

MICROFINANZAS



SE PREPARAN ANTE LOS NUEVOS RETOS

Las IMF cambian

➔ NUEVA IMAGEN FEPCMAC



Se inicia segunda etapa del proyecto tecnológico para Cajas.

➔ GESTIÓN Y LIDERAZGO



El nuevo modelo de gerenciar con aplicación del marketing.

➔ CAFÉ & NEGOCIOS



Una nueva forma de hacer crecer los pequeños negocios.



Firmados
→ CÉSAR SÁNCHEZ MARTÍNEZ
csanchez@diariolaprimeraperu.com

Cultura de control y riesgos

En el desarrollo empresarial del país, urge implementar una cultura de controles internos que coincidan con los objetivos de las organizaciones empresariales, especialmente en la industria microfinanciera. Estos controles deben aplicarse en todos los procesos, porque está confirmado que la siniestralidad o los riesgos son cometidos por las personas que laboran en las diversas organizaciones empresariales. Ante el rápido crecimiento empresarial como resultado del proceso de globalización, las personas deben saber identificar los riesgos en cada uno de los procesos.

La cultura de control interno debe estar presente en todos los ámbitos de la organización, tanto en los trabajadores y altos ejecutivos, como en los miembros del directorio. Cada empresa debe hacer un diagnóstico que responda a los objetivos de control interno, siendo la transparencia en la información uno de los objetivos. Para ello se debe evaluar "organizacionalmente" al cliente antes de otorgarle el respectivo crédito. Otro de los objetivos que fomenta la cultura de control interno en la industria microfinanciera es la eficacia en los procesos, que supone la aplicación correcta de una metodología, prácticas de control y uso de tecnologías. En la medida que la cultura de control adquiere vigencia en las organizaciones se podrá alcanzar el buen gobierno corporativo, principal pilar del desarrollo económico social en estos tiempos competitivos y post crisis financiera internacional. El control es responsabilidad de todos los integrantes de la organización y no sólo de los auditores. Desde esta perspectiva, aún el perfil de los directores debe responder a las necesidades de la organización. Mínimamente, los directores deben conocer a qué se dedica la organización que representan, así como el producto o servicio, naturaleza del negocio, ratios, aspectos contables y otros

conocimientos que garanticen la adecuada participación en el directorio. Precisamente, a partir de la conformación del Comité de Basilea en Suiza, con la participación de los principales bancos europeos hace más de 26 años y con la consecución del documento final de Basilea II en Junio del 2004, se instauró una nueva ciencia que cuenta especialmente con el interés de las autoridades supervisoras de todo el mundo y que consiste en el manejo adecuado y el control de los riesgos financieros, dado que se había detectado su falencia como una de las principales causas de quiebra en las instituciones de intermediación.

Esta nueva ciencia es lo que hoy conocemos como la "Administración Integral de Riesgos Financieros", la misma que cada vez toma mayor preponderancia en el ámbito bancario y microfinanciero, cuya aplicación es una necesidad primordial. Dada su reciente aparición, alto nivel de requerimiento técnico y conocimientos en la parte conceptual, legal y hasta econométrica, es que urge que los representantes de la industria microfinanciera busquen capacitarse en estos temas que al final les ayudará a

La cultura de control interno debe estar presente en todos los ámbitos de la organización, tanto en los trabajadores y altos ejecutivos, como en los miembros del directorio. Cada empresa debe hacer un diagnóstico que responda a los objetivos de control interno, siendo la transparencia en la información uno de los objetivos. Para ello se debe evaluar "organizacionalmente" al cliente antes de otorgarle el respectivo crédito.

tener una mejor visión de la organización y comprensión de la IMF en el desarrollo social del país. La adecuada aplicación de los controles internos y administración de los riesgos ya no son tareas de los auditores internos, oficiales de cumplimiento o gerencias de Créditos (ahora Negocios), sino de todos los integrantes de la organización. Al igual que el lema de Defensa Civil, es tarea de todos. Somos conscientes que estos temas no se pueden desarrollar en una columna, pero es necesario que se comparta esta necesidad.

