

PLAN NACIONAL DE COMPETITIVIDAD:

Buscando la inserción exitosa del Perú en el mercado global

(Síntesis)

1. INTRODUCCIÓN

Las condiciones actuales en las que se desenvuelven las empresas, en un ambiente cada vez más globalizado, generan mayores exigencias para ser más competitivos. En este sentido es imperativo que se desarrolle y ponga en marcha un Plan Nacional de Competitividad que contemple un conjunto de medidas a ser ejecutadas en el corto y mediano plazo para incrementar la competitividad del país.

Este Plan entendido como el conjunto de acciones consensuadas que son necesarias que el Estado lleve a cabo para que las empresas puedan competir eficientemente, debe ser ejecutado de manera oportuna para que podamos enfrentar con éxito los retos que traen la apertura y los acuerdos comerciales internacionales que nuestro país viene impulsando decididamente.

En términos generales la mejora de la competitividad de las empresas pasa fundamentalmente por que puedan acceder a insumos, materias primas y bienes de capital a precios internacionales; el costo de la mano de obra tenga niveles comparables con los países de la región que son nuestros competidores en el comercio mundial y no existan sobrecostos en la economía.

El tema central para lograr la competitividad en las empresas, es el incremento de la productividad de todos los recursos, humanos y físicos.

El no lograrlo colocaría a nuestras empresas en una posición vulnerable, ya que muchos de los países con los cuales competimos, no sólo poseen niveles de productividad mucho más elevados, si no que han logrado una institucionalidad que estimula el aumento permanente de la productividad, aumentando de esta manera la brecha con esos países.

Es evidente que una de las tareas pendientes en el país es justamente impulsar las medidas necesarias que permitan a las empresas ser más competitivas. Los indicadores internacionales sobre competitividad, si bien son referenciales, nos muestran que hemos avanzado poco y que nos estamos rezagando con relación a otros países de Latinoamérica y del mundo.

En el Informe Global de Competitividad Mundial 2004-2005, documento preparado por el World Economic Forum, el Perú aparece en la posición 67, descendiendo diez ubicaciones respecto al año anterior en el Índice de Competitividad del Crecimiento.

Con el avance de la globalización el término “competitividad” es muy utilizado para intentar explicar el desempeño de las economías en el mercado mundial. En la actualidad se han desarrollado distintas formas para medir la competitividad de las naciones. Así, el World Economic Forum, en

colaboración con el Instituto de Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard, prepara el Informe Global de Competitividad (GCR) que es el resultado de un estudio, completo y de amplio alcance, fundamentado sobre los principios de la teoría económica y que tiene como objetivo medir el crecimiento potencial de los países en un período de 5 a 10 años.

Para el GCR la competitividad se define como la capacidad que tiene un país para lograr altas tasas de crecimiento, por lo que es necesario desarrollar un “clima” económico, político y social que le permita incrementar la productividad de sus factores de producción.

En este sentido, el GCR elabora el Índice de Competitividad para el Crecimiento (GCI), que intenta resumir las principales características estructurales que pueden pronosticar un crecimiento a mediano plazo.

La tarea de lograr mayores niveles de competitividad no sólo corresponde al sector empresarial sino también al Estado que tiene que impulsar una Reforma que permita eliminar las distorsiones existentes y crear un clima que favorezca de manera efectiva las inversiones, que generen empleo digno, y por tanto se logre mayores niveles de bienestar.

Las tareas que se deben emprender en el ámbito de las empresas para incrementar la competitividad del país se deben centrar en mejorar la capacidad de absorción de tecnología, en especial las referidas a las de información, así como el mejoramiento de la calidad educativa que permita contar con un capital humano apto y calificado.

Las acciones a desarrollar fuera del ámbito de la empresa se centran en lograr una mayor eficiencia en las instituciones del sector público, así como en el Poder Judicial y en el propio gobierno.

El Perú se encuentra en un proceso de apertura comercial a través de la reducción de los aranceles, de la eliminación de las barreras no arancelarias y de la negociación de Acuerdos Comerciales, porque considera que la liberalización comercial permite que los distintos sectores de la economía alcancen un mayor desarrollo como resultado del acceso a mercados ampliados y un incremento de los niveles de inversión productiva.

Para que ello se cumpla es necesario que se superen los factores y sobrecostos que limitan el accionar de las empresas, pues sólo así se podrá apreciar de manera real los efectos que traen sobre la economía los acuerdos de libre comercio, en especial en el incremento de las exportaciones agrícolas, agroindustriales, manufactureras y de servicios, basados en la inversión y el mayor dinamismo que se debe observar en la generación de empleo.

