fines de lucro de investigación y desarrollo virtual cuyo objetivo es acelerar la introducción de nuevos productos por medio de una cartera de asociaciones que involucre a la industria y los centros académicos.

Otra idea: los compromisos avanzados de mercado

Que crea un mercado garantizado para las compañías del sector privado que descubran nuevos medicamentos o nuevos tratamientos para una necesidad que aún no ha sido atendida.

"El concepto general consiste en atender al llamado fallo de mercado con fondos para el desarrollo", "La industria farmacéutica continúa responsabilizándose del descubrimiento y el desarrollo, pero sabe que, al final, habrá un mercado" (S. Sammut)

Otra forma de involucrar al sector privado

En el desarrollo de productos para los países en desarrollo son los Consorcios de Propiedad Intelectual (IPPs). Los consorcios representan el acuerdo entre dos empresas, como mínimo, para el licenciamiento cruzado de patentes cuyo propósito es el descubrimiento de nuevos tratamientos más rápidamente.

La parte más difícil de la gestión del consorcio es la filtración del porfolio de tecnologías disponible. Otro obstáculo, es la posibilidad de problemas relacionados con el antimonopolio.

El licenciamiento de productos patentados

Para producción de fabricantes de productos genéricos de bajo coste también es otra forma que tienen las empresas de ayudar a resolver los problemas de salud en todo el mundo, sin con eso dejar de obtener beneficios.

Los gobiernos de algunos países han iniciado el licenciamiento obligatorio de productos para problemas graves de salud, caso del VIH/SIDA, que se sobreponen a reglas internacionales de comercio para la protección de la propiedad intelectual.

Hay también la idea del licenciamiento voluntario, que permitiría a la empresa que asume el riesgo del desarrollo a asociarse con una empresa de genéricos y retener parte del negocio. Aunque el genérico

Los nuevos modelos de APP no son contruidos necesariamente de modo evolutivo. Representan alternativas que pueden ser adecuadas a condiciones específicas del país o dentro de las empresas. Diferentes aspectos del desafío mundial a la salud pública, podrán beneficiarse de la creatividad de cada una de esas ideas

sea vendido por un precio inferior a lo que la compañía farmacéutica cobraría por un producto de marca en los mercados maduros, el licenciamiento voluntario generará más ventas que si el producto no fuera vendido en los países en desarrollo.

Próximo artículo: El valor monetario de la vida humana y reforma sanitaria

ECONOMÍA PERUANA

PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS

	2009	2010	2011	2012	2013
PRECIOS Y TIPO DE CAMBIO					
Inflación					
Acumulada (Variación porcentual)	0,2	2,5	2,0	2,0	2,0
Promedio (Variación porcentual)	2,9	1,6	2,0	2,0	2,0
Tipo de cambio					
Promedio (Nuevos soles por US dólar)	3,01	2,85	2,85	2,80	2,80
Depreciación (Variación porcentual)	2,9	-5,3	-0,1	-1,8	0,0
PRODUCCIÓN					
Producto Bruto Interno (Miles de millones de nuevos soles)	381,7	409,4	438,7	472,3	510,4
Producto Bruto Interno (Variación porcentual real)	0,9	5,5	5,0	5,5	6,0
VAB no primario (Variación porcentual real)	0,8	5,9	5,4	5,8	6,2
Inversión bruta fija (Porcentaje del PBI)	23,0	24,4	25,1	26,1	27,2
Inversión privada (Porcentaje del PBI)	17,7	18,2	18,8	19,7	20,8
SECTOR EXTERNO					
Cuenta Corriente (Porcentaje del PBI)	0,2	-0,9	-1,8	-2,3	-2,9
Balanza comercial (Millones de US dólares)	5 873	6 303	4 221	2 098	351
Exportaciones (Millones de US dólares)	26 885	31 571	33 264	35 866	39 554
Importaciones (Millones de US dólares)	-21 011	-25 268	-29 043	-33 769	-39 203
SECTOR PÚBLICO NO FINANCIERO					
Presión tributaria (Porcentaje del PBI)	13,8	14,9	15,0	15,3	15,5
Resultado primario (Porcentaje del PBI)	-0,6	-0,3	0,3	0,8	1,6
Resultado económico (Porcentaje del PBI)	-1,9	-1,6	-1,0	-0,4	0,4
Resultado económico con CRPAOs (Porcentaje del PBI)	-2,2	-1,7	-1,0	-0,4	0,4
Financiamiento neto del resultado económico (Millones de US dólares)	2 789	2 472	1 580	750	-727
Amortización	2 399	3 547	1 597	1 771	1 531
Requerimiento bruto de financiamiento	5 189	6 019	3 177	2 521	804
Externo	3 280	3 612	2 109	1 200	814
Interno	1 908	2 407	1 068	1 321	-10
SALDO DE DEUDA PÚBLICA					
Externa (Porcentaje del PBI)	16,2	14,6	14,3	13,0	11,8
Interna (Porcentaje del PBI)	10,3	10,0	9,6	9,2	8,8
Total (Porcentaje del PBI)	26,5	24,6	23,9	22,2	20,6