INICIAN II ETAPA DE PROYECTO DE AMPLIACIÓN TECNOLÓGICA

FPEMAC presentará nueva imagen

La Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FPEMAC) presentará su nueva imagen que coincide con el inicio de la segunda etapa del Proyecto de Ampliación Tecnológica, según Francisco Salinas Talavera, gerente de Desarrollo y Promoción de ese gremio financiero, especializado en microfinanzas.

Por Zoila Violeta Retuerto Jara

Precisamente, entre los planes que tiene la FPEMAC para el presente año, está el inicio de la segunda etapa del "Proyecto de Ampliación Tecnológica" que incluye, entre otros programas, un mayor desarrollo de cajeros correspondientes, la conformación de una cámara de compensación, el fortalecimiento de la banca telefónica y puesta en marcha de tarjetas de crédito.

Salinas Talavera, quien también es gerente mancomunado, expresó que se contactará a los proveedores de la cooperación financiera internacional de los representantes de las cajas municipales, a fin de incentivar a la industria microfinanciera. La FPEMAC en su calidad de facilitadores realiza este tipo de contacto con los proveedores de líneas de fondeo para las CMAC. También están en cartera, el estudio de un proyecto de una empresa de cobranza corporativa; proyecto de modificación de legislación en apoyo a la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). Sobre este aspecto, indicó que en coordinación con la SBS buscan una norma que les permita mejorar su competitividad.

Precisamente, la industria microfinanciera peruana dio un paso adelante, cuando el Congreso de la República, aprobó el pasado 3 de diciembre, el Proyecto de Ley N° 3103 denominado "Ley de mejora de la competitividad de las cajas municipales de ahorro y crédito del Perú". El propósito de la norma fue mejorar la competitividad de las cajas municipales de ahorro y crédito (CMAC), y que puedan quedar en iguales condiciones que las demás empresas del sistema financiero. En lo que respecta a personal, presupuesto y adquisiciones, se excluye al sistema de cajas municipales de las normas del Sistema Nacional de Presupuesto y de la Ley de Contrataciones del Estado. Sin embargo, se precisa que continuarán siendo supervisadas por la Contraloría General de la República y por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. Probablemente, con la promulgación de la ley aprobada en el Congreso de la República, los intereses se reduzcan, beneficiando no sólo a la industria microfinanciera, sino a las millo-



Francisco Salinas Talavera, gerente de Desarrollo y Promoción de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito.

nes de medianas, pequeñas y micro empresas del país. Fue un logro para las microfinanzas peruanas. Según la norma aprobada, las adquisiciones y contrataciones de las CMAC se registrarán por un reglamento especial propuesto por la FPEMAC y aprobado por el Organismo Supervisor de las Contrataciones y Adquisiciones del Estado. El mismo procedimiento se aplicará para las modificaciones del referido reglamento.

Data Center

Asimismo, Francisco Salinas, explicó que están en la implementación de la Data Center de la FPEMAC, que les permitirá dar mejores y mayores servicios a las cajas agremiadas, quienes podrán encontrar las herramientas para mejorar sus servicios. Este Data Center que tendrá tecnología de punta, contará con la supervisión de la SBS. No se trata de infraestructura, sino de modernos hardware y software adecuados que las cajas necesitan. Para finales de febrero estará lista la primera parte de este novedoso sistema tecnológico. Asimismo, expresó su satisfacción por

el cambio de imagen que tendrá la FPEMAC para sus diferentes públicos, con la finalidad de proyectar la imagen de solidez que el sistema de cajas municipales tiene. También están desarrollando temas, cursos y proyectos corporativos con las cajas que vayan de la mano con la nueva imagen corporativa de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito.

Nuevas cajas

Hay interés de nuevas entidades que desean integrarse a la FPE-

La FPEMAC está en un proceso de redefinición de sus objetivos con la finalidad de adecuarlos a las cajas con la finalidad de lograr un mejor servicio, mediante la mejora continua de la institución.

MAC como el pedido de algunos municipios de la sierra norte y central del país de conformar sus respectivas cajas municipales. Estas cajas están en etapas de desarrollo del proyecto por parte de sus respectivos municipios. De acuerdo a la ley, los municipios desarrollan sus proyectos y con el visto bueno de la Federación de Cajas, se corre traslado a la SBS para su aprobación.