Sin embargo, para que todas estas acciones que se deben emprender sean posibles debe cumplirse una condición esencial: Que todos los sectores involucrados en el desarrollo nacional concilien posiciones respecto al futuro de nuestro país. Sólo una vez consensuada esta premisa lograremos encontrar la senda al desarrollo.

2. ANTECEDENTES

El Gobierno del Perú creó en Abril del 2002 el Consejo Nacional de la Competitividad (CNC) como un espacio de concertación público-privado, que tiene por finalidad desarrollar e implementar en conjunto un “Plan Nacional de Competitividad” con el objeto de integrar exitosamente al Perú en la economía global del Siglo XXI, basado en una mejora continua de la competitividad, que permita generar un mayor empleo digno y mejorar la calidad de vida de la población.

El CNC tiene un Consejo Directivo, el cual está conformado por el Presidente del Consejo de Ministros, quien lo preside, por ocho Ministros de Estado, el Presidente de INDECOPI, representantes del sector empresarial, y de la fuerza laboral.

En Febrero del 2003, el CNC y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) organizaron el Primer Foro Nacional de Competitividad, de amplia convocatoria, que tuvo la finalidad de presentar las estrategias preliminares elaboradas por los grupos asesores formados para desarrollar los diagnósticos y estrategias de competitividad y recibir retroalimentación por parte de los asistentes.

Producto de los estudios realizados para dicho evento, en Noviembre del 2003 se aprobaron los Lineamientos de la Estrategia Nacional de Competitividad, los cuales se dividieron en 3 lineamientos motores, y 7 lineamientos condicionantes.

Tomando como base los Lineamientos y los estudios realizados para el Primer Foro Nacional de Competitividad, los avances obtenidos a la fecha en materia de competitividad, así como los planes sectoriales propuestos y aprobados, se inició la segunda etapa, a partir de enero del 2005, que consistió básicamente en elaborar el Plan Nacional de Competitividad.

Los diez Lineamientos de la Estrategia Nacional de Competitividad fueron trabajados en 7 grupos con el siguiente ordenamiento:

Grupo de Trabajo	Lineamientos
1. Articulación Empresarial	<i>L1 - Articulación Empresarial y Clusters</i>
2. Innovación Tecnológica	<i>L2 - Innovación y Transferencia Tecnológica</i>
3. Educación	<i>L3 - Educación</i>
4. Fortalecimiento Institucional	<i>L4 - Reglas Claras y Estables</i> <i>L6 - Estabilidad Jurídica</i> <i>L7 - Institucionalidad Pública y Privada</i>
5. Política Económica, Mercados Financieros y de Capitales	<i>L5 - Política Económica Transparente y Predecible</i> <i>L8 - Mercado Financiero y de Capital</i>
6. Infraestructura	<i>L9 - Infraestructura</i>
7. Medio Ambiente	<i>L10 - Medio Ambiente</i>

El trabajo para este año se dividió en tres etapas:

Etapa I: Desarrollo y Presentación del Plan

En Enero del 2005 se inició el trabajo para el desarrollo del Plan mediante la elaboración de informes sobre los avances en los diferentes temas relevantes para la competitividad por parte de los consultores expertos contratados para este fin. En el mes de febrero se convocó a los siete grupos de trabajo, los cuales estuvieron conformados por representantes del sector público, privado y académico.

En el mes de Marzo del 2005 se iniciaron las reuniones de los grupos de trabajo. Dichos grupos tuvieron en promedio 20 personas cada uno y se reunieron intensamente. Las reuniones se llevaron a cabo hasta fines de mayo.

En la primera quincena de Junio se tuvo lista la propuesta de Plan, la cual se afinó en reuniones con diversos actores y funcionarios de instituciones del sector público y privado y con los aportes de los miembros del Consejo Directivo del CNC.

El 2º Foro Nacional de Competitividad representa la parte final de esta etapa. En esta se presentan y discuten las principales acciones incluídas en el Plan ante una amplia representación.

Etapa II: Aprobación

Durante esta etapa, se difundirá la versión final del Plan Nacional de Competitividad para su aprobación por el Consejo Directivo del CNC y por el Consejo de Ministros.

Etapa III: Difusión, Implementación y Seguimiento

Un primer paso de la difusión del Plan será la presentación del mismo ante el Acuerdo Nacional, ya que el Plan Nacional de Competitividad se enmarca dentro de las Políticas de Estado establecidas por el Acuerdo. Asimismo, durante esta etapa se difundirá el Plan por diversos medios impresos y la Web del CNC, además de presentarlo ante diversos foros empresariales, públicos y académicos, en Lima y en las regiones, y a través de los medios de comunicación social.

