

# MICROFINANZAS



MEDIANTE FRANQUICIAS PARA LAS PYME

# Mercados extranjeros

→ EL BANCO DE LOS DOCENTES



Derrama Magisterial alternativa de financiación.

→ CUMBRE EMPRESARIAL



Pensar en grande es meta de emprendedores.

→ EMPRESARIOS DE GAMARRA



Ante crisis, nace nuevo gremio empresarial.



**Firmados**  
→ CÉSAR SÁNCHEZ MARTÍNEZ  
sanchez@diariolaprimeraperu.com

## Libertades de prensa y expresión en Latinoamérica

El periodismo en América Latina se caracteriza por el abuso que hay en el ejercicio de la libertad de prensa en los diversos medios de comunicación social. Se confunde libertad de prensa con libertad de expresión, que si bien son derechos intrínsecamente ligados, ambos tienen distintas concepciones y funciones. En la región hay normas marcos que regulan el ejercicio de ambos derechos, no obstante, el periodismo a juzgar por algunos periodistas, se encuentra en crisis. Desde el principio de la civilización, pasando por el derecho romano y hasta nuestros días, la legislación es clara en sus atributos, principios y "espíritu" legal. El problema no está en las normas legales, sino en el cumplimiento de las mismas. Por ejemplo, en el caso peruano, la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Constitución Política consagran la libertad de expresión para todos los ciudadanos sin excepción. Es un derecho humano que no puede ser vulnerado. Incluso, la Convención Americana de Derechos Humanos o "Pacto de San José de Costa Rica", garantiza la libertad de expresión como un derecho humano fundamental en la vida de las personas. El inciso Cuarto del Artículo 2° de la Constitución Política del Perú, reconoce la libertad de expresión y garantiza que las personas puedan transmitir y difundir libremente sus ideas, pensamientos, juicios de valor u opiniones. Esta norma también reconoce como principio derivado de la libertad de expresión, la libertad de información o prensa, principio que garantiza las libertades de buscar, recibir y difundir informaciones de toda índole. Es decir, hechos noticiosos que sí pueden ser objetivos y contrastables. Este último derecho es el insumo que tienen los ciudadanos para organizarse creando medios de

comunicación social, con la finalidad de difundir contenidos que no colisionen con el derecho fundamental que tienen las personas que es la libertad de expresión. De ahí que la libertad de expresión con su derivada libertad de prensa y democracia, no sólo tienen significados complementarios, sino que están intrínsecamente ligados desde sus orígenes. Este concepto sólo es entendible en naciones que viven en democracia, porque estos derechos están consagrados en las diversas constituciones políticas. Aunque estos principios rectores también son conocidos en Venezuela, Cuba, Bolivia y Ecuador, en esas naciones no hay libertad de prensa como se conoce y practica en Brasil, México, Argentina, Chile, Colombia y Perú. Hay países donde no tienen garantizadas las libertades de expresión y de prensa. No obstante, en el ejercicio del derecho de información, a veces se confunde la libertad de expresión con la libertad de prensa y se incurrir en infracciones a la buena reputación, intimidad personal

En la región hay normas marcos que regulan el ejercicio de ambos derechos, no obstante, el periodismo a juzgar por algunos periodistas, se encuentra en crisis. Desde el principio de la civilización, pasando por el derecho romano y hasta nuestros días, la legislación es clara en sus atributos, principios y "espíritu" legal. El problema no está en las normas legales, sino en el cumplimiento de las mismas.

y familiar, así como a la buena imagen de las personas. Los periodistas deben tener en claro estos principios y no deben dejarse influenciar por el "rating televisivo", "raking de medios" y "evaluaciones de lectoría". Saber que el derecho ampara a los hombres de prensa, también implica poner en práctica la ética y el respeto a la buena reputación de las personas. La responsabilidad no es sólo de los periodistas, dueños de medios de comunicación social, sino también de los políticos y ciudadanos en general.

CRÉDITOS PARA MYPE BENEFICIAN A MILES DE PROFESORES

# Banco de los docentes: Derrama Magisterial

El sector de las microfinanzas está creciendo cada vez más y está alcanzando nuevos nichos de mercado, especialmente en sectores especializados como es la educación. Sobre el particular, César Augusto Novoa Chávez, jefe del Equipo de Créditos de la Derrama Magisterial nos ofrece un punto de vista muy aleccionador.

