

MICROFINANZAS



EL APORTE QUE LA
ECONOMÍA REQUIERE

Mujeres PYME

➔ ROSSIO BARRIOS



**Profesionales
con nueva visión**

➔ ASOCIATIVIDAD MYPE



**Plantea Alexandra
Ames para Lima Norte**

➔ CAJA HUANCAYO



**Invierte US\$ 5 millones
en Imperio Plaza**



Firmados
→ CÉSAR SÁNCHEZ MARTÍNEZ
csanchez@diariolaprimeraperu.com

Ley de Igualdad y Oportunidades para hombres y mujeres

Se acaba de celebrar el Día Internacional de la Mujer y es muy importante recordar a aquellas personas (madre y padre a la vez) que salieron adelante mediante un negocio y ahora con orgullo pueden decirnos "Mis hijos son profesionales". Estamos seguros que hay muchas historias para escribir y muchas de ellas representan vidas sacrificadas de mujeres emprendedoras, no sólo en el campo empresarial sino también en el profesional. Sin embargo, a pesar de estar en pleno siglo 21, aún no se cumple la Ley de Igualdad y Oportunidades para hombres y mujeres (LIO). Aún son pocas las mujeres empresarias que llegan a tener éxito por diversas razones. Todavía está el clisé de la cara bonita para acceder a un puesto de trabajo, previa "condiciones" de la autoridad laboral y por cierto que con salarios menores al hombre que podría hacer también lo mismo en el ámbito laboral. La Ley de Igualdad de Oportunidades (N° 28983) promulgada por el Congreso de la República en 2007, al parecer ha hecho poco por las mujeres. Ejemplos sobran. Cuando trabajaba en el Congreso de la República estuve vinculado a un grupo de trabajo sobre abusos laborales en las mujeres. Grande fue mi sorpresa cuando llegaban casos de diversas cadetes que habían sido violadas o maltratadas por sus superiores y que tenían que quedarse calladas, para evitar ser expulsadas de las instituciones castrenses, y nos referimos a nuestras históricas escuelas militares de Chorrillos, Naval y Fuerza Aérea. Por cierto que no se trata de la instituciones que merecen todo nuestro respeto, sino de algunos malos oficiales o cadetes varones que son cubiertos por sus colegas, bajo el falso espíritu de cuerpo o porque no se debe difundir estos hechos a la prensa. En el ámbito laboral, también hay

mucho por hacer. Muchas mujeres siguen ganando menos que los varones por el mismo trabajo que realizan. Salvo honrosas excepciones, casi siempre se abusa de las mujeres. Recuerdo que trabajaba en un diario especializado en economía, centro laboral donde las periodistas tenían que dejar de trabajar por el motivo de haber salido embarazadas en el caso de las casadas. La razón era que ellas ya no estarían en condiciones de trabajar por el nuevo estado de salud. Por cierto que eso no venía de la redacción, sino de la gerencia misma. Si bien es cierto que hay avances en las cuotas para participar políticamente en las diversas elecciones, en un caso debe haber un 30 por ciento de mujeres. ¿Por qué no un 50 por ciento ya que

En pleno siglo 21, aún no se cumple la Ley de Igualdad y Oportunidades para hombres y mujeres. Aún son pocas las mujeres empresarias que llegan a tener éxito por diversas razones. Todavía está el clisé de la cara bonita para acceder a un puesto de trabajo, previa "condiciones" de la autoridad laboral y por cierto que con salarios menores al hombre que podría hacer también lo mismo en el ámbito laboral.

hablamos de igualdad de oportunidades? Lo peor de todo es que muchas mujeres están contentas con ese 30 por ciento. Claro, ante la situación anterior algo es algo, pero no es justo. Creo que el mundo está cambiando y eso debe incluir nuestra forma de pensar. Saludo a las presidentas Michelle Bachelet y Cristina Fernández de Kirchner, así como la nominación de Hilary Clinton en la Secretaría de Estado de los Estados Unidos. También la decisión de José Rodríguez Zapatero de tener la mitad de su gabinete en manos de mujeres. ¿Será posible que eso ocurra en el Perú? Creo que aún nos falta. Es buena la Ley de Igualdad de Oportunidades, pero como tal lo dice la misma ley "entre hombre y mujeres". Ojalá que se cumpla y se respete en todo el ámbito nacional.