Para su implementación, el Consejo Directivo del CNC jugará un rol importante. De manera consensuada, se elaborarán las propuestas normativas para el cumplimiento del Plan. Mediante reuniones mensuales de seguimiento, se evaluará el avance en las reformas priorizadas. La presencia de ocho ministros de Estado y el compromiso de los representantes del sector privado, del sector laboral y de las instituciones académicas permitirá la rápida toma de decisiones para la ejecución de los temas planteados en el Plan.

3. EL PLAN NACIONAL DE COMPETITIVIDAD: FIN, PROPÓSITO Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

El enfoque de competitividad utilizado en el presente Plan es sistémico. Considera la interrelación de los diversos elementos que determinan el incremento de la productividad de las empresas y el contexto que las rodea y que les permite utilizar de manera eficiente los factores productivos, tales como los recursos humanos, el capital físico, los recursos financieros y la tecnología. Para ello se incluye el fortalecimiento de la institucionalidad para crear un clima de negocios favorable, dentro de un marco macroeconómico estable, que permita un adecuado funcionamiento de los mercados de factores, productos y servicios. Todo este ambiente de inversión tiene que verse complementado por una adecuada integración a la economía global.

En este sentido, el Plan Nacional de Competitividad incorpora los diferentes componentes que determinan la competitividad de una economía y las interrelaciones entre estos componentes, incidiendo en aquellos en los que el Perú requiere poner énfasis para hacer realidad las mayores oportunidades de desarrollo.

El presente Plan ha definido como su fin último **contribuir al mejoramiento sostenible de la calidad de vida de la población peruana**, esto se hace posible si se genera empleo digno, de calidad y formal. Para lograr este propósito se debe dinamizar la economía a través de la facilitación de la inversión privada, fuente primordial del crecimiento económico dentro de un marco de creciente inserción al mercado global.

Es por ello que se ha establecido como propósito del Plan Nacional de Competitividad **mejorar la competitividad de las empresas para su exitosa inserción en el mercado global para el desarrollo social**. Este propósito se verá realizado si se cumple la meta de mejorar nuestra posición relativa en los indicadores globales de competitividad, pues será una señal de que el Perú es una economía en crecimiento sostenido y sostenible y con un clima de inversión favorable al desarrollo del emprendimiento y de las empresas de todo tipo y tamaño, y que está entre los países más competitivos para atraer inversiones. Esto implica el cumplimiento de la meta de crecimiento económico establecida y por consiguiente la generación del empleo de calidad que los peruanos esperamos.

En el siguiente cuadro se muestra el fin y propósito del Plan Nacional de Competitividad y sus correspondientes metas:

Cuadro 1. Fin y Propósito del Plan Nacional de Competitividad

Fin	Contribuir al mejoramiento sostenible de la calidad de vida de la población peruana.
Propósito	<p>Mejorar la competitividad de las empresas para su exitosa inserción en el mercado global para el desarrollo social.</p> <p>Meta: El Perú tiene como meta un crecimiento sostenido y sostenible del PBI de 7% anual, revisando el desempeño y la meta al 2011. Al 2006 el Perú pasa de la ubicación 76 a la 50 en el Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial, mejorando su ubicación. Al 2011, el Perú se ubica entre los primeros 30 países en el referido Índice, con mejoras en todos los años.</p>

Conjuntamente con el Fin y Propósito señalado. El Plan Nacional de Competitividad se subdivide en siete objetivos estratégicos, cada uno de los cuales cuenta con un conjunto de estrategias. Cada estrategia tiene políticas y acciones, con metas e indicadores para realizar el seguimiento de las mismas.

Estos objetivos estratégicos se basan en los lineamientos de competitividad antes señalados y abarcan los temas de fortalecimiento institucional y de políticas económicas que mejoren el clima de negocios en el país, incluyendo mejoras institucionales en el Estado y en el Sector Privado y la Sociedad Civil, y adecuadas políticas comerciales, fiscales, tributarias y laborales. También busca mejorar la provisión y el acceso a los recursos financieros y de capital para facilitar el desarrollo empresarial.

Asimismo, se busca lograr aumentar y mejorar la infraestructura física y la provisión de los servicios relacionados para la integración de los mercados y el desarrollo empresarial.

Otro objetivo primordial es el desarrollo de una cultura empresarial basada en la confianza, tal es el caso del fortalecimiento de la articulación empresarial, donde la confianza y la cooperación entre empresas de diversos tamaños, sectores, e incluso en vinculación con el sector público y académico, puede facilitar el desarrollo local y regional y permitir una adecuada inserción a los mercados globales.

Hoy en día las economías que más crecen son las economías sustentadas en la generación del conocimiento. Una economía que no innova y usa la creatividad de su población no es viable, por lo tanto un objetivo estratégico es aumentar la aplicación del conocimiento para mejorar la competitividad de la producción usando las herramientas que provee la ciencia, la tecnología y la innovación.