Por Zoila Violeta Retuerto Jara

La Derrama Magisterial, aparte de trabajar en la previsión social de sus miembros, también desarrolla un programa denominado "Crédito Social" que tiene por finalidad ayudar a los docentes en la formación de pequeñas empresas, ampliación de algún negocio o simplemente como préstamos para fines del interesado. El crédito social está mejorando cada año y de ser un préstamo de 300 nuevos soles hace unos diez años, se ha incrementado hasta 30 mil nuevos soles a maestros activos. Este hecho ha permitido que los docentes emprendedores desarrollen diversas actividades empresariales bajo varias modalidades. Primero en la formación de nuevas empresas, y segundo, en el fortalecimiento y ampliación de negocios que ya estaban en marcha, creando como consecuencia nuevos y mayores puestos de trabajo. César Augusto Novoa Chávez, experto en microfinanzas y con amplia experiencia en el sector de las pequeñas empresas, revela que es una buena oportunidad para que la Derrama Magisterial contribuya con el desarrollo social del país y bienestar de los maestros mediante la creación de pequeñas empresas. "La Derrama ve constantemente oportunidades de cómo mejorar la vida de los docentes. En la parte de las microfinanzas se generan puestos de trabajo para las familias de los docentes y personas allegadas a ellos", sostiene Novoa, quien también trabajó en la Caja Municipal de Piura, precisamente como



César Augusto Novoa Chávez, jefe del Equipo de Créditos de la Derrama Magisterial.

analista de créditos y responsable de las microfinanzas en esa institución financiera. Explicó que si bien es cierto que el trabajo de la Derrama Magisterial está en todo el país, en Lima se concentra el 10 por ciento de los créditos al sector de las microempresas. De ese porcentaje, son Lima Sur y Lima Norte los sectores más beneficiados con los préstamos. Sin embargo, también es la costa norteña una de las regiones más dinámicas para el acceso al crédito, especialmente Piura, La Libertad, Lambayeque y parte de Ancash. Aproximadamente son 16,000 docentes que están desarrollando negocios vinculados con los servicios y comercio. No obstante, los créditos están orientados a los sectores de la educación, consumo, vivienda y capital de trabajo. Para los profesores, Derrama Ma-

gisterial es el "Banco de los docentes" que anualmente tiene colocaciones por encima de los 400 millones de nuevos soles, cifra nada despreciable para una institución de crédito y previsión social. De ese monto, el 60 por ciento se queda en Lima y el 40% va a las

**Para los profesores, Derrama Magisterial es el "Banco de los docentes" que anualmente tiene colocaciones por encima de los 400 millones de nuevos soles, cifra nada despreciable para una institución de crédito y previsión social. De ese monto, el 60 por ciento se queda en Lima y el 40% va a las regiones Piura, Lambayeque, La Libertad, Arequipa, Junín, Puno y Ayacucho.**

regiones, siendo las más dinámicas Piura, Lambayeque, La Libertad, Arequipa, Junín, Puno y Ayacucho.

Se espera que en el mediano plazo, estos créditos aparte de crecer, lleguen a sectores de la selva y sierra, principales retos de acceso para las microfinanzas en general.

## EL DATO

César Nova, cree que aún falta mucho para alcanzar a estas regiones, pero ese es el reto que tiene la industria microfinanciera peruana. Considera que los créditos deben ser productivos, aprovechando la tasa de interés que aún es baja como la Derrama que está en 1.85%, siendo la media financiera entre 2% y 3% respectivamente.

## ALDEA PYME

### Titulizadora peruana

Las cifras son elocuentes: en el Perú, la penetración de los créditos hipotecarios es de apenas el 3% del PBI, mientras que en países desarrollados llega a representar más del 50% del PBI. A finales de 2009, sólo 133 mil personas, de una PEA que excede los 13 millones, tenían una hipoteca. "Estas cifras, que pueden parecer muy duras, nos hablan a la vez de un tremendo potencial de crecimiento de este sector, impulsado básicamente por el crecimiento económico, bajas tasas de morosidad de la cartera hipotecaria y una exposición casi nula en instrumentos de titulización hipotecaria en el mercado de capitales", señala Enrique Oliveros, gerente general de Titulizadora Peruana, empresa especializada en titulaciones de cartera hipotecaria que se encuentra próxima al lanzamiento de la Primera Emisión de Valores de Titulización Hipotecaria por un monto de US\$ 35 millones. Sabemos que muchas PYME constructoras están ingresando a este mercado. El Perú tiene un déficit habitacional de unos 2.2 millones de viviendas, por lo que la titulización hipotecaria se alza como una alternativa factible al desarrollo del sector hipotecario, facilitando el acceso al financiamiento de más viviendas en el país.

