Instituto de Economía y Empresa S.A.C.

A-Z

DIRECTOR: Francisco Huerta Benites

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

Volumen 05 nº 97

Período de Publicación
01.11.2013 - 31.11.2013

www.iee.edu.pe

Índice 01

Seguridad Ciudadana. Modelos a considerar	02, 03,
Eficacia de políticas públicas en Seguridad	04,05
Hacer las cosas correctas y hacerlas correctamente	06
Políticas industriales, ¿horizontales o verticales?	07
¿Cómo seducir a los indecisos?	08
Discurso de ventas en sociedad de vendedores	09
Facilidad para hacer negocios en el mundo	10
Promoviendo las inversiones público-privadas	11
Gerencia pública para el desarrollo (competencias)	12

Libro de "MICROFINANZAS. Gestión y Desarrollo", puede verlo en: www.iee.edu.pe

La Inseguridad ciudadana. Un modelo a considerar (I)

Sobre evidencia empírica de inseguridad ciudadana en el Perú y exterior, nos hemos referido en ediciones previas. Ahora veremos un modelo de cinco teorías criminológicas contemporáneas (Documento de trabajo BID # IDB-WP-381, dic. 2012).

El modelo y las cinco teorías

Se tiene cinco teorías de inseguridad y miedo al delito: incivilidad; victimización; vulnerabilidad física; vulnerabilidad social; y redes sociales (véase, gráfico 1).

Gráfico1. Teorías sobre la inseguridad y el miedo al crimen

1. Teoría de la incivilidad

La población residente en áreas con señales de desorden social y/o deterioro físico reportarán mayores niveles de sensación de inseguridad.

El *mecanismo causal* que opera en este caso es que tales señales de incivilidad o de desorden social *proyectan una situación generalizada y generalizable de falta de control, bajos niveles de cohesión social y descuido político*, lo que a su vez provoca una mayor sensación de vulnerabilidad frente al delito, y finalmente se traduce en una mayor sensación de inseguridad.

Entre señales o indicadores de incivilidad que se han considerado y que se han correlacionado con los niveles de inseguridad, se pueden citar:

- Las condiciones físicas de zona (grafiti, aceras sucias, edificios abandonados y/o con ventanas rotas, viviendas vacantes o en mal estado, etc.).
- La presencia de comportamientos antisociales y/o delictivos (prostitución, ingestión de alcohol en calle, consumo y venta de drogas, etc.).
- El cambio poblacional rápido, tanto en número como en composición socioeconómica y étnica.
- La reputación de “barrio duro” que puede tener una zona en su ciudad respectiva.

2. Teoría de la victimización

Las víctimas de un delito sufren de mayores niveles de inseguridad frente a aquellos que no han tenido tal experiencia de victimización. Puede ser de dos tipos: directa o indirecta. La victimización directa es aquella sufrida por persona en cuestión y la indirecta es aquella que se sufre por conducto de lo sucedido a conocidos.

El *mecanismo causal* de esta teoría consiste en la idea de que *la experiencia de la victimización conlleva efectos psicológicos y/o materiales duraderos,* aumentando la proclividad individual a sentirse más inseguro, frente a la circunstancia contraria de la no-victimización. (véase gráfico 2)

Aplicaciones del modelo

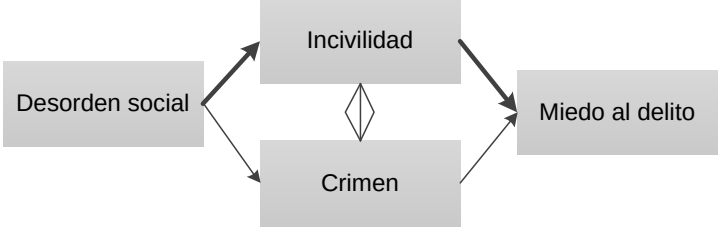
Los resultados del análisis estadístico, aplicados a México, mostraron que los determinantes que incrementaron significativamente la sensación de inseguridad fueron:

- Las señales locales de incivilidad, definidas como la presencia de comportamientos antisociales (riñas entre vecinos, consumo de alcohol en la calle, pandillas o bandas).

La Inseguridad ciudadana. Un modelo a considerar (II)

- La cooperación entre vecinos para protegerse de la delincuencia.
- La baja confianza en la policía local.
- El estatus de haber sido víctima directa y/o indirecta del delito.
- El sexo femenino del encuestado.