UNIVERSIDAD CONTINENTAL FOMENTA "EMPREENDEDORISMO"

Alta gerencia para mujeres líderes

Por Zoila Retuerto Jara

Para la directora académica, la formación integral del profesional es clave para desarrollar diversas habilidades para la vida, incluyendo al emprendedorismo como herramienta básica de trabajo. Todo empezó cuando se desarrolló un programa de liderazgo en convenio con la Corporación Andina de Fomento orientado a los líderes de todos los estamentos sociales como los programas del Vaso de Leche, comedores populares, universidades, líderes religiosos, entre otros. Esta iniciativa fue desarrollada por la Universidad Continental y tuvo gran aceptación en la comunidad, de tal manera que muchas personas, especialmente mujeres, se capacitaron y ahora son profesionales exitosos en los lugares donde sirven.

Durante unos diez años, Escuela de Postgrado de la Universidad Continental operó como Escuela de Gerencia Continental, experiencia que ahora le permite a ese claustro universitario suscribir convenios con instituciones internacionales para desarrollar diversas maestrías para los profesionales emprendedores que deseen iniciar o ampliar negocios exitosos. Los convenios tienen el respaldo del Instituto Ortega y Gas-



Rossio Barrios Ipenza, directora académica de la Escuela de Postgrado de la Universidad Continental.

set de la Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Alcalá de Henares y Universidad de Cataluña (Barcelona). Sin embargo, también los profesio-



Mario Galarza Peña.

MARIO GALARZA PEÑA SERÁ EXPOSITOR DE CUMBRE EMPRESARIAL

Capacitará a emprendedores

Con el propósito de capacitar a los emprendedores de la MYPE y PYME, unos 500 empresarios participarán en la Primera Cumbre Empresarial para Emprendedores denominada "Piense en grande y hágase rico", certamen organizado por la empresa Management Group, especializada en marketing y la consultora Status Comunicaciones, institución especializada en imagen corporativa para pequeñas empresas e industria microfinanciera.

La cumbre que reunirá a cientos de empresarios y emprendedores de la pequeña y micro empresa tiene como propósito compartir entre los asistentes, los principios para gestionar un negocio con eficiencia y tener éxitos en las ventas. El expositor será el experto en marketing empresarial Mario Galarza Peña, autor de varios libros especializados en el tema y expositor en diversos foros para

Cada día, las mujeres siguen perfeccionándose en diversas actividades empresariales y académicas, especialmente en aquellas donde el componente emprendedor está presente. Esa es la experiencia que desarrolla la Escuela de Postgrado de la Universidad Continental, según Rossio Barrios Ipenza, directora académica de ese centro de estudios superiores.

nales emprendedores pueden aplicar para la maestría de Administración de Negocios en convenio con la Universidad de La Plata, que es una de las principales universidades públicas de Argentina, después de la Universidad de Buenos Aires. El ingrediente innovador del emprendedor que practica la Escuela de Postgrado de la Universidad Continental, radica en la especialización integral del profesional peruano, de acuerdo con las tendencias de las universidades europeas, que enfatiza la formación en el "ser". Por cierto, el 50 por ciento de los docentes de las maestrías son profesores extranjeros, ingrediente que colocan a la Universidad Continental en una institución líder en formación superior, basada en principios y valores. Por ahora, la universidad está desarrollando programas en Lima, Huanuco y Arequipa, apoyando a profesionales emprendedores en diversas materias humanas y empresariales. El mundo globalizado exige cada vez, tener una mentalidad emprendedora, innovadora y creativa a la vez.

ALDEA PYME

Aeropuerto con escáner

Asociación de Exportadores (ADEX), saludó la rápida reacción de las autoridades peruanas que el miércoles último implementaron en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, un escáner donado por la Embajada de EE.UU., que será usado en la revisión de las exportaciones e importaciones. Se debe recordar que el gremio exportador informó hace una semana que a partir de agosto de este año, todos los productos que se exporten vía aérea a Estados Unidos deberán pasar obligatoriamente por un escáner, de ahí su pedido para que se implemente ese sistema de control en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.



PLANTEA SOCIÓLOGA ALEXANDRA AMES PARA LIMA NORTE

Asociatividad para crear nuevos negocios MYPE

Por Héctor Kuga Carrillo

Alexandra es una joven socióloga, egresada de la Pontificia Universidad Católica del Perú, pero con profunda sensibilidad para ayudar al prójimo. En su trabajo cotidiano ha descubierto que son las mujeres emprendedoras, quienes desde diversas situaciones salen adelante por sus familias. Por esa razón, ha visto que los talleres que se brindan para capacitar a las mujeres de los pueblos jóvenes y comunidades emergentes son claves para ayudarlas a salir adelante. De ahí que sus proyectos sociales están orientados a fomentar la actividad emprendedora que van desde la joyería y la chocolatería hasta la costura rápida y pinturas en madera. Alexandra cree firmemente que las MYPE son herramientas para que muchas mujeres salgan de la pobreza, principio fundamental de la industria