### Pedido a OSITRAN

En una carta dirigida al presidente del Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público (OSITRAN), Juan Carlos Cevallos Ugarte, los gremios empresariales, miembros del Consejo de Usuarios de Aeropuertos, solicitaron que se convoque a la primera sesión de trabajo en la que se instalará ese grupo de trabajo que tiene en su agenda supervisar el cumplimiento de los compromisos de inversión del sector público y privado en los terminales aéreos. Se debe señalar que el Consejo Usuario de Aeropuertos de OSITRAN fue elegido en la primera quincena de diciembre y pese a que ya transcurrió más de 45 días, aún no ha sido instalado.

Por Mario Galarza Peña

**La autosugestión**  
El vehículo para influir en el subconsciente. -vea y sienta el dinero en sus manos. Los psicólogos le llaman autosugestión, yo si creo que funciona, lo que exige es disciplina y cumplir lo que uno se propone, le voy a plantear un juego de negocios sobre este punto, espero desarrollarlo en este artículo y que le guste y lo aplique. Imaginemos que usted tiene un producto, es moderno, práctico e innovador, esta hecho para las amas de casa, es un limpiador quitamanchas, conoce el mercado, sabe quienes compiten con usted, siempre verifica los precios y las alternativas, sin embargo las ventas no mejoran, el producto no vende; no se preocupe, existe un maravilloso secreto para que esto funcione.

### El conocimiento especializado

No olvide usted es un especialista en su negocio, conoce los pro y los contra de su producto, sabe quien es mejor de la categoría, analiza las innovaciones, entonces que esta pasando. Lo que esta pasando es que usted esta concentrado en el producto, no en el mercado, dicho de otra forma, en el cliente. Haga que sus ideas rindan beneficios por medio del conocimiento especializado.

### La imaginación

El taller de la mente. Ejercite su imaginación. Haga uso práctico de la imaginación. Pregúntese por ejemplo ¿Qué haría yo si tuviese un millón de dólares? Vea como convertir sus ideas en dinero efectivo. Usted dirá esto es relativo, no sencillamente no, hace unos años un escritor hacía notas, artículos y textos de actualidad y no generaba ingresos que justificaran su esfuerzo, un buen día puso en ampliación de fotocopia un billete en el techo de su dormitorio, con el símbolo de cien mil dólares, cada noche cuando iba a descansar miraba el billete con esa fabulosa cantidad, cuando despertaba se encontraba con el impacto de esa cifra.

Una mañana en la ducha dijo, voy a dictar una conferencia y le voy a poner tanta fuerza que me generara esos cien mil dólares. Dicto la conferencia con gran entusiasmo y fue ovacionado, al concluir, una famosa periodista le pidió una entrevista y lo indujo a escribir un libro, el resto es historia, gano no solo cien mil dólares, hoy es un gran escritor y conferencista que gana millones de dólares. No olvide el proceso, es mental; nosotros le dictamos a nuestra mente lo que queremos y lógico, actuamos en base a ese objetivo, y claro que lo logramos.

### La planificación organizada

La cristalización del deseo en acción. Si su primer plan fracasa, ¡intente otro! Planifique su tra-

PEQUEÑAS IDEAS PARA GRANDES NEGOCIOS PRONTO EN LIMA

# La riqueza empieza con una idea

La cantidad está limitada sólo por la persona en cuya mente esa idea se pone en movimiento. ¡La fe elimina las limitaciones! Cuando esté preparado para negociar a la vida lo que usted desee, recuerde: usted es el que pone el precio por obtener lo que quiere.