ALDEA PYME

Edpyme Solidaridad

El pasado 3 de febrero, la Edpyme Solidaridad cumplió sus primeros diez años de servicio a sus clientes, pero con la experiencia de Cáritas, su principal accionista desde 2007; esta entidad supera con creces los años cumplidos. La Edpyme, bajo la presidencia de Jorge Lafosse y gerencia por María Emilia Álvarez Cortez, ha logrado posicionarse a la organización en diversas partes del país, preparándose para los nuevos retos que vendrán más adelante.

La visión de la Edpyme Solidaridad se proyecta hacia las comunidades, cumpliendo de esta manera con el rol original de las microfinanzas, pero al mismo tiempo desarrollando una política de expansión en esta nueva etapa donde ya inauguraron seis nuevos puntos de atención aprobados por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y que se suman a la agencia de Chiclayo, la sede principal y otras oficinas que tienen en el sur andino y centro del país.



La Caja Prymera

La Caja Prymera sigue desarrollando buenas prácticas de servicio a sus clientes, razón por la cual están revisando sus objetivos para fortalecerlos y seguir posicionándose en la capital de la república. En ese sentido, siguen ayudando al sector de las microfinanzas que es uno de los más importantes en el sistema financiero peruano porque está prestando apoyo al sector de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE), el cual representa actualmente uno de los motores de la economía nacional y que nos orientan al desarrollo social del país, según César Barreto Rivas, gerente general de la Caja Prymera.

Por Mario Galarza Peña

Un gran reto que se presenta para la gestión de la empresa en este nuevo siglo que comenzamos es el factor, aunque impreciso pero productivo, de la capacidad gerencial.

De manera que la tendencia a la globalización de los mercados y de la actividad empresarial, surge del impulso omnipresente de la mejora tecnológica y más precisamente de las tecnologías de la información.

Tecnología y globalización demandan una nueva forma de gestión y liderazgo.

Es necesario que los directivos se sientan cómodos para la toma de decisiones en un entorno cambiante, y que acoplen sistemáticamente las estrategias funcionales y decisiones operativas con las estratégicas de mayor rango.

Márketing estratégico

El hecho de que el márketing esté vinculado a un entorno cambiante que va ofreciendo continuamente nuevos retos a las empresas, obliga a que tanto las tareas a desempeñar por la comercialización como la importancia que se concede a cada una de ellas sea diferente, en un proceso de adaptación continuo.

Puesto que los problemas que se plantean a las empresas evolucionan en el tiempo, las respuestas que estas ofrecen, se adaptan continuamente en un intento por encontrar nuevas soluciones. Las crisis económicas con sus implicaciones en las cifras de ventas sin que la posibilidad de ganar mercado a costa de los competidores resulte económicamente rentable

Es necesario que los directivos se sientan cómodos para la toma de decisiones en un entorno cambiante, y que acoplen sistemáticamente las estrategias funcionales y decisiones operativas con las estratégicas de mayor rango.

debido a los elevados costes de estas operaciones.

En consecuencia las empresas deben ajustar sus capacidades de producción a la demanda y buscar nuevos productos en los que puedan ocupar las capacidades ociosas. Estos problemas son más agudos en las PYME debido, principalmente, a su menor posibilidad de diversificación y a sus limitados recursos de gestión.

TECNOLOGÍA Y GLOBALIZACIÓN DEMANDAN NUEVA FORMA DE GESTIÓN

Capacidad para gerenciar ahora

Toda empresa, sin importar su tamaño o el sector en que se desenvuelve, precisa elaborar un Plan de Márketing. Este debe reunir una serie de requisitos para ser eficaz y exige de sus responsables: una aproximación realista con la situación de la empresa; que su elaboración sea detallada y completa; debe incluir y desarrollar todos los objetivos; debe ser práctico y asequible para todo el personal; de periodicidad determinada, con sus correspondientes mejoras; y, compartido con todo el personal de la empresa.



El márketing es una herramienta clave para los negocios.