microfinanciera. De ahí que recuerda, hasta con nostalgia cómo las madres del Vaso de Leche o cualquier programa social se organizan y confeccionan sus peluches, que después son comercializados en tiendas elegantes de Miraflores, San Isidro o San Borja. Durante su experiencia como regidora por el distrito de Santa Rosa ha desarrollado diversas actividades para bienestar de miles de madres. La prueba está en el cambio del estilo de vida de varias de ellas que ahora son exitosas comerciantes. Aunque el distrito no haya avanzado como se hubiera querido, estas mujeres sí que supieron salir adelante y estamos seguros que seguirán creciendo empresarialmente. Como académica, Alexandra ha desarrollado una maestría en España y otra en la Pontificia Universidad Católica del Perú, conocimientos que le permiten ahora proponer la estrategia de la asociatividad para que las mujeres emprendedoras crezcan empresarialmente.



Alexandra Ames Brachwicz, emprendedora del distrito de Santa Rosa.

¡Ahorros y Créditos para todos!

¡Siempre cordiales!

Visítanos en Lima:

- Av. Túpac Amaru 985 - Comas ● Av. San Luis 2133 - San Borja ● Jr. Cusco 415 - Lima Centro ● Av. 28 de Julio 1165 - La Victoria
- Av. General Garzón 1414 - Jesús María ● Av. Antúnez de Mayolo 1362 - Los Olivos
- Av. Carlos Izaguirre 275 Int. 9 C.C. Multicenter - Independencia ● Urb. Santo Domingo Mz. "C" lote 11 (óvalo Pte. Piedra)- Puente Piedra

CAJA MUNICIPAL SULLANA

Estamos también en: TUMBES - PIURA - LAMBAYEQUE - CAJAMARCA - LA LIBERTAD - ANCASH - ICA - AREQUIPA www.cmac-sullana.com.pe



El trabajo no sólo se hace a la medida, sino que también implica el asesoramiento en los pequeños detalles que engrandecen a las corporaciones.



Emprendedora Rosa Farach, fundadora de las marcas Farach y Xamhara, líderes en ropa de vestir para hombres y mujeres.

ROSA FARACH, CREADORA DE DISEÑOS EXCLUSIVOS PARA EMPRESAS IMPORTANTES

Mujer emprendedora

Ingresar al mundo de la moda no fue fácil para Rosa Farach, porque tuvo que esforzarse para ganarse un espacio en este complicado y sofisticado mercado especializado en diseño, modas, tendencias internacionales y hasta confecciones convencionales. Empezó comprando y vendiendo diversas confecciones, hasta terminar desarrollando dos marcas propias y tener como clientes a las empresas más importantes del país.

Por César Sánchez Martínez

Rosa Farach es una emprendedora que empezó desde "abajo". Al principio compraba y comercializaba diversas prendas de vestir, hasta que decidió desarrollar una marca propia. Su fe evangélica la hizo crecer y la motivó a crear trajes y vestidos como aquellos que se exhiben en Milán, Nueva York, París, Buenos Aires, Sao Paulo, Madrid o Londres.

Siempre tiene presente que sus logros son bendición del Altísimo y por esa razón se esfuerza en dar lo mejor en todo lo que se propone hacer. A la edad de 14 años de edad, aún en la etapa escolar, ya tenía la curiosidad por la moda. Esa curiosidad la llevó a ingresar al negocio de las ropas de vestir. Compraba algo ya confeccionado y lo vendía, así como jugando. De la adolescencia a la juventud pasó momentos gratos y adversos, pero aún los difíciles fueron una escuela para ella. Aprendió todo

lo que se necesitaba para desarrollar un negocio exitoso. Para ello se preparó estudiando lo que necesitaba: Diseño y modas. Las revistas internacionales de moda eran sus "publicaciones de almohada" y alimentaban cada día sus sueños de tener una empresa que confeccione los vestidos más hermosos que ella podría usar o compartir. Con el transcurrir del tiempo se perfeccionó y logró confeccionar vestidos y trajes sencillos, pero la experiencia de la vida, la llevó a de-

sarrollar trabajos en volúmenes y fue ahí donde decidió formar la empresa Farach. Durante mucho tiempo confeccionó diversas prendas para otras marcas que se comercializaban en Saga Falabella. Al principio sus clientes eran amigos y familiares. Luego pequeñas empresas. Ella mismo se presentaba en negocios MYPE para ofrecer sus servicios y en algunos casos, el negocio

presarial cuando tuvo la oportunidad de tener como cliente al Banco de Crédito de Perú. Se trató de confeccionar los uniformes para el personal de esa entidad financiera. Se esforzó en cumplir con el compromiso laboral e hizo un excelente trabajo que le permitió ganar otras licitaciones. Fue en esas circunstancias cuando afirmó su fe evangélica, virtud que le sirvió para orar por sus clientes, trabajadores y proveedores. "Dios se encargaba de tener gracia con mis clientes y eso permitía tener siempre trabajos por hacer", recuerda Rosa Farach, cristiana