Gráfico2. Teoría de la incivilidad: mecanismos causales



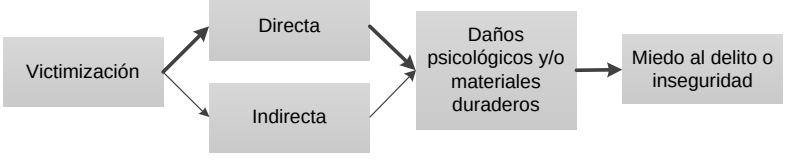
Partiendo de la idea

De que las soluciones a todo problema se hallan en la prevención antes de que surja, o bien en sus determinantes si el problema ya está presente, los hallazgos de estudio indican la realización prioritaria de siguientes acciones:

a. La definición de políticas de percepción de inseguridad (o miedo al crimen) junto con las políticas tradicionales de control de crimen. En detalle:

- La dirección y conducción apaciguadora e inteligente (en oposición a opresiva) de acciones policiacas contra la incivilidad y el desorden en ámbito local o vecinal (p. ej. consumo de alcohol en la calle, pandillas o bandas, riñas entre vecinos, etc.).

Gráfico2. Teoría de la victimización: mecanismos causales



Se debe buscar la preparación de una policía de proximidad o de comunidad con un perfil más mediador del conflicto social local que de control y fuerza, sin perder de vista la necesidad potencial de esta función como último recurso.

- La implementación de un programa específico de mejoramiento de imagen pública de la policía municipal, basado en la difusión de comportamientos ejemplares, los que efectivamente existen pero no se publicitan. Es indispensable incrementar la confianza de la población en las policías locales.
- La implementación de canales de comunicación obligatorios entre policía y ciudadanía en ámbito local o vecinal.

Esto implica el reporte continuo del estado de la seguridad en la zona junto con las acciones implementadas por la policía en el ámbito local. Lo anterior debe reglamentarse y no depender de la voluntad de las autoridades de turno ni de la iniciativa o liderazgo espontáneo de la sociedad civil.

- Todo lo anterior debe realizarse especialmente, pero no únicamente, en las colonias y las unidades habitacionales con altas proporciones de población con una baja escolaridad.

b. Atención psicológica prolongada, voluntaria y gratuita, tanto a víctimas di-rectas del delito como a indirectas (p. ej. familiares de aquellas). Esto debe realizarse en especial en caso de delitos con algún grado de violencia física, delitos sexuales y cuando la víctima directa es menor de edad.

Esto puede tener efectos positivos en recuperación de sensación de seguridad frente al delito de una forma rápida y efectiva, e idealmente permanente.

La inseguridad hay que verla en un marco integral ¡Aprendamos de otros! ¬

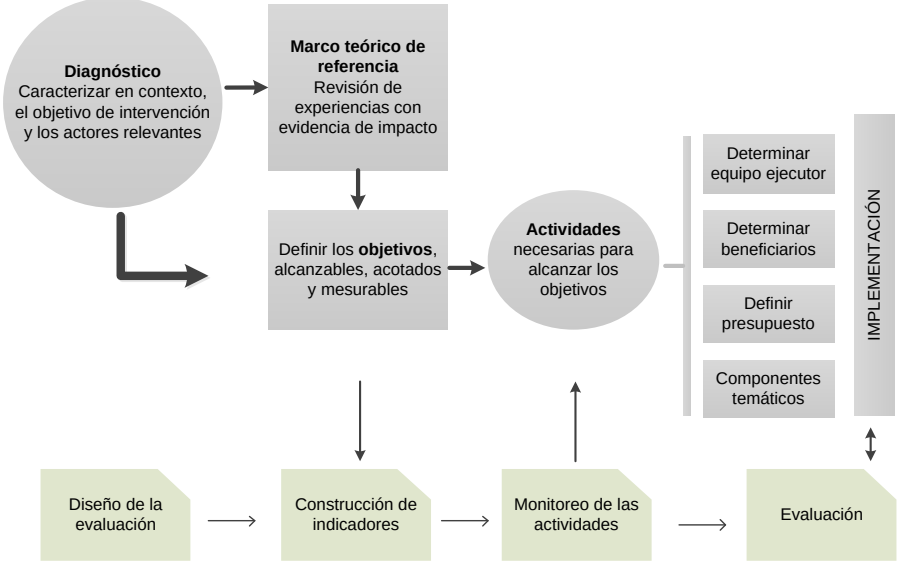
Eficacia de políticas públicas en seguridad (I)

La inseguridad ciudadana constituye principal preocupación en el Perú y AL, los ciudadanos se sienten acosados por el delito común: homicidios, agresiones, secuestros, extorsión, y violencia doméstica.