El capital humano es el factor de mayor relevancia para el desarrollo de una economía, la inversión en educación desde las edades más tempranas es la de mayor impacto en la competitividad de una nación. Es por ello que se ha definido como objetivo estratégico impulsar una educación de calidad en el

país, buscando desarrollar las competencias en los jóvenes y adolescentes para lograr su mejor desempeño al participar en la actividad productiva del país. El énfasis en educación debe estar necesariamente asociado a una adecuada nutrición y salud de los jóvenes en edad escolar, prioritariamente la inicial.

Finalmente, una economía que no preserva su medio ambiente y utiliza sosteniblemente sus recursos naturales, crece pero empeña su futuro a un crecimiento menor, de allí que como objetivo estratégico el Plan busque mejorar el aprovechamiento responsable de los recursos naturales y la conservación del ambiente, promoviendo la eficiencia empresarial y su crecimiento comercial, aprovechando la mega diversidad del Perú.

4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Como se ha manifestado anteriormente el Plan Nacional de Competitividad consta de siete áreas temáticas que se desarrollarán. Para cada una de ellas se ha planteado un objetivo estratégico.

a) Objetivo Estratégico de Fortalecimiento Institucional:

Fortalecer la institucionalidad con un Sistema Público efectivo en sus resultados y eficiente en su costo, con organizaciones privadas y de la Sociedad Civil que sean representativas y tengan capacidades fortalecidas, para promover un adecuado clima de negocios del país.

La relación entre instituciones y competitividad se da en la medida en que las instituciones son la base de la competitividad empresarial, al definir las reglas de comportamiento, especialmente en lo referido a tres aspectos claves:

- Primero, **proveen información** necesaria para el funcionamiento apropiado de los mercados. El flujo de información contribuye a que las empresas puedan identificar oportunidades de negocios, establecer alianzas estratégicas y desarrollar mejores procesos productivos. Asimismo, la información contribuye a que los consumidores puedan identificar a los proveedores más eficientes y/o cuyos productos son de mejor calidad.
- Segundo, **garantizan el cumplimiento de las reglas** establecidas, especialmente en lo referido al cumplimiento de los derechos de propiedad y la ejecución de contratos.
- Tercero, **fomentan la libre competencia y el mercado**, lo cual genera oportunidades que pueden ser aprovechadas por los agentes económicos y redundar en una mayor productividad.

Por el contrario, cuando no hay instituciones apropiadas no se obtienen los beneficios derivados de la competencia en un mercado ordenado y libre. Las deficiencias institucionales elevan los costos de obtener información, de proteger los derechos de propiedad o de mantener la igualdad de oportunidades en la competencia en el mercado. Las reglas crean incentivos para favorecer ciertos comportamientos y crean restricciones a otros, según la preferencia de gobierno y de la sociedad, interpretada por los órganos de

gobierno nacional. Cuando estas no existen, no se aplican, o son ignorados, los incentivos que deberían impulsar la competencia en la actividad económica, especialmente en el intercambio de bienes y servicios, no están disponibles para algunas personas individuales y jurídicas que son los actores fundamentales en el mercado.

b) Objetivo Estratégico de Política Económica, Mercados Financieros y de Capitales:

Fortalecer la institucionalidad para mejorar el clima de negocios del país a través de adecuadas políticas económicas, comerciales, fiscales, tributarias y laborales; y mejorar la provisión y el acceso a recursos financieros y de capital.

Un entorno económico estable y predecible facilita el desarrollo de los negocios en el país, promoviendo la inversión privada, nacional y extranjera, para todo tipo y tamaño de empresas. Así, en los últimos cinco años, la inversión privada ha sido el motor del crecimiento económico del Perú, y con estas estrategias se pretende fortalecer el entorno económico que promueva el desarrollo empresarial a través de un manejo fiscal responsable que provea estabilidad; establecer un sistema tributario simple, neutral, equitativo y predecible, con pleno respeto por los derechos de los contribuyentes, que facilite los negocios; tener una legislación laboral que promueva empleos dignos y formales y que pueda responder a las condiciones de mercado; consolidar la política de apertura comercial y facilitar negocios para el comercio exterior; y promover un mejor acceso a financiamiento de empresas (y hogares) en el sistema financiero y el mercado de capitales.

c) Objetivo Estratégico de Infraestructura:

Aumentar y mejorar la infraestructura física y la provisión de los servicios relacionados para la integración de mercados y el desarrollo empresarial.