Así se va abriendo paso al concepto de márketing estratégico en el que las decisiones comerciales tienen un tratamiento preferencial en la dirección estratégica de la empresa. Especialmente en lo que se refiere a la búsqueda de nuevos mercados y desarrollo de nuevos productos y tecnologías productivas.

El márketing estratégico se dirige explícitamente a la ventaja competitiva y a los consumidores a lo largo del tiempo. Como tal, tiene un alto grado de coincidencia con la estrategia de la empresa y puede ser considerada como una parte integral de la perspectiva de estrategia de aquella. Y por esto va de la mano el Plan de Márketing, a modo de que pueda establecerse la forma en que las metas y objetivos de la estrategia se puedan materializar.

La diferencia de las estrategias de marketing es que desempeñan el papel fundamental como frontera entre la empresa y sus clientes, competidores, etc. El desarrollo del marketing estratégico se basa

en el análisis de los consumidores, competidores y otras fuerzas del entorno que puedan combinarse con otras variables estratégicas para alcanzar una estrategia integrada empresarial.

Conociendo el Plan de Márketing

• Un plan de márketing es un documento previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde, entre otras cosas, se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos.

También puede abordar, aparte de los aspectos meramente económicos, los aspectos técnicos, legales y sociales del proyecto. El Plan de Márketing tiene dos contenidos: Interno y Externo. El primero tiene cierto paralelismo con lo que se entiende por proyecto en ingeniería; en éste prima el aspecto técnico, mientras que aquel es principalmente económico. Comparten ambos el deseo de ser exhaustivos, no se trata de un bosquejo, de una idea; en ambos casos se trata de un plan sistemático para alcanzar unos fines.

ESTE AÑO SERÁ MÁS COMPETITIVO PARA LA INDUSTRIA MICROFINANCIERA

Nuevos operadores y adquisiciones en IMF

Por César Sánchez Martínez

El economista refiere que para la industria microfinanciera, este año será de reactivación y fortalecimiento, porque a pesar de la crisis en el 2009, las IMF pasaron por un buen momento. Pareciera que en los años más difíciles, las microfinanzas se desarrollan mejor porque es un sistema que opera precisamente en los segmentos más afectados que son los más pobres.

Este año se presentará de manera muy competitiva porque habrá nuevas instituciones y se producirán algunas fusiones, compras y alianzas estratégicas. Precisamente ya tenemos dos nuevas instituciones, se trata de la Financiera Universal de capitales ecuatorianos y de la Financiera Uno, ambas con autorizaciones de funcionamiento. Como se sabe, el sistema financiero se encuentra atendido actualmente por seis financieras, de las cuales cuatro son especializadas en microfinanzas y activas participantes de este mercado. Las otras dos tienen una actividad diferente a las IMF.

Con la incorporación de las dos nuevas empresas, este grupo de intermediarios financieros tendrá ocho operadores, por lo que se espera tener un mayor dinamismo del sistema y competencia en el año 2010. Financiera Universal se orientará a los créditos para la pequeña y micro empresa, y la Financiera Uno, hará lo propio con los créditos de consumo y también



José Zapata La Torre, gerente general de la Asociación de Instituciones Microfinancieras del Perú.

para las MYPE, en virtud que es un mercado más atractivo de atender. Sin embargo, para José Zapata, lo que se debe cuidar mucho con estas incursiones de entidades microfinancieras

y con las que ya existen es el posible sobreendeudamiento del sector.

Bancarización

En mercados abiertos como el peruano, es posible que las entidades de

origen privado, a pesar de cumplir con las exigencias regulatorias, se pudiera estar propendiendo a una mayor competencia desleal en desmedro de los intermediarios microfinancieros netos de nacimiento. Es decir, habrá más bancarización y por lo tanto, podría existir una mayor propensión al sobreendeudamiento de los mejores clientes con ofrecimientos de menores costos y variedad de productos.

La experiencia de las 23 organizaciones miembros de la Asomif Perú, revela que aún hay sectores que faltan bancarizarse y también hay grandes grupos de emprendedores que ante demasiada oferta financiera podría caer en

el sobreendeudamiento, como el caso chileno, donde las tasas de endeudamiento sobrepasan los límites "permitidos o aceptados" en la región.