El desarrollo de programas

Con impacto sobre la violencia puede beneficiarse de existencia de base de información, pero para la ejecución de programas se requiere realizar un camino propio que incluye desarrollar información clave para diagnosticar problemas locales, construir y seguir bien la ejecución de programas, y, evaluar su impacto vía metodologías que proporcionen evidencia que justifique su réplica. (BID, IDB–DP-245, nov. 2012)

Etapas para el diseño de un programa o proyecto de intervención



Problemas en proyectos de intervención

- No se justifican los objetivos ni las acciones con alusión a teorías criminológicas.
- No se levanta información específica que permita focalizar intervención en grupos/ áreas definidas.
- Definen problemas delictivos de forma genérica.
- Las respuestas planteadas para problemas descritos son muy similares entre sí: abundan los talleres, y las iniciativas de sensibilización.

Avances registrados en AL (BID 2012)

La aplicación de metodologías científicas al ámbito de la violencia y el delito ha permitido generar conocimiento, integrarlo, diseminarlo y ha contribuido a su aplicación posterior.

- Existe progreso en identificación de factores de riesgo a nivel individual, de relaciones sociales, de la comunidad y de la sociedad.
- Se han diseñado y aplicado diversas intervenciones que responden a una gran cantidad de expresiones de la violencia.
- Creciente uso del sistema de justicia con fines de control y prevención del delito.
- Diversificación de los usos del sistema sancionatorio, el que no sólo cumple fines de disuasión, sino que crea oportunidades para la rehabilitación y el tratamiento terapéutico.

Proyectos de intervención con probada eficacia

- Prevención social del delito.
- Prevención situacional del delito.
- Actividades preventivas de la policía.
- Actividades de control del delito que realiza el sistema de justicia penal.
- Acciones e intervenciones que realiza el sistema penitenciario.

Eficacia de políticas públicas en seguridad (II)

Desarrollo de proyectos efectivos en S.C.

Cualquier proyecto o intervención requerirá de realización de conjunto de acciones secuenciales e interrelacionadas, que una vez ejecutadas deben estar abiertas a constante revisión, que permita efectivamente lograr los objetivos propuestos. Lo central del proceso consiste en construir un diseño riguroso basado en evidencia seria y confiable.

Evaluación de proyectos de S.C.

- La *evaluación de diseño*, busca grado de coherencia entre definición del problema que será objeto de intervención, contexto de la intervención y organización interna del proyecto (objetivos, métodos, recursos).
- *Evaluación de procesos,* determina si implementación del proyecto ha avanzado conforme a objetivos y si procesos de trabajo que se realizan, permitirán entregar productos comprometidos y, alcanzar los efectos deseados.
- La *evaluación de impacto*, busca determinar si el proyecto ha producido los efectos deseados, descartando explicaciones alternativas.

Áreas de prevención del delito aplicadas en AL

- Prevención social, con énfasis en programas que se dirigen hacia la juventud en riesgo.
- Prevención situacional, que cubre principalmente intervenciones urbanas.
- Actividades disuasivas de policía, incluyen el patrullaje policial, y la investigación de delitos.
- Actividades del sistema de justicia penal que tienen efectos disuasivos y preventivos.
- Fortalecimiento sistema penitenciario en sus diversas funciones, incluyendo las de reinserción.
- Fortalecimiento institucional dirigido a mejorar la efectividad con que se ejecutan los programas.

La debilidad de la gobernabilidad democrática constituye un terreno abonado para un aumento del delito y la violencia

- Un Estado vulnerable crea vacíos que se convierten en terreno abonado para la violencia.
- Los niveles de baja confianza en la policía y el sistema judicial influyen en la percepción de la inseguridad y la cohesión social.
- La corrupción y el crimen organizados erosionan la legitimidad del Estado y su capacidad para ejercer sus funciones.
- La eficacia de las políticas está limitada por la falta de un enfoque global.
- La falta de definición de responsabilidades claras y una escasa coordinación entre los gobiernos central y local limitan el potencial del éxito.
- Los bajos niveles de especialización de los funcionarios públicos influyen en la calidad de las políticas.
- La escasa información y los instrumentos obsoletos de análisis y de gestión impiden un buen diagnóstico, ejecución y realimentación de las políticas.
- La debilidad del sistema de justicia penal agrava los riesgos.

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo, 2012

Experiencias y enfoques

- Programas multisectoriales que buscan dar respuesta integral a violencia y delito se expanden con rapidez.
- Multiplicación intervenciones en áreas que concentran altos niveles de criminalidad.
- Se da importancia significativa a participación de la comunidad organizada.
- Adaptación de experiencias exitosas de prevención del delito a realidad.
- Existen iniciativas (BID y de otras) que buscan fortalecer la gestión de proyectos preventivos.

Debilidad del Estado y S.C.