El Perú presenta un déficit de infraestructura física que limita la integración de los mercados domésticos y la inserción de las empresas nacionales en el mercado global. La cobertura de este déficit requiere de inversión pública y de participación del sector privado en la provisión de la infraestructura de uso público. Esta participación debe venir acompañada de un sistema regulatorio que facilite la participación del sector privado y proteja a los usuarios, además de incentivar la competencia en la provisión de los servicios logísticos.

d) Objetivo Estratégico de Articulación Empresarial:

Fortalecer las Cadenas Productivas y Conglomerados para promover el desarrollo regional y local.

La experiencia internacional ha demostrado que las cadenas productivas y los conglomerados constituyen un medio efectivo para lograr el desarrollo económico y social de los países. Al tratar de desarrollar estos esquemas en el Perú, constatamos que debemos trabajar en resolver algunos temas importantes, como son la ausencia de una política gubernamental apropiada para este propósito, buscar una mayor complementación entre los esfuerzos

de los agentes públicos, privados y académicos, elevar los niveles de confianza existentes en los empresarios para que tengan una mayor predisposición a la ejecución de acciones conjuntas, al intercambio de información y experiencias, y a la adopción de procesos productivos innovadores.

e) Objetivo Estratégico de Innovación Tecnológica:

Aumentar la aplicación de conocimiento para mejorar la competitividad de la producción usando las herramientas que provee la Ciencia, la Tecnología y la Innovación.

Para la consecución de este objetivo, se consideró necesario adoptar un enfoque de competitividad que promueva la aplicación de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación (CT&I) en la mejora de la productividad y la diferenciación de productos para lograr una mejor inserción en los mercados globales. Para ello se consideró importante trabajar en tres frentes, el primero relacionado con el desarrollo de una cultura de la CT&I que propicie un mayor acercamiento de la CT&I con la actividad productiva, la segunda relacionada con la generación al interior de las empresas, de una demanda creciente por servicios de CT&I que les permita alcanzar mayores niveles de productividad, y la tercera, relacionada con el desarrollo simultáneo por parte de las universidades e institutos tecnológicos de una oferta de los servicios tecnológicos requeridos por el sector productivo.

Asimismo, como parte de los objetivos estratégicos del Plan de Desarrollo de la Sociedad de la Información, se adelantarán acciones dirigidas a promover el desarrollo de la industria nacional de software y hardware orientado al mercado global, a facilitar el acceso de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMEs) de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) y, a promover el desarrollo del comercio electrónico.

f) Objetivo Estratégico de Educación:

Desarrollar competencias en los jóvenes y adolescentes para lograr su mejor desempeño en la sociedad peruana.

Del análisis de la vinculación entre educación y competitividad se sostiene que la competitividad del país se verá fortalecida en la medida que se cuente con ciudadanos que tengan las competencias necesarias para hacerle frente a las exigencias productivas y sociales de la vida contemporánea.

Se usaron dos criterios para la selección de las estrategias, políticas y acciones. El primero el que las políticas y acciones guarden alguna relación con el tema de competitividad, entendiendo que el rol de la educación en la competitividad de las empresas puede ser visto desde diversas perspectivas. Una primera, más de largo plazo, sostiene que la mejor acumulación de capital humano para el desarrollo productivo del país pasa por invertir en la primera infancia y educación básica. Una segunda, se sostiene en cambios institucionales necesarios para mejorar la forma cómo actualmente se vincula el sistema educativo peruano con el aparato productivo del país. En esta sección se proponen estrategias para cubrir ambas perspectivas. El segundo criterio fue el de respaldar iniciativas importantes que otras instituciones

públicas y privadas hayan estado formulando, y a las cuales la estrategia nacional de competitividad les podría dar un impulso final.

g) Objetivo Estratégico de Medio Ambiente:

Mejorar el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y la conservación del ambiente, promoviendo la eficiencia empresarial y su crecimiento comercial.

La relación entre medio ambiente y competitividad se da a través de los sectores productivos en dos direcciones. Primero, el medio ambiente genera insumos para las actividades productivas y luego las actividades productivas generan impactos (positivos o negativos) al medio ambiente. En este sentido, la degradación de los recursos naturales significa pérdida de capital natural, lo cual afecta la estabilidad de los ecosistemas, poniendo en riesgo el desarrollo de actividades potenciales así como el desarrollo científico y tecnológico. La solución a los problemas ambientales y el manejo sostenible de su riqueza natural no solamente requieren instituciones y legislación ambiental, sino que la dimensión ambiental sea incorporada en las políticas, programas y proyectos sectoriales, pues dicha articulación implica importantes cambios en la forma en que se conciben, planifican y desarrollan todas las actividades económicas.