Riesgos

Zapata La Torre considera que es muy importante que el Estado, a través de sus entidades especializadas, propenda a una regulación del sector, con aplicación realista regulatoria de las medidas de control de riesgo como son los famosos principios de Basilea para el Perú. Si bien se tendrá un "Sistema Financiero inquebrable", lo cual facilita el trabajo del supervisor, también se podría provocar, que siendo este el mejor momento del país por ser

promotores de la aversión al riesgo, se van a nuevamente a elevar los niveles de pobreza y desempleo que es tan importante combatir. La norma es buena, pero de qué vale la norma si no se ejecutan po-



Las pequeñas empresas se beneficiarán con la presencia de nuevos operadores microfinancieros.

Si bien la crisis financiera internacional aún no ha pasado en algunos sectores productivos y de servicios en el país por los estragos que ha causado en sus economías, para el rubro de las microfinanzas, al parecer ya pasó lo peor, según José Zapata La Torre, gerente general de la Asociación de Instituciones Microfinancieras del Perú (Asomif).

líticas adecuadas a la realidad para desarrollarlas. Esa es una principal valla que tienen que sortear las entidades microfinancieras porque son las entidades regulatorias quienes ahora exigen mayor cumplimiento de ciertos requisitos, que muchas veces está fuera del alcance de las

IMF. Esa es la parte que aún falta trabajarse con las instituciones pertinentes, porque limita a las instituciones microfinancieras acceder a créditos del Banco de la Nación, Cofide, Mivivienda, por ejemplo. Si ya están reguladas, por qué exigirles más trabas para acceder a líneas de crédito.

Novedades

Este año se torna muy favorable para la industria microfinanciera. Precisamente, desde que el Banco de Crédito adquirió la Financiera Edificar, el panorama está transformándose y cambiará un poco más. El grupo Romero está a la caza de una Edpyme que le sirva para posicionarse en el mercado norteño, mientras que otras Edpyme (Entidad de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa) pretenden transformarse en Financieras para poder captar dinero del público. Entre estas instituciones está la Edpyme Alternativa (Chiclayo).

Por su parte, el segundo banco del país, el Scotiabank mediante Financiera Crediscotia (compró el Banco del Trabajo) también está a la caza de nuevos operadores. Al parecer, las cajas municipales, por el tamaño de sus patrimonios y dificultad legal para acceder al accionariado, son las únicas no apetecibles para los bancos.

MIEMBROS DE LA ASOMIF

Caja Metropolitana
Credichavin
Caja Los Andes
Caja Profinanzas
Caja Señor de Luren
Caja Nuestra Gente
Edpyme Alternativa
Edpyme Nueva Visión
Edpyme Pro Empresa
Edpyme Solidaridad
Financiera Crear
Banco Mibanco

Caja Rural de Cajamarca
Credinka
Caja Los Libertadores
Caja Prymera
Caja Sipán
Edpyme Acceso
Edpyme Credivisión
Edpyme Pro Negocios
Edpyme Raiz
Financiera Confianza
Financiera Edyficar

NUEVAS INSTITUCIONES

ENTIDAD	NUEVO NOMBRE	SITUACIÓN ACTUAL
Financiera Universal	-----	Autorizado
Financiera Uno	-----	Autorizado
Edpyme Alternativa	Financiera Alternativa	Autorizado
Edpyme Proempresa	Financiera Proempresa	En estudio
Edpyme Nueva Visión	Financiera Nueva Visión	En estudio
Edpyme Efe	Financiera Efectiva	(Tiendas Efe)
Caja Ayacucho	-----	En proyecto
Caja Cajamarca	-----	En proyecto
Caja Chiclayo	-----	En proyecto

Enfoque

¿Para qué le sirve a una empresa un organigrama?

Por Franklin Ríos Ramos

Qué es un organigrama. Es una herramienta gráfica que representa la forma en que una empresa está organizada y ayuda a las empresas a dividir el trabajo de la organización, especializando cada tarea que se tiene que hacer por especialización.