Existe consenso que políticas efectivas en materia de seguridad ciudadana *requieren de instituciones estables, durables, que cuenten con capacidad para aplicar la ley y para cumplir funciones que les son propias,* ejemplo, entregar servicios a población afectada por violencia. Como mínimo, el Estado debe contar con la capacidad para controlar el territorio a través de instituciones efectivas. ¬

Hacer las cosas correctas y hacerlas correctamente

Uno de los mayores déficit del Perú es en la calidad de la gobernabilidad, ésta se mide por la capacidad de implementar bien las acciones del Estado.

Hacer las cosas correctas

Es solo un aspecto de la encrucijada en que se halla el país. El otro es hacerlas correctamente. Lo primero responde al "qué" necesita el país para alcanzar el desarrollo (en el amplio sentido de la palabra). Lo segundo se refiere al "cómo" lograrlo, y en el mundo actual (especialmente en sector público), la ejecución es mucho más compleja que la definición de la estrategia.

La calidad de la gobernabilidad

Se mide por la capacidad de ejecutar de manera eficaz y eficiente las acciones del Estado. Es ahí donde hemos acumulado un déficit, que el gobierno en sus diferentes niveles sí o sí debe abordar.

La modernización del Estado durante el actual Gobierno, y anteriores, se ha focalizado en la eficiencia en la provisión de determinados servicios, como una mejor atención a los usuarios. Sin embargo, en la solidez institucional (que es lo relevante para la gobernabilidad del país) los avances han sido modestos. Por esta razón, una agenda para reforzar las capacidades del Estado requiere concentrarse en cuatro áreas que deben operar simultáneamente (Ob. cit.).

El efecto de las políticas públicas va mucho más allá de los recursos que moviliza el Estado. La mayoría de las actividades de las personas y empresas está regulada; muchas políticas solo logran su objetivo cuando generan una determinada reacción en el sector privado, la que depende de la confianza y la credibilidad; la infraestructura pública tiene un efecto multiplicador en la inversión privada; el clima de confianza en la economía y en la sociedad es un activo que beneficia el progreso y la calidad de vida de todos. (J. Marshal, E&N, julio 2013).

En definitiva, el Estado es un actor crítico para enfrentar el desafío de un desarrollo integral.

Cuatro áreas para reforzar al Estado

- Restablecer el *diálogo* entre Estado y actores sociales. La ejecución efectiva de políticas públicas requiere conducir a la sociedad hacia los objetivos de bien común, que son las aspiraciones compartidas en un horizonte de mediano plazo (mayor a un período presidencial).
- Dotar a las políticas públicas de *evidencia sobre su eficiencia y efectividad,* que genere confianza y credibilidad. Esto significa exigencias en el diseño ex ante; el seguimiento y evaluación comprensiva de resultados.
- Mejorar la coordinación dentro del Estado, porque las políticas actuales operan a través de redes. El Gobierno ya no se parece a una organización con muchas subsidiarias, que en lo fundamental trabajan aisladamente, sino a un conglomerado unido por una visión y un propósito común. Las transformaciones más ambiciosas requieren de un trabajo transversal entre los ministerios y los distintos organismos.
- Detener el gradual retroceso en la *profesionalización* del sector público. Cada vez son más los profesionales que trabajan en el Estado a plazo fijo (máximo un año), que son renovados a voluntad de la autoridad política. Hay medidas pero hay que aplicarlas. ¬

Políticas industriales, ¿horizontales o verticales?

El gobierno peruano (PRODUCE) señala que, en coordinación con el sector privado (SNI, otros), están trabajando en Plan de Desarrollo Industrial, el cual sería presentado a fines del 2013.

A lo largo de historia hay sectores que lideran

Por un tiempo el desarrollo económico de países, casos ferrocarriles durante siglo 19 e informática, desde fines del siglo 20 (EE.UU.), son industrias de alto crecimiento que empujan el desarrollo de sectores que les proveen insumos o que demandan sus servicios o productos. Tienen externalidades positivas, porque generan demandas por empleo, infraestructura e innovación y desarrollo (I&D).

Por lo tanto, ¿No deberían el gobierno descubrir temprano y luego fomentar el desarrollo de las industrias o de los sectores que tienen potencial futuro de crecimiento, con externalidades positivas para otros sectores? En el Perú, ¿no deberíamos apoyar el desarrollo de un Silicon Valley y/o fomentar el desarrollo de clusters de empresas en torno a la minería, la acuicultura o la agroindustria?