Asimismo, una ventaja comparativa que tiene el país es su mega diversidad. Por ello, el aprovechamiento de la biodiversidad sobre la base de criterios de competitividad y sostenibilidad es una oportunidad para el desarrollo de nuevos productos y participación en mercados emergentes; así como para participar activamente en el mercado de la biotecnología.

De igual manera, para mejorar la competitividad de las empresas una condición necesaria es la búsqueda continua de la eficiencia productiva. En este sentido, se propone fomentar el enfoque de la producción limpia y las buenas prácticas empresariales, enfatizando los aspectos de prevención. Existen experiencias piloto nacionales de aplicación de producción limpia que demuestran sus ventajas, por tanto es necesario difundir estos resultados y generar incentivos para su adopción.

Teniendo en consideración los Objetivos Estratégicos antes señalados, se identificaron Estrategias, Políticas y Acciones Específicas, con sus correspondientes Metas, Indicadores de seguimiento, y las Entidades que participarán en su ejecución.

En el siguiente Cuadro se presentan los Objetivos, las Estrategias y una Lista Ilustrativa de los Logros a alcanzar con el Plan Nacional de Competitividad.

**Cuadro 2: PLAN NACIONAL DE COMPETITIVIDAD
OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LOGROS***

1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL
<p>OBJETIVO: Fortalecer la institucionalidad con un Sistema Público efectivo en sus resultados y eficiente en su costo, organizaciones privadas y de la Sociedad Civil que sean representativas y tengan capacidades fortalecidas, para promover un adecuado clima de negocios del país.</p>
<p>ESTRATEGIAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contar con un sistema de reglas de juego con definiciones claras, transparentes, flexibles en cuanto al ajuste a cambios en el entorno y estables en cuanto a su aplicación, de fácil interpretación por quienes administran las normas, y con mecanismos de sanción que incentiven su cumplimiento. 2. Fortalecer las capacidades de las entidades públicas, privadas y de la sociedad civil, nacionales, regionales y locales, para proponer políticas públicas que favorezcan la competitividad, facilitando sistemas de investigación, análisis, debate y diálogo a fin de formar consensos nacionales en aspectos claves. 3. Facilitar el funcionamiento eficiente, justo, predecible y oportuno del sistema judicial en la solución de conflictos, especialmente en aquellos aspectos que más afectan la competitividad. 4. Promover la aplicación de mecanismos alternativos de solución de controversias que sean imparciales, eficientes y oportunos y cuyos fallos sean aceptados por las partes públicas y privadas. 5. Promover medidas que favorezcan la reducción de la corrupción, sobre todo mediante la fiscalización de entidades representativas de la sociedad civil. 6. Fortalecer la competencia a través de normas claras y de aplicación transparente por los sistemas reguladores y del mercado y las demás entidades del Estado, minimizando las prácticas que restrinjan la competencia, protegiendo adecuadamente a los usuarios y promoviendo el respeto por los contratos suscritos por el sector público y por su aplicación eficiente y efectiva, especialmente por las entidades reguladoras en temas relacionados con la competitividad. 7. Promover la reducción de barreras burocráticas en el sector público e incrementar los niveles de seguridad interna. 8. Introducir la gestión por resultados en las entidades que conforman el sector público, con una rendición de cuentas transparente ante las autoridades correspondientes y la sociedad civil, especialmente los beneficiarios y usuarios de los servicios públicos que afectan la competitividad de las empresas. 9. Establecer una carrera pública que permita mejorar la calificación de equipos técnicos del sector público, que sea libre de interferencia política, creando y fortaleciendo a un servicio civil de carácter profesional, basado en la carrera pública libre de interferencia política. 10. Promover prácticas de buen gobierno corporativo, responsabilidad social y gestión ambiental sostenible en el sector privado y el no gubernamental, a fin de cumplir con las exigencias de los mercados internacionales y las disposiciones internas del país.
<p>LOGROS:</p> <ul style="list-style-type: none"> o La competitividad como política nacional prioritaria en el Acuerdo Nacional.

* Se enuncia una Lista Ilustrativa de los logros a alcanzar con el Plan Nacional de Competitividad.

- Todas las macroregiones, regiones, provincias y gobiernos locales, tienen implementados sus programas de competitividad.
- Se incrementa el número de juzgados comerciales especializados y capacitados; y se reduce la carga procesal de cada magistrado.
- Costos de litigio reducidos.
- Ventanillas únicas implementadas y simplificación de trámites para reducir costos.
- Incremento del buen gobierno corporativo, la responsabilidad social y el uso de recursos naturales de forma sostenible.

2. POLÍTICA ECONÓMICA, MERCADOS FINANCIEROS Y DE CAPITALES

OBJETIVO: Fortalecer la institucionalidad para mejorar el clima de negocios del país a través de adecuadas políticas económicas, comerciales, fiscales, tributarias y laborales; y mejorar la provisión y el acceso a recursos financieros y de capital.