En abril próximo se realizará un cumbre de pequeñas empresas y emprendedores con la finalidad de alcanzar el éxito en los negocios.

bajo, sea perseverante, cuente con buenos hábitos, sea tenaz y constante, el éxito lo alcanzan los que nunca desmayan en seguir adelante a pesar de las adversidades, no existe un costo para el

éxito, existe uno para el fracaso, persista, intente una y otra vez, sea creativo, recuerde las personas que fallan, fallan los eventos, yo le llamo fracasos exitosos, si porque se intento y no se logró, pero que

bueno, lo intentamos, luego volvemos a intentarlo y claro que si funcionó, no se olvide nos miden por los resultados positivos, no por los errores, así que intente y sea constante.

## Es cuestión de decisión

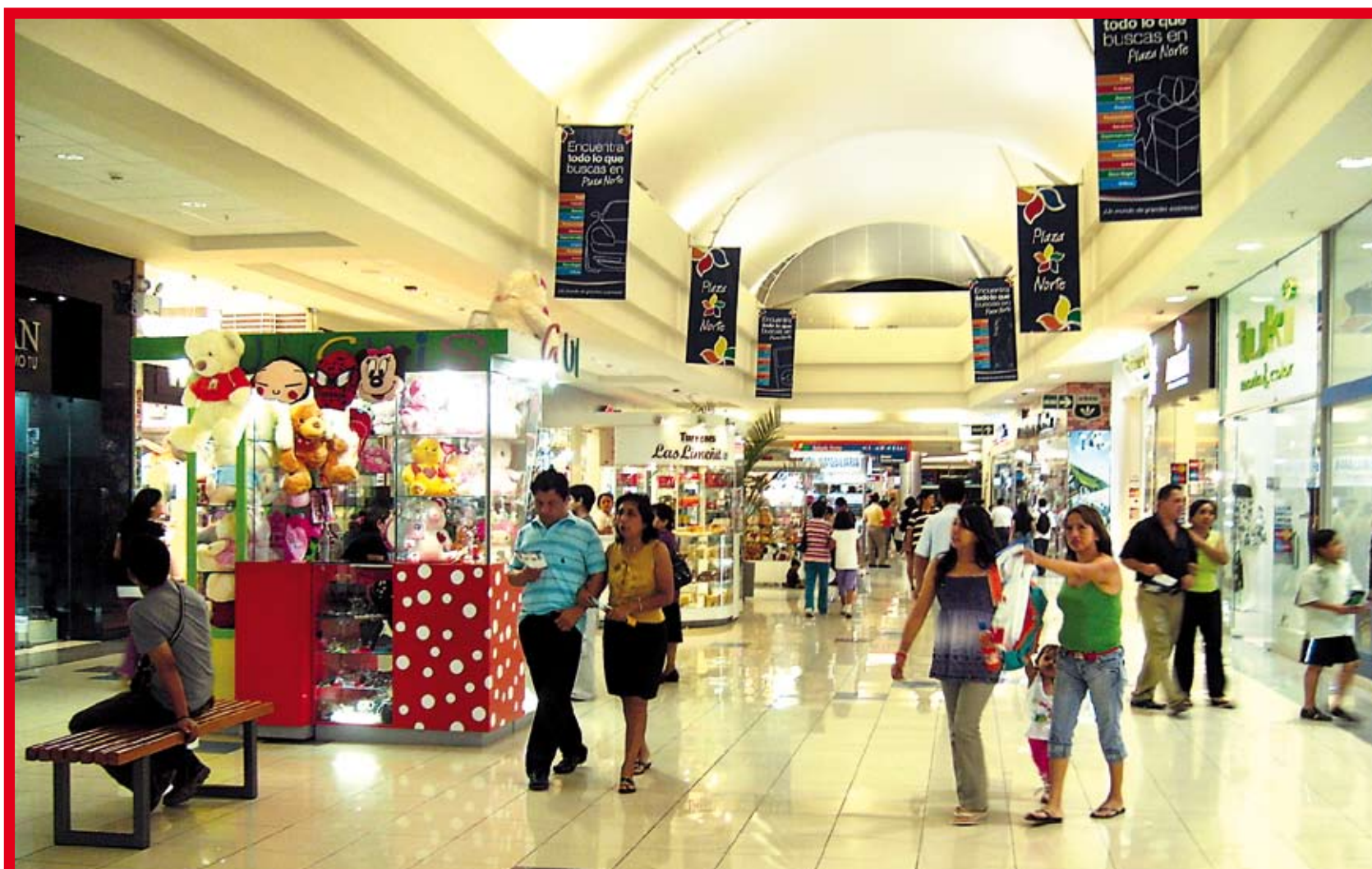
● Sepa lo que quiere y, en general, lo conseguirá, solo esta en que usted lo decida, hay un pasaje muy ilustrativo sobre este punto en el libro, "Piense y Hágase Rico", de Napoleón Hill, es sobre un joven llamado, Edwin Burnes, que aspiraba conocer y ser socio de Tomas Alva Edison, era muy pobre, pero soñaba en conocerlo, trabajar para él y ser su socio, todo aquel que lo escuchaba se sonreía, de tremendo atrevimiento, pero lo que no sabían es que dentro de este joven había una decisión y para ello se preparo.