Si es un tema que tiene que ver con el área de Recursos Humanos o Personal como por ejemplo, capacitar, evaluar y seleccionar; todo

A veces, uno piensa que hacer el organigrama de una organización es muy fácil y no es así. Un organigrama es toda una metodología y se construye en base al Planeamiento Estratégico de la organización es decir, no se puede elaborar un organigrama si es que no se tiene un Planeamiento Estratégico y cada vez que se cambie este planeamiento, se modifica también el organigrama.

o que no es comunicado a toda la organización y sólo lo conocen los directores, esto genera que el personal no esté ubicado, no sepa quien es su jefe, no sepa a quién reporta, no sepa cual es su rol dentro de la organización, en que área está incluso; generando luchas

ello lo realizará el área de Recursos Humanos. Si hay algo que fabricar o hacer procesos de operación, todo ello lo hará el área de operaciones.

Este organigrama también nos ayuda a diferenciar los niveles y áreas jerárquicas dentro de la organización entre los trabajadores. Esto genera que el trabajador se ubique en la organización y sepa, principalmente, quién es su jefe, a qué área pertenece, qué naturaleza de trabajo tiene que hacer y principalmente saber cómo aporta su trabajo de área hacia los objetivos de la organización.

A veces, uno piensa que hacer el organigrama de una organización es muy fácil y no es así. Un organigrama es toda una metodología y se construye en base al Planeamiento Estratégico de la organización es decir, no se puede elaborar un organigrama si es que no se tiene un Planeamiento Estratégico y cada vez que se cambie este planeamiento, se modifica también el organigrama.

Pero recordemos que el Organigrama es una parte de cómo una empresa se tiene que organizar, como hemos mencionado, es la parte Macro de la división del trabajo y que tiene que ir siempre con los Procesos para poder organizar; no pueden estar separados.

En Perfil, en la División de Servicios para Empresas, se han encontrado diversas situaciones. Por ejemplo, se han encontrado con organigramas que no se

de poder, caos en todo tipo de organizaciones, grandes y pequeñas.

Otro de los problemas que ocurre es que este organigrama se elabora no de forma técnica sino de manera empírica y menos basada en el Planeamiento Estratégico. Por ello, no interesa qué tamaño tenga la empresa, siempre es necesario que cuente con un Organigrama; si ya cuenta con personal es importante que se defina cual es el rol, a qué área pertenece y cual es la naturaleza del trabajo que van a hacer.

Pero no solamente con un Organigrama podemos decir que la empresa está organizada; debe de cumplirse, respetarse, debe indicar qué funciones cumple cada puesto y junto con ello los Procesos. Un Organigrama más las funciones de cada puesto, se denomina Manual de Organización de Funciones.

Se han hecho llegar documentación sobre cómo se construyen los organigramas en los Ministerios o Entidades Públicas, ya que estos se plantean a través de leyes o decretos supremos y esto en realidad no es lo adecuado, sino en un Planeamiento Estratégico y por ello es importante tener un planeamiento a nivel de Estado.

Para las entidades públicas, a veces la dinámica diaria de la competitividad en los mercados, hace que nos olvidemos de organizarnos; organizando las actividades de la empresa, genera que lleguemos más rápido a los objetivos.

Agenda EMPRESARIAL

Curso Taller Analista de Riesgo Crediticio

Fecha: 4-5 Febrero.
Facilitador: Alfonso Muñoz Canales
Lugar: Av. José Gálvez Barrenechea 790, San Isidro
Telf.: 225-0227
Organiza: Instituto Internacional de Estudios Globales

Taller de Desarrollo Habilidades Profesionales

Fecha: 6 Febrero
Lugar: Cámara de Comercio de Lima
Telf.: 719-0280
Organiza: Centro de Desarrollo Personal y Profesional Perfil.

Escuela de Empresarios

Fecha: Inicio 7 Febrero.
Lugar: IPAE Pueblo Libre y Surco
Telf.: 417-4000
Organiza: IPAE

Programa Prodexpo

Fecha: 8-12 Febrero.
Lugar: Moscú.
Telf.: 616-7400
Organiza: Promperu.