ESTRATEGIAS:

- Política Económica (Fiscal y Tributaria, Comercial y Laboral):

1. Establecer un sistema tributario universal, simple, equitativo y predecible que amplíe y fortalezca la base de contribuyentes y no sobrecargue la actividad económica formal.
2. Afianzar el manejo responsable del gasto y fortalecer la credibilidad y predictibilidad de la política fiscal.
3. Mejorar la eficiencia y calidad del gasto e inversión pública.
4. Reducir la vulnerabilidad financiera de la economía ante eventos externos negativos.
5. Fortalecer la política y la estrategia de apertura comercial.
6. Desarrollar y promover el comercio exterior usando el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) y los Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX) como base.
7. Promover la creación de empleos de calidad, que respete la seguridad laboral y que pueda responder a las condiciones del mercado.

- Mercados Financieros y de Capitales:

1. Mejorar el marco institucional para proveerlo de mayor seguridad, predictibilidad y celeridad en la administración de justicia, transparencia y competencia.
2. Fomentar un mayor acceso a los servicios financieros, especialmente de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES).
3. Promover el desarrollo del mercado primario de valores.
4. Promover el desarrollo del mercado secundario de valores.
5. Mejorar el entorno del mercado de capitales.

LOGROS:

- Racionalización de exoneraciones y beneficios tributarios; y disminución de la evasión y elusión.
- Reducción de las cargas administrativas que desincentivan la asociatividad.
- Se cumple con los límites de gasto público y de déficit fiscal.
- Anuncio de un programa de reducción del nivel y de la dispersión arancelaria.
- Publicación de la agenda referencial de negociaciones comerciales.
- Servicio aduanero efectivo las 24 horas del día.
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) en funcionamiento.
- Activa participación del sector público, sector privado y los trabajadores en el Consejo Nacional de Trabajo y Promoción del Empleo.

<ul style="list-style-type: none"> ○ Aumento de la cantidad y calidad de la capacitación de los trabajadores. ○ Ley de Garantías Mobiliarias aprobada. ○ Acceso de MIPYMES a instrumentos financieros alternativos. ○ Desarrollo de Fondos de Inversión, Fondos de Capital de riesgo, Fideicomiso de Titulización y Esquemas de Garantía.
3. INFRAESTRUCTURA
OBJETIVO: Aumentar y mejorar la infraestructura física y la provisión de los servicios relacionados para la integración de mercados y el desarrollo empresarial.
ESTRATEGIAS: <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un sistema integral de infraestructura que garantice una eficiente inversión de los recursos públicos y privados. 2. Fomentar la participación del sector privado en la provisión de infraestructura de uso público mediante mecanismos como las concesiones y, en aquellos casos que requieran de un co-financiamiento estatal, mediante esquemas de Asociación Público-Privada (APP). 3. Fortalecer el marco regulatorio e institucional para facilitar la participación de la inversión privada en la infraestructura del país y asegurar una adecuada protección de los usuarios. 4. Establecer los incentivos adecuados para la reducción de los costos logísticos.
LOGROS: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento del presupuesto anual del MTC destinado a transporte. ○ Expansión y mantenimiento de la red vial. ○ Inversión privada en el puerto del Callao. ○ Reducción de los sobrecostos en las operaciones de carga. ○ Creación de los “centros de controles carreteros”. ○ Disminución del número de horas de espera en los pasos de frontera.
4. ARTICULACIÓN EMPRESARIAL
OBJETIVO: Fortalecer las cadenas productivas y clusters o conglomerados para promover el desarrollo regional.
ESTRATEGIAS: <ol style="list-style-type: none"> 1. Articular políticas de desarrollo de cadenas productivas y conglomerados, y establecer mecanismos para la identificación, sistematización y evaluación continua de las cadenas productivas y conglomerados con potencial de desarrollo. 2. Promover la institucionalidad de agentes públicos y privados orientados a desarrollar cadenas productivas y conglomerados. 3. Promover la cooperación al interior de las cadenas productivas y conglomerados. 4. Impulsar la vinculación con cadenas globales de valor y con el mercado, que favorezcan el aprendizaje dinámico, la transferencia de innovaciones tecnológicas y organizacionales y la modernización de productos, procesos y funciones de las empresas.
LOGROS: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento en el valor de las ventas y de las exportaciones de cadenas productivas y conglomerados. ○ Fondos disponibles y concursables para promover el desarrollo de las cadenas productivas y conglomerados. ○ Eliminación de obstáculos y barreras para el desarrollo competitivo de las cadenas productivas y conglomerados. ○ Puesta en marcha de procesos de concertación público-privados en