La historia nos cuenta que tomó un tren y llego a las instalaciones de Tomas Alva Edison, se presentó y no lo dejaron ingresar, su apariencia no generaba confianza, pero el insistió y el mismo Edison lo recibió, años después diría que este joven no tenía un aspecto agradable, pero en sus ojos se veía que estaba dispuesto a todo. Trabajo en labores simples, pero atento al gran genio, hasta que la oportunidad apareció, Edison acababa de inventar una maquina de dictados, sus vendedores estaban escépticos que el producto funcionara y sea aceptado por sus clientes, Burnes le propuso a Edison, que le diera una oportunidad, le dijo, "si usted me da vestido, enseñanza, le prometo que no lo defraudare", y claro que no lo defraudó, Burnes

vendió tantas maquinas, que gano más de tres millones de dólares en comisiones ¡ah! Y como era de esperar fue socio comercial de Edison, él se dedicaría a inventar y mejorar sus productos. De esa decisión estoy hablando, Burnes tenía todo para ser un perdedor y nadie lo podía juzgar, venía de una familia muy pobre, pero ¡no!, el tenía en si mismo una decisión clara en su vida, en su futuro y lo logró. Bien, ahora le pregunto a usted ¿Tiene una decisión clara?, no me conteste ahora, pero le sugiero que si la tiene, por favor hágala realidad, ¡usted merece hacerla realidad y alcanzar el éxito!



Cada vez se modernizan más los negocios.



El conglomerado comercial de Gamarra no tiene nada que envidiar a centro comercial alguno.

MEDIANTE FRANQUICIAS INTERNACIONALES PERÚ ESTÁ PRESENTE

# PYME gana nuevos mercados foráneos

Por Héctor Kuga Carrillo

El mercado peruano de franquicias ha venido respondiendo positivamente a los esfuerzos que se han realizado por parte del sector privado y por el apoyo recibido de la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo, Promperu.

“El sector que más ha sabido aprovechar este modelo de expansión ha sido el sector gastronómico, el cual representa casi el 70% del mercado. En ese sentido, a nivel internacional las preferencias de las franquicias peruanas se encuentran en Latinoamérica, la cual representa el 89%, debido a las condiciones de cercanía, idiosincrasia e idioma, ventajas que le permiten al empresario peruano estructurar y administrar su Red de Franquicias, más aún cuando éste debe proveer de asesoría técnica permanente, que le permita generar valor al franquiciado, señaló el gerente comercial de Perfranchise, Miguel Castillo.

Precisamente, con la finalidad de impulsar las franquicias peruanas en el

mercado internacional, la Consultora Perfranchise ha suscrito con la Red The Franchise Center, un convenio que le permitirá impulsar a las franquicias peruanas en el mercado internacio-

**El mercado peruano de franquicias ha venido respondiendo positivamente a los esfuerzos que se han realizado por parte del sector privado y por el apoyo recibido de la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo.**

nal, identificando a inversionistas interesados en los conceptos peruanos. Además apoyará a las empresas en la tropicalización de sus manuales, aspecto importante a tener en cuenta al momento de ofrecerlos en los diferentes mercados.