Exposición Empresarial Perú - Rusia

Fecha: 11-12 Febrero.
Lugar: Moscú.
Telf.: 513-6100
Organiza: Mincetur

Feria Magic Show

Fecha: 16-18 Febrero.
Lugar: Las Vegas.
Telf.: 616 7400 anexo 307
Organiza: Promperu

Diplomado Internacional Gestión Integral de Riesgos Financieros

Fecha: Inicio 18 Febrero
Lugar: José Gálvez Barrenechea 790, San Isidro
Teléfono: 225-0227
Organiza: Universidad Sergio Arboleda - Colombia

café & negocios

→ WILFREDO QUIROZ FUENTES



Experiencia en las IMF

El trabajo de las microfinanzas en el país se ha realizado desde diversos ángulos y con enfoques distintos. Algunas personas han contribuido al desarrollo de esta "industria" que cada día sigue creciendo más, constituyéndose en la principal herramienta para combatir la pobreza y mejorar el nivel de vida de miles de peruanos.

Entre estas personas están, de izquierda a derecha, Godofredo Tapay, ex presidente del directorio de la Caja Santa; Luz Limaymanta Rodríguez, jefe de la oficina regional de Junín de la Edpyme Solidaridad; y Roberto Carlos Tello Ecurra, representante de la Corporación Financiera de Desarrollo en el directorio de la Caja Huancayo.

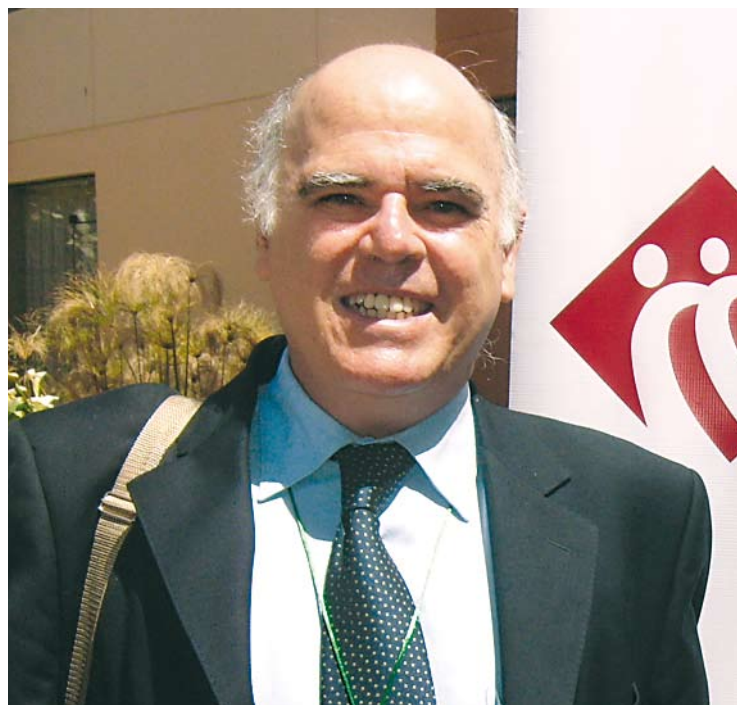


El personaje de la semana

Microfinanzas saluda a César Barreto Rivas, gerente general de la Caja Prymera por el trabajo que realiza la institución financiera al servicio de miles de clientes de Lima y provincias del norte.

Líderes en microfinanzas

Diego Fernández Concha Murazzi, director de Microfinanzas de la ONG Prisma y directivo del PROMUC, viene desarrollando diversas actividades a favor de las IMF peruanas.



Av. Paseo de la República 5639
Miraflores

Teléfonos:
447-1218 / 447-1285

→ Director del Suplemento Microfinanzas: César Sánchez Martínez → Editor: Héctor Kuga Carrillo

→ Diseño: Luis Chapoñán Guerra → Fotografía: Brian Miranda Lara

→ Retoque digital: Manuel Patiño → Corrección: Gustavo Durand

→ Gerente comercial: Cecilia Altez Navarro / caltez@diariolaprimeraperu.com

→ Publicidad: Wilfredo Quiroz Fuentes / wquiroz@diariolaprimeraperu.com / 945-050-919 / RPM *540936