<p>cadenas productivas y conglomerados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Implementación de programas de “Desarrollo de Proveedores” y sistemas de subcontratación de pequeñas empresas proveedoras.
5. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA E INNOVACIÓN EMPRESARIAL
<p>OBJETIVO: Aumentar la aplicación de conocimiento para mejorar la competitividad de la producción usando las herramientas que provee la Ciencia, la Tecnología y la Innovación.</p>
<p>ESTRATEGIAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promover en la sociedad una cultura de la innovación y la calidad. 2. Aumentar sustancialmente la demanda por ciencia y tecnología por parte de las empresas de bienes y servicios. 3. Mejorar la oferta de los recursos de ciencia y tecnología para atender la demanda de las empresas de bienes y servicios.
<p>LOGROS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Mejora la calidad de los productos, incrementando la productividad y reduciendo costos. ○ Incremento de la adopción de normas técnicas y de proyectos de tecnología para mejora productiva. ○ Aumento del uso de la Prospectiva Tecnológica. ○ Incremento del gasto del Estado en Ciencia, Tecnología e Innovación (CT&I). ○ Mayor asociatividad entre empresas y universidades e institutos tecnológicos. ○ Desarrollo de incubadoras y Centros de Investigación Tecnológica (CITEs). ○ Desarrollo de PRO Tecnología en las regiones. ○ Puesta en marcha de los Planes Nacionales de Biotecnología, de Nuevos Materiales, y de Tecnologías de Información y Automatización.
6. EDUCACIÓN
<p>OBJETIVO: Desarrollar competencias en los jóvenes y adolescentes para lograr su mejor desempeño en la sociedad peruana.</p>
<p>ESTRATEGIAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar la gestión del sistema educativo exigiendo la evaluación continua y la rendición de cuentas, tanto por los desempeños y aprendizajes como por la efectividad e impacto de la inversión; en el marco de una reforma institucional más amplia. 2. Desarrollar políticas orientadas a mejorar la escolaridad de la población rural. 3. Mejorar la atención de la infancia temprana y educación inicial. 4. Ofrecer una educación básica, adecuada y de calidad creciente, cuyos logros sean medidos y evaluados periódicamente. 5. Fomentar el desarrollo de una cultura emprendedora en la educación básica y técnico productiva. 6. Fomentar la articulación entre la actividad productiva y la formación profesional propiciando vínculos entre la Empresa y las instituciones educativas, con el fin de formar los recursos humanos en función a la demanda del mercado laboral y exigencias del desarrollo nacional.
<p>LOGROS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ El desempeño de los estudiantes de 15 años alcanza al promedio de la región latinoamericana. ○ Aumento significativo de la empleabilidad de los jóvenes. ○ Evaluaciones de impacto de los programas educativos. ○ Construcción de escuelas secundarias y desarrollo de programas a

distancia u otros programas experimentales en zonas donde existe demanda insatisfecha.

- Programas fortalecidos de atención integral a la infancia y aumento de la cobertura de la educación inicial.
- Implementación de la Carrera Pública Magisterial y del Instituto Peruano de Certificación, Evaluación y Acreditación de la Educación Básica y técnico productiva (IPEACE).
- Consolidación del sistema y creación del instituto encargado de la evaluación, acreditación y certificación de la calidad educativa.

7. MEDIO AMBIENTE

OBJETIVO: Mejorar el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y la conservación del ambiente, promoviendo la eficiencia empresarial y su crecimiento comercial.

ESTRATEGIAS:

1. Apoyar la implementación del Sistema Nacional de Gestión Ambiental para que permita mejorar la competitividad de los sectores productivos.
2. Aprovechar la biodiversidad sobre la base de criterios de competitividad y sostenibilidad.
3. Fomentar el enfoque de producción limpia y buenas prácticas empresariales, enfatizando los aspectos de prevención, para sostener la eficiencia de los sectores productivos.
4. Promover la investigación y el desarrollo de la ciencia y tecnología que favorezcan el mejor aprovechamiento de los recursos naturales y del ambiente y que mejoren la competitividad de los sectores productivos.
5. Fortalecer una cultura de protección y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y del ambiente, a través del sistema educativo y de la participación ciudadana, y que garantice el crecimiento comercial y la mejora continua de la eficiencia empresarial.

LOGROS:

- Se dispone de estrategias regionales y locales de gestión ambiental coordinadas entre sí, en el marco de una política nacional.
- Sistema Nacional de Información Ambiental (SINIA) fortalecido e implementación del sistema ambiental regional y local.
- Aprovechamiento sostenible de la biodiversidad de los recursos genéticos.
- Planes estratégicos públicos y privados de producción limpia implementados por sectores productivos.