Por ello, estuvo en Lima, María Teresa Valencia, presidenta de Valencia Hoyos Asociados de Colombia, una de las empresas miembro de la red The Franchise Center, quien estuvo en el

lanzamiento de la alianza estratégica con Perfranchise. Es importante afirmar que la empresa que representa la señora María Teresa Valencia, ha sido premiada por la calidad de sus servicios en la última Feria Andina y Negocios de Franquicias en Colombia. Asimismo resaltamos que dentro del Programa de Franquicias promovido por el Banco Interamericano de

Desarrollo y la Cámara de Comercio de Medellín, a través del cual se logró desarrollar las franquicias en Colombia, esta consultora fue calificada como la primera firma consultora en Colombia por el BID, y las ocho Cámaras de Comercio participantes en el programa. De acuerdo a la especialista colombiana “Es muy importante tomar en consideración el lenguaje, los costes de inversión y de operaciones, así como la parte tributaria de las franquicias. De

ahí que su presencia en nuestro país le permitirá evaluar a los candidatos y determinar su grado de potencialidad que tendrían para las franquicias en los diferentes mercados de Latinoamérica”.

The Franchise Center, es la primera empresa multinacional latinoamericana dedicada al asesoramiento para la creación de franquicias, apoyo en las negociaciones, desarrollo de planes estratégicos, comercialización y administración de red de franquicias, programas de capacitación en franquicias y otros temas. Opera a través de firmas consultoras de gran recorrido y experiencia en Ecuador, Colombia, Argentina, Uruguay, Venezuela, Panamá y México, todos ellos y a través de ellos en Chile, Paraguay, Costa Rica, República Dominicana. Ahora se incorpora Perú con la consultora Perfranchise. Entre todos sus miembros suman más de 300 conceptos franquiciados en toda América Latina

Adicionalmente representamos franquicias de varios países del mundo que desean comercializar sus conceptos en América Latina.

Uno de los miembros de The Franchi-

**Las empresas peruanas, especialmente las PYME, podrán promover sus negocios en diversos mercados internacionales mediante las franquicias en países como Colombia, Argentina, Ecuador, Uruguay, Venezuela, México, Costa Rica, Estados Unidos y Panamá. La consultora Perfranchise, realizó una alianza estratégica con The Franchise Center para impulsar los negocios locales en diversas ciudades de América Latina.**



Kevin Muto Lam, Juan Carlos Mathews, María Teresa Valencia, Miguel Castillo, Gabriela Bardales y José Mendoza.

se Center, ha desarrollado un software denominado “Franquiciared”, que permite administrar las Redes de Franquicias con indicadores de gestión, el cual estará a disposición de las empresas peruanas que promoveremos a nivel internacional para mejorar la administración de conceptos.

Perfranchise, fue constituida e inició operaciones en el 2009, ofreciendo al mercado una diferenciación en el desarrollo de los manuales de franquicias bajo estándares de la ISO 9000, haciéndolas más seguras y confiables. Así tenemos a empresas como Mi Propiedad Privada, Matsuei, Punta Sal, entre otras. También a otras empresas que no son del rubro de la gastronomía.

Este año nuestra consultora lanzará la primera revista especializada de franquicias, la cual permitirá a las empresas de diferentes sectores conocer un poco más sobre las ventajas y desventajas del modelo de gestión. Además de conocer la situación en otros países, serán orientados por especialistas de diferentes sectores y conocerán historia de éxito. Esta publicación será distribuida a nivel nacional e internacional.

## Sociedad empresarial y gremial de Gamarra

Aunque el grupo ya tiene dos años de formado, recién está presentándose en sociedad ante los serios problemas que afronta el conglomerado más grande de América Latina. Por Asamblea Constitutiva efectuada el 21 de Abril de 2008 se fundó la “Sociedad Empresarial y Gremial Gamarra Perú” (SEGGAPE) y se inscribió con partida N° 12174217 con la asistencia de diez presidentes gremiales, seis presidentes de Juntas de Propietarios de Campos Feriales y Galerías, y muchos empresarios independientes; con el compromiso de promover la más amplia organización y unidad empresarial en el emporio de Gamarra. Mediante el empadronamiento y la dirección de la Junta Directiva y con presidencia de Crisanto Abregú Canales, el grupo pretende defender los intereses de Gamarra y promover sus negocios en otros mercados. Por el momento, la SEGGAPE agrupa a la

**La visión es ser la organización líder en integración de empresarios textiles, en sus diferentes áreas diversificadas que hacen posible el comercio gremial, capaz de identificar y realizar al desarrollo económico, social y cultural de nuestro medio.**

mayoría de empresarios del sector de confecciones y afines, entre ellos empresarios independientes y gremios representativos del sector textil de Gamarra, Lima Metropolitana y otros gremios como la Sociedad Nacional de Confecciones, Asociación de Confeccionistas del Sector Lima Cercado, Productores de Chompas de Perú, Comité de MYPE Textiles, entre otros grupos del interior del país.