Las respuestas a preguntas anteriores

Deberían ser positivas si se cumple que:

- Los gobiernos son mejores que privados para identificar sectores de gran potencial futuro de crecimiento,
- Los sectores elegidos tienen más externalidades positivas que los no elegidos, y,
- La selección gubernamental de los ganadores se realiza con plena independencia respecto de presiones de grupos de interés.

Pues bien, es muy difícil que se cumplan estas tres condiciones (K. Schimdt-H. E&N, sept. 2013).

Políticas verticales y horizontales

Hay países que han adoptado *políticas industriales* (PI) *verticales* (que discriminan entre industrias), en desmedro de *políticas horizontales* (de fomento productivo), las que apoyan el desarrollo de todos los sectores, sin discriminación, a través de la educación, la capacitación laboral, la inversión en capital público o I&D.

Incluye la formación de comités público-privados permanentes, por sectores, que analicen las trabas al desarrollo de cada sector, evaluando y proponiendo medidas y políticas no discriminatorias de desarrollo productivo.

¿Cuál ha sido el resultado de estas PI verticales o discriminatorias?

Discriminar a favor de ciertos sectores o industrias es bueno para dichos sectores, pero malo para el resto. Genera distorsiones y, típicamente, menor crecimiento. Por ejemplo, subsidiar a la minería o la agroindustria perjudica por partida doble la competitividad de los sectores productivos no merecedores, como el metalmecánico o el textil: sus impuestos aumentan y el sol peruano se aprecia.

En Perú se requiere hacer buen análisis

Para aplicar PI discriminatorias como los clusters Debería avanzarse más en un fuerte rol del Estado en PI horizontales, que beneficien a todos los sectores productivos, vía la inversión en educación, innovación y emprendimiento empresarial, I&D, infraestructura pública y capital social (véase recuadro). Aunque podría considerarse análisis de experiencia de países en donde funcionó un apoyo inicial a pioneros en industrias, removiendo los escollos clave.¬

¿Cómo seducir a los indecisos?

Según un antiguo dicho de marketing, el cliente no compra productos ni servicios; compra soluciones. Así, mientras más conoce la empresa a su clientela, mejor puede prever lo que sus clientes desean y necesitan para resolver sus problemas.

No debería ser muy difícil comprender

Al cliente que es leal a una empresa. A fin de cuentas, él usa con frecuencia sus productos y, aparentemente, está satisfecho con lo que la marca ofrece.

Pero entender los deseos, las necesidades y los problemas del no cliente, o del cliente ocasional (aquellos "electores indecisos" que no utilizan el producto de forma regular) es una tarea mucho más compleja.

Es siempre difícil para gerente saber con certeza si introducción de nuevo producto enfocado hacia un tipo diferente de cliente será una inversión que valga la pena, tanto por coste como esfuerzos necesarios para iniciativa. Muchas empresas conquistaron clientes nuevos recurriendo a experiencias de corta duración para sondear el ambiente antes de hacer lanzamiento a gran escala.

El primer principio para encontrar

Una nueva forma de crecimiento es salir en busca de los clientes que no están bien atendidos o son ignorados (D. Bell, Wharton, oct. 2013). La búsqueda de nuevos clientes requiere una profunda comprensión de sus deseos, actitudes y gustos.

Las empresas necesitan entender de forma precisa las fuerzas del mercado que están en juego para, a continuación, identificar lo que está faltando en su línea actual de productos y en qué puntos sería posible atraer un cliente nuevo. Al mismo tiempo, la empresa debe asegurarse de que el lanzamiento de un producto cuyo objetivo es atraer un nuevo cliente no interfiera en la atención de la clientela actual.

Encontrar un nuevo nicho

Salir en busca de una clientela nueva con un nuevo producto requiere un volumen enorme de investigación de mercado. Es preciso que las empresas se familiaricen con las necesidades de su clientela objetivo, sus problemas y su estructura psicológica.

Esas empresas deben estimar el tamaño y el valor de la base de clientes que están intentando atraer y calcular el esfuerzo que deben hacer, y cuanto costará, conquistarlos. "La 'ecuación del valor de vida del cliente' es fácil de calcular en la teoría, pero en la realidad es muy difícil".

Los líderes de empresas que estén buscando nuevos clientes deberían hacerse dos preguntas. "En 1er lugar, ¿hay posibilidad de crecimiento? En 2do lugar, ¿estoy en condiciones, tanto operativas como en lo que concierne a la marca, de aventurarme en esa nueva área?" (D. Bell).

El mayor error que las empresas cometen es gastar una montaña de dinero (que jamás recuperarán) en el intento de conquistar una clientela nueva.