Fuente: "Marco Macroeconómico Multianual 2011-2013" (página 81); Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), Perú Mayo 2010



INSTITUTO DE ECONOMÍA Y EMPRESA
www.iee.edu.pe

FORMACIÓN INTEGRAL A NIVEL DE POST GRADO

GESTION PARA MYPES COMPETITIVAS

(Modalidad semipresencial)

INSTITUTO DE ECONOMÍA Y
EMPRESA

Consultoría y asesoría
Desarrollo de capacidades
Publicaciones especializadas

I. DIRIGIDO A

A empresarios mype actuales y potenciales, profesionales, técnicos y demás personas que deseen fortalecer y/o consolidar su posicionamiento en el mercado empresarial y/o laboral, tanto interno como externo.

II. OBJETIVO

Proporcionar competencias con estándares internacionales de aspectos clave de la temática empresarial, con material actual y de relevancia Para mercados interno y externo, y con facilitadores competentes en la materia.

III. METODOLOGÍA

- Aplicación del proceso EAU (enseñanza-aprendizaje-utilidad), con enfoque de "aprender haciendo". Se desarrollarán casos prácticos y puntuales de diversos aspectos empresariales considerados en el temario.
- Dentro del proceso de e-learning, se incluye videoconferencias de una hora todos los domingos, y para la culminación de dicho proceso habrá un taller intensivo de 01 día en Lima, con presencia física de dos facilitadores.
- Los participantes presentarán un trabajo práctico, que haga la diferencia entre la participación y aprobación del diplomado, además de evaluaciones mensuales.

IV. ESTRUCTURA DE TEMAS

Módulo I

Competitividad empresarial y Desarrollo territorial

- Entorno sectorial y entorno territorial de la empresa.
- Cadenas productivas y cadena de valor
- Empresas, instituciones, organizaciones y redes.
- Cambio tecnológico e incorporación de innovaciones.
- Factores impulsores de la productividad y la competitividad.
- Competitividad, ventajas competitivas y adquisición de competencias

Módulo II

Planificación de los negocios

A. Hay que planificar los negocios

- Por qué y cómo hay que planificar los negocios
- Planificación cuando la empresa está en marcha
- Planificación cuando la empresa es nueva
- Esquema de la planificación del negocio

B. Dinámica de la planeación de negocios y el entorno empresarial

- El macroentorno. El marco PESTEL
- Industria y sector. Esquema de análisis
- Competidores y los mercados. Segmentación de mercado.
- Comprensión de los deseos y necesidades de los clientes: Insatisfactores, satisfactores y excitadores/encantadores; y, atributos de búsqueda, experiencia y credibilidad. Casos
- Prioridades competitivas. Costo, calidad, tiempo, flexibilidad e innovación. Casos.
- Cómo realizar un sondeo de mercado. Casos mercados regional, nacional e internacional
- Cómo formular un (sencillo pero) coherente plan estratégico empresarial: visión, misión, objetivos estratégicos; estrategias del negocio y fuentes de ventaja competitiva.

Módulo III

Dirección empresarial y recursos humanos

A. Dirección empresarial y estrategias

- Decisiones y niveles de estrategia (corporativa, negocio y operativa)
- Dirección estratégica: comprensión de la posición estratégica; elecciones estratégicas para el futuro; y, conversión de la estrategia en acción.
- Los prismas de la estrategia: del diseño, de la experiencia; y, de las ideas.

B. Desarrollo de la estrategia

- Las dos perspectivas del desarrollo de la estrategia
- La capacidad estratégica. Diagnóstico
- Gestión de los recursos.

C. Recursos humanos

- Proyectos, gerentes y equipos que funcionan bien
- Estrategias de reclutamiento, selección y contratación de personal.
- Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal
- Estrategias de motivación y desarrollo del personal
- Políticas de remuneraciones y compensaciones
- Recursos humanos para la competitividad

Módulo IV Plan de marketing

- La investigación de mercado en mercados nacionales e internacionales:
- Objetivos del marketing. Las ventas y otros
- El proceso del plan de marketing. Del sondeo de mercado a la mezcla de marketing
- La Mezcla de marketing (MM) para bienes y la MM para servicios
- Desarrollo del mix comercial (las 4 p)
- Estrategia de servicio al cliente o postventa.
- Estrategia de posicionamiento.

Módulo V Plan de operaciones

- Cadenas de valor y suministro. Valor y propuesta de valor
- Medición de desempeño en las operaciones
- Tecnología y administración de operaciones.
- Diseño de bienes y servicios.
- Selección, diseño y análisis del proceso.
- Diseño de instalaciones y trabajo
- Diseño de la cadena de suministro;
- Administración de la capacidad.
- Administración de inventarios
- Administración de la calidad.