El grupo tiene por misión, promover la unidad de los empresarios y gremios que desarrollan actividades económicas dentro del “Damero de Gamarra”, que debidamente articulados, logren un crecimiento ordenado, mejoren su productividad y salgan al mercado con mayor calidad y con precios competitivos; condi-

ciones necesarias para lograr un desarrollo sostenible y mejorar el bienestar de los empresarios y sus trabajadores.

La visión es ser la organización líder en integración de empresarios textiles, en sus diferentes áreas diversificadas que hacen posible el comercio gremial, capaz de identificar y realizar al desarrollo económico, social y cultural de nuestro medio.

Entre los objetivos está la generación de una cultura de unidad para enfrentar con éxito los grandes retos y amenazas que implica la globalización de los mercados. También crear las condiciones para que los empresarios asociados en SEGGAPE aprovechen los beneficios municipales, regionales, nacionales y los tratados internacionales; así como mantener una

jointa directiva que represente y luche por los intereses de la asociación, mediante proceso electoral democrático. Asimismo, promover el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, hacer consorcios para las compras estatales y privadas, promover las cadenas productivas y generar puestos de trabajo; además incentivar proyectos inmobiliarios para la compra de locales comerciales y talleres orientados a nuestros asociados.

Con respecto a la innovación tecnológica, se pretende la compra de maquinaria de última generación, la organización de ferias y ruedas de negocios, la capacitación con métodos prácticos que mejoren la calidad productiva textil.



Dirigentes celebran formación de la sociedad empresarial.

## Agenda EMPRESARIAL

### 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

### Feria Tecno Muebles 2010

Fecha: 18 - 21 Marzo.  
Lugar: Parque Industrial  
Villa El Salvador.  
Telf.: 446-1586 / 242-7105  
Organiza: CITE Madera

### Cumbre 2010 para Emprendedores

Fecha: 27 Marzo  
Tema: "Piense en grande y  
hágase rico"  
Expositor: Mario Galarza  
Peña  
Telf.: 241-34-15  
Lugar: Hotel Riviera  
Organiza: Management  
Group

### Diplomado Internaci- onal Gestión Integral de Riesgos Financieros

Fecha: Abril 2010  
Lugar: José Gálvez Barrene-  
chea 790, San Isidro  
Teléfono: 225-0227  
Organiza: Universidad Ser-  
gio Arboleda - Colombia

### Feria Especializada TecnoAgro 2010

Fecha: 11-13 Ago. 2010  
Lugar: Real Felipe  
Web: www.targetcomuni-  
caciones.com.pe  
Organiza: Target

### Programa Prodexpo

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

# café & negocios



→ WILFREDO QUIROZ FUENTES

## Los socios estratégicos

El rol del periodismo especializado en economía es muy importante para el desarrollo de los negocios. En la foto observamos de izquierda a derecha a Loida Caldas, María Elena Manyari, Zoila Retuerto Jara y Juan Loli. Para los periodistas de economía, el rol de los medios sirve no sólo para posicionar una marca o producto, sino también para reforzar negocios que están empezando, reforzando de esta manera, la tarea emprendedora de muchos peruanos. Por esa razón se considera al periodismo como socios estratégicos en cualquier función empresarial y emprendedora. En el Perú el 96 por ciento del total de empresas son precisamente PYME y MYPE, sector al cual las microfinanzas ayudan a crecer y expandirse en diversos mercados del interior, e incluso, del extranjero. bien por quienes hacen empresa en el Perú.



## El personaje de la semana

Microfinanzas saluda a Juan Carlos Mathews, director de Promoción de las Exportaciones, para el apoyo a las PYME.

## Líderes en microfinanzas

En el país son muchos los emprendedores que cada día hacen nuevos y mayores negocios como Gabriela Bardales, gerente general de la joyería Thaya 925.



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: Enrique Torres Cordero / etorres@diariolaprimera.com

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