Al proyectar un producto nuevo para un cliente nuevo, el liderazgo de la empresa necesita saber lo que la competencia está ofreciendo y cuáles son las lagunas del mercado. Las empresas deben prever el volumen de venta del nuevo producto, a qué precio será vendido y cuánta canibalización le causará en el portafolio existente. El nuevo producto tal vez requiera un canal de ventas diferente; tal vez exija también una nueva marca (submarcas) de fábrica. ¬

Discurso de ventas en sociedad de vendedores

Las personas creen que Internet está acabando con la venta intermediada ¿La disponibilidad generalizada de banda ancha de Internet y la introducción de aparatos como tabletas y smartphones han acabado con la necesidad de tener vendedores? ¿Por qué el consumidor necesitaría a alguien para venderle alguna cosa, o aclarar sus dudas sobre un producto o servicio, si él puede investigar, e incluso comprar, lo que le interesa con unos pocos clicks en un sitio web?" (D. Pink, “To sell is human”).

3 temas de ventas: sintonía, flotar y claridad

- ***Sintonía***. Es la idea según la cual, en ventas, es preciso comprender mejor a las personas. Se trata de dominar las perspectivas, añadió, es decir, de ser capaz de ir juntando las perspectivas que el cliente tiene de la venta.

Hace 20 años, si alguien iba a un concesionario Chevrolet, el vendedor sabía mucho más que el consumidor. Hoy, se espera que el consumidor sepa más sobre coches, y sobre el Chevy específicamente, que el vendedor del concesionario. Quizás sea miembro del Chevy Malibu Club, en cuya web encuentra críticas e informaciones sobre el coche que el vendedor del concesionario ni imaginaba que existieran.

- ***Saber flotar***. Quien trabaja en ventas, se enfrenta a una ola de rechazo. El secreto consiste en mantenerse por encima de la marea negativa.
- ***Claridad.*** Muestra lo importante que es contar con información adecuada antes de hacer una venta. Si usted es vendedor, y su cliente sabe cuál es su problema, probablemente él encontrará la solución solo. Así, es fundamental que el vendedor anticipe el problema del cliente y le proponga una solución. Se trata de identificar el problema, de percibir cuando el cliente no consigue identificar su problema o no sabe que tiene un problema. Es eso lo que convierte a alguien en un buen vendedor. Esa estrategia se puede aplicar a cualquier trabajo.

Personalidad para ventas

La idea tradicional es que el sujeto extrovertido es siempre un buen vendedor, mientras que para el introvertido es siempre más difícil vender. En cierta forma, eso es cierto, el extrovertido es mejor que el introvertido. Pero más importante que eso, sin embargo, es descubrir que el grupo más exitoso era el que estaba exactamente entre uno y otro, es decir, aquellas personas dotadas de mejores características de la personalidad introvertida y extrovertida.

Si tenemos los hechos a nuestro favor, la argumentación en forma de pregunta es de índole activa, mientras que afirmación es pasiva. Las personas tienen sus propias razones para concordar con usted y creerle. Todo correo electrónico es forma de argumentación, por eso es clave que frase del asunto esté muy bien formulada.

El mejor discurso de ventas

Actualmente, el mejor discurso es el de la palabra única, del patrimonio único, del dominio global de una única palabra en la mente del público. Cuando las personas pronuncian esa palabra, ellas tienen en mente sólo una cosa. Cuando piensan en esa cosa, pronuncian aquella palabra. El discurso de ascensor (breve discurso en se describe el producto) pertenece al siglo XX. ¬