Módulo VII Plan financiero

- Historia financiera de la empresa
- Datos, supuestos y políticas económicas y financieras.
- Plan de ventas. Fuentes externas e internas
- Planificación financiera: de efectivo (el corto plazo) y de utilidades (estados financieros proyectados). Casos de aplicación
- Análisis de costos
- Punto de equilibrio de la nueva unidad de negocio
- Adquisición de materiales e insumos para la producción
- Inversión inicial
- Capital de trabajo. Forma de determinarlo
- Fuentes de financiamiento, interna y externas
- Proyección de flujo de caja y análisis de rentabilidad
- Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa
- Balance General proyectado de la empresa en su conjunto
- Análisis de sensibilidad y riesgo de la unidad de negocio.

V. FACILITADOR (principal)

Francisco Huerta Benites.

Presidente del Instituto de Economía y Empresa y director de publicación especializada "A Z". Maestría Economía PUCP. Especialización en Finanzas (ESAN), y en Comercio exterior (Adex / Promperú / SIPPO; ICE / Onudi / Federexport; IICA). y en Evaluación de impacto en proyectos (Banco Mundial-SIEF). Ha laborado en proyectos PRA/CHI/USAID, Chemonics International/PDA/USAID, Amazon Conservation Association, y FIP, y en consultorías al BID, CTB, UE, y ACDI, a organizaciones empresariales y de desarrollo nacionales. Ha sido gerente regional de comercio exterior en proyecto del Banco Mundial-Mincetur y gerente del SIS. Actualmente es coordinador en asistencia técnica empresarial de Ex-Change (Bélgica), desarrolla consultorías en regulación, estudios de mercado y planes estratégicos, y aplica seminarios y conferencias en negocios y desarrollo.

VI. INICIO, DURACIÓN E INSCRIPCIÓN

- Se iniciará el 04 de julio del 2010, y tendrá una duración de 6 meses. Información adicional e inscripciones desde el 25/Mayo en www.iee.edu.pe. También puede contactar a RPM *619230, RPM #874422; y, ggeneral@iee.edu.pe; institutoeconomia@iee.edu.pe

Eventos empresariales

1. Las mypes y el desarrollo territorial

A mediados de julio el Instituto de Economía y Empresa (IEE) desarrollará una conferencia sobre "Las mypes y el desarrollo territorial", la presentación estará a cargo de su presidente Francisco Huerta Benites. El evento se llevará a cabo en el auditorium de una organización gremial en Trujillo.

Como panelistas participarán representantes del gobierno regional, del gobierno local provincial, de la Cámara de Comercio, y de agremiación de mypes. El tema a presentar enfatizará de la necesidad de aplicar políticas concertadas e integrales para las mypes.



2. I diplomado integral en gestión de mypes competitivas

De acuerdo a nuestro programa de desarrollo de competencias y lo anunciado en anteriores ediciones, el 04 de Julio se iniciará I diplomado en "Cómo gestionar una pyme competitiva". modalidad semipresencial (a distancia+ videoconferencias + taller final presencial). El citado diplomado, con duración de seis meses, tendrá una combinación adecuada de conceptos y aplicaciones empresariales de manera integral y compacta.

Como se muestra en pág. 9, como parte del trabajo académico, los participantes, con apoyo del facilitado (res), elaborarán un trabajo aplicado sobre un aspecto relevante del quehacer empresarial. El diplomado está dirigido a empresarios de la mype, profesionales y técnicos que deseen actualizar y/o cimentar conocimientos en el tema.



IEE: "Contribuyendo al éxito con tecnología"

3. Estudios de mercado nacional e internacional

El Instituto de Economía y Empresa (IEE) ofrece a empresarios actuales y potenciales, el desarrollo de "estudios de mercado" para ámbitos nacional e internacional, en caso de éste último, para diversos países y productos que se requiera: $Ox = f(Dx)$

El servicios también considera, de ser el caso, sugerir qué productos y/o a qué países y/o bajo qué formas, se puede exportar e importar de manera beneficiosa. Se puede concertar una cita a: C: (01) 996074455, rpm # 874422; institutoeconomia@iee.edu.pe



Se autoriza la reproducción del material, sólo citar la fuente

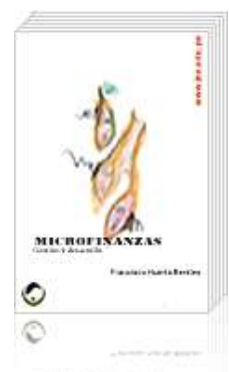


Instituto de Economía y Empresa S.A.C.

www.iee.edu.pe

Servicios a sectores privado y público en:

- * Consultoría y asesoría empresarial y en desarrollo.
- * Desarrollo de capacidades por competencias
- * Publicaciones y suplementos especializadas.
- * Elaboración de estudios sectoriales y estratégicos



Libro de "MICROFINANZAS"

Puede verlo en: www.iee.edu.pe

Solicitarlo: publicaciones@iee.edu.pe

Oficina principal en Trujillo: Las Pomarrosas 329-333 Urb. el Golf -
044- 280932

RPM Mov.: #874422 / *619230 / (01) 996074455 - Claro: (01) 997238763 ; (044) 949194238
institutoeconomia@iee.edu.pe, ggeneral@iee.edu.pe, institutoeconomia@yahoo.com