FACILIDAD P HACER NEGOCIOS, D.B. 2013

Puesto	Economía	Reformas DB 2013	Puesto	Economía	Reformas DB 2013	Puesto	Economía	Reformas DB 2013
1	Singapur	0	63	Antigua y Barbuda	0	125	Honduras	0
2	Hong Kong RAE, China	0	64	Ghana	0	126	Bosnia y Herzegovina	2
3	Nueva Zelanda	1	65	República Checa	3	127	Etiopía	1
4	Estados Unidos	0	66	Bulgaria	1	128	Indonesia	1
5	Dinamarca	1	67	Azerbaiyán	0	129	Bangladesh	1
6	Noruega	2	68	Dominica	1	130	Brasil	1
7	Reino Unido	1	69	Trinidad y Tobago	2	131	Nigeria	0
8	Corea, Rep.	4	70	República Kirguisa	0	132	India	1
9	Georgia	6	71	Turquía	2	133	Camboya	1
10	Australia	1	72	Rumania	2	134	Tanzania	1
11	Finlandia	0	73	Italia	2	135	Ribera Occidental y Gaza	1
12	Malasia	2	74	Seychelles	0	136	Lesotho	2
13	Suecia	0	75	San Vicente y las Granadinas	0	137	Ucrania	3
14	Islandia	0	76	Mongolia	3	138	Filipinas	0
15	Irlanda	2	77	Bahamas	0	139	Ecuador	0
16	Taiwán, China	2	78	Grecia	3	140	Sierra Leona	2
17	Canadá	1	79	Brunei Darussalam	2	141	Tayikistán	1
18	Tailandia	2	80	Vanuatu	0	142	Madagascar	1
19	Mauricio	2	81	Sri Lanka	4	143	Sudán	0
20	Alemania	2	82	Kuwait	0	144	República Árabe de Siria	1
21	Estonia	0	83	Moldavia	2	145	Irán, Rep. Islámica	1
22	Arabia Saudita	2	84	Croacia	1	146	Mozambique	0
23	Macedonia, ERY	1	85	Albania	2	147	Gambia	0
24	Japón	1	86	Serbia	3	148	Bhután	0
25	Letonia	0	87	Namibia	1	149	Liberia	3
26	Emiratos Árabes Unidos	3	88	Barbados	0	150	Micronesia, EE. Feds.	0
27	Lituania	2	89	Uruguay	2	151	Malí	1
28	Suiza	0	90	Jamaica	2	152	Argelia	1
29	Austria	0	91	China	2	153	Burkina Faso	0
30	Portugal	3	92	Islas Salomón	0	154	Uzbekistán	4
31	Países Bajos	4	93	Guatemala	1	155	Bolivia	0
32	Armenia	2	94	Zambia	1	156	Togo	1
33	Bélgica	0	95	Maldivas	0	157	Malawi	1
34	Francia	0	96	Saint Kitts y Nevis	0	158	Comoras	2
35	Eslovenia	3	97	Marruecos	1	159	Burundi	4
36	Chipre	1	98	Kosovo	2	160	Santo Tomé y Príncipe	0
37	Chile	0	99	Viet Nam	1	161	Camerún	1
38	Israel	1	100	Granada	1	162	Guinea Ecuatorial	0
39	Sudáfrica	1	101	Islas Marshall	0	163	Lao RPD	3
40	Qatar	1	102	Malta	0	164	Suriname	0
41	Puerto Rico (EE.UU.)	1	103	Paraguay	0	165	Irak	0
42	Bahrein	0	104	Papua Nueva Guinea	0	166	Senegal	0
43	Perú	2	105	Belice	1	167	Mauritania	0
44	España	2	106	Jordania	0	168	Afganistán	0
45	Colombia	1	107	Pakistán	0	169	Timor-Leste	0
46	República Eslovaca	4	108	Nepal	0	170	Gabón	0
47	Omán	1	109	Egipto, Rep. Árabe	0	171	Djibouti	0
48	México	2	110	Costa Rica	4	172	Angola	1
49	Kazajstán	3	111	Palau	0	173	Zimbabwe	0
50	Túnez	0	112	Federación Rusa	2	174	Haití	0
51	Montenegro	2	113	El Salvador	1	175	Benin	4
52	Rwanda	2	114	Guyana	0	176	Níger	1
53	Santa Lucía	0	115	Líbano	0	177	Costa de Marfil	0
54	Hungría	3	116	República Dominicana	0	178	Guinea	3
55	Polonia	4	117	Kiribati	0	179	Guinea-Bissau	0
56	Luxemburgo	0	118	Yemen, Rep.	0	180	Venezuela, RB	0
57	Samoa	0	119	Nicaragua	0	181	Congo, Rep. Dem.	1
58	Belarús	2	120	Uganda	1	182	Eritrea	0
59	Botswana	1	121	Kenya	1	183	Congo, Rep.	2
60	Fiji	1	122	Cabo Verde	0	184	Chad	1
61	Panamá	3	123	Swazilandia	1	185	República Centroafricana	0
62	Tonga	0	124	Argentina	0			

Nota: las clasificaciones de todas las economías son válidas a fecha junio de 2012 y figuran en las tablas por países disponibles en el sitio web www.doingbusiness.org. Las clasificaciones de este año en facilidad de hacer negocios suponen el promedio de las clasificaciones por percentil de la economía en las diez áreas que se han tenido en cuenta para realizar la clasificación general de este año. En el número de reformas no se contabilizan las reformas que dificultan los negocios.

Fuente: base de datos de *Doing Business.*

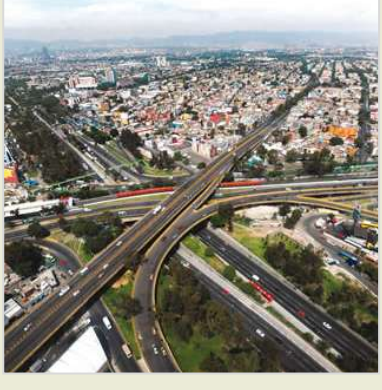
Fuente:: http://espanol.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2013

Consultoría y asesoría

. PROMOVIENDO INVERSIONES ASOCIADAS PARA EL DESARROLLO-PERÚ .

Sustentado en su expertise, el Instituto de Economía y Empresa (IEE) oferta al mercado de inversiones privado y público nacional:

1. Presentación y desarrollo del marco normativo de promoción de inversiones regionales (Ley 28059, D.S. 014-2004-PCM; D.L. 1012, D.L. 29830, y Ley 30056). Mecanismos para optimizar su aplicación.
2. Identificación de oportunidades de inversión (en app, ip y o*i), dentro del ciclo de proyectos de inversión en la zona de intervención.
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 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

1. PromPerú, Ruta Exportadora y planes de negocios

En octubre culminó en Trujillo los talleres para elaboración de 36 "planes de negocios de exportación", en el marco de la iniciativa de la Ruta Exportadora de PromPerú (PP), el evento estuvo a cargo de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) y del Instituto de Economía y Empresa (IEE). En la ilustración están parte de empresarios que participaron en el grupo del IEE, Nardy Mendoza (PP), Guillermo Cassinelli (SNI-LL), los consultores junior y el facilitador senior del IEE Francisco Huerta. El evento se llevó a cabo en el auditorio de CC. EE. de la Universidad Nacional de Trujillo (UNT). Se identificaron 8 mercados en el exterior, evidenciando buen potencial para la exportación de productos locales.

INSTITUTO DE ECONOMÍA Y EMPRESA S.A.C.

www.iee.edu.pe

-Desarrollo de competencias Gerenciales-

Educación Ejecutiva. Convenio UNT-IEE, Resolución de C.U. N° 0012-2012/UNT

DIPLOMADO INTEGRAL, 2da. edición: "GESTION PUBLICA PARA EL DESARROLLO" (modalidad On Line)

Objetivo: Mostrar de manera compacta, solvente e integral , aspectos conceptuales y prácticos para una gestión pública orientada al desarrollo, con un servicio eficiente y eficaz al servicio del ciudadano.

Dirigido a: Personal del sector público de gobiernos nacional y sub nacionales de niveles de decisión y/o que aspiran a asumir esas posiciones, así como a personas con actual y potencial relación con el sector público, y/o de interés relevante en el tema.

Sobre el egresado: Perfil gerencial con enfoque de desarrollo, con comprensión y aplicación de conceptos, herramientas e técnicas para toma de decisiones adecuadas.

Metodología. Sesiones participativas y de interacción programada. Materiales de lo más actual a nivel nacional e internacional.

Temario general (18 Sesiones)

Descentralización y modernización del Estado. Planificación en sector público. Competitividad regional y local. La gerencia pública. Desarrollo de habilidades directivas. Modelos y cultura organizacional. Gestión por procesos. Gestión de las finanzas públicas. Presupuesto, necesidades y promoción de inversiones. Gestión de programas y proyectos (I). Gestión de programas y proyectos (II) . Contrataciones públicas. Preparación y evaluación de PIP. Administración de proyectos (I). Administración de proyectos (II). Sistemas Integrados de Administración Financiera (SIAF). Control interno. Seguimiento y evaluación de resultados.

Fecha de inicio, frecuencia

La entrega de material será cada 15 días, con reuniones técnicas formales 01 a 02 veces al mes a través de la PC. Test mensual de comprensión. Cada entrega es para 3 sesiones del temario. Inicio: sábado 29 de Nov. del 2013, Fin: 28 Febrero 2014

Información para mayor detalle

En institutoeconomia@iee.edu.pe, ggeneral@iee.edu.pe; #874422 - *619230 - 996074455 / 945122230 / rpc 966709177 / 602 *1555, también en la web site: www.iee.edu.pe

Expositores: Especialización en BM, BID, otros, aplican consultorías relevantes y facilitadores en programas de maestría en GP.

Nota:

- El mismo evento se puede aplicar in house, a nivel de temario completo o por temas de interés particular, para organizaciones que lo requieran a nivel nacional.
- Sobre otros diplomados o cursos q se viene aplicando, se puede consultar en www.iee.edu.pe y/o contactarse a direcciones indicadas en apartado anterior.

Oficinas del IEE.

- Lima. Residencial Los Rosales 7851, Of. 102 – Surco. 996074455
- Trujillo. Las Pomarrosas 329-333, Urb. El Golf - DVLH. (044) 280932
- Oficinas de enlace en otras regiones del país.