Rosa Farach anima a las emprendedoras de todo el país a asumir los retos que se le planteen y formar empresas, porque el verdadero negocio no está en lo que se comercializa, sino en el espíritu que se tiene para hacer las cosas.

se daba. Así empezó todo. Ahora la llaman por teléfono, no sólo para averiguar qué tipo de uniformes o trajes confecciona, sino para pedirle cantidad de prendas. Fue en su etapa de crecimiento em-

na evangélica desde su juventud y madre de un adolescente. Luego tuvo como clientes a los entonces Banco de Lima, Banco Wiese y Banco Sudameris (Todos ellos, ahora Scotiabank). Esa experiencia la po-

Experiencias de vida

Rosa Farach ha tenido buenas y malas experiencias. Las buenas casi están anotadas en este reportaje, pero también hubo momentos difíciles. "Todo empresario tiene momentos adversos, pero no debe dejarse amilanar por ello. En mi experiencia tuve momentos muy difíciles, pero gracias a Dios, salí adelante. Una de las etapas adversas fue cuando me robaron y casi estuve en la quiebra. También cuando el personal es desleal y no contribuye con el logro de los objetivos. Hacer empresa en el Perú, no es fácil, pero se requiere estar compenetrado con el mismo para no sucumbir en el intento", sostiene la emprendedora. Ella cree que siempre habrá tiempos

difíciles, pero éstos deben mirarse fríamente para tomar las decisiones adecuadas. Aún las pruebas son parte del crecimiento empresarial, especialmente en un mundo cada vez más competitivo y globalizado. Incluso al inicio, el machismo era una limitante, pero eso ha cambiado con el tiempo. Ahora hay empresarias tan exitosas como los varones. Al final de cuentas, el éxito no está en el género sino en la dinámica de la gestión empresarial. Por esa razón, Rosa Farach anima a las emprendedoras de todo el país a asumir los retos que se le planteen y formar empresas, porque el verdadero negocio no está en lo que se comercializa, sino en el espíritu que se tiene para hacer las cosas.

sionó como empresa especializada en uniformes para el personal y la marca "Farach" seguía creciendo en el mercado de uniformes laborales. "La verdad es que empecé muy

temprano y Dios permitió que la empresa se consolidó como organización exitosa", revela la emprendedora, quien también tuvo como cliente al Banco Interbank. Paralelamente con sus estudios y trabajo también tuvo la oportunidad de viajar y conocer otras realidades. Ver en diversas ciudades las oportunidades laborales en su segmento generó en ella ideas creativas para fortalecer a su empresa. Ya tenía la experiencia con empresas bancarias y ahora necesitaba incursionar en

otros rubros de la actividad empresarial. Nuevas empresas tocaron sus puertas para solicitarle sus servicios. Así llegaron las tiendas por departamentos Ripley y la aerolínea LAN.

También un primer paso es aprovechar todas las ventajas del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos para ingresar a esa plaza, especialmente en el mercado latino. El TLC ayudará mucho para lograr sus objetivos.

Con la marca "Farach" ya está en el mercado de uniformes, pero con la marca "Xamhara" desea ingresar con fuerza en el mercado de la moda. También ha realizado muestras y catálogos para el mercado español. Asimismo, ha trabajado para el mercado venezolano, mediante un factoring. La idea es ingresar a esos mercados con marca propia.

Perspectivas y retos

Entre sus planes de corto y mediano plazo, Rosa Farach está desarrollando diversas estrategias empresariales referidas a la ropa de vestir. La marca "Farach" ya está posicionada en lo que se refiere a uniformes, pero la marca "Xamhara" se orienta a la ropa de boutique. Por ahora está desarrollando las bases para incursionar en el mercado con marca propia ya sea para comercializarse en las tiendas por departamentos y boutiques exclusivas, sino también tener su propia tienda de modas, con ropa para todos los precios, pero en ropa de vestir. Con "Xamhara" en el mercado, ya no será necesario viajar a Milán, Roma,

París o Nueva York para adquirir prendas exclusivas, tampoco se tendrá que pagar altas sumas de dinero para adquirir un vestido de calidad. Ya está ingresando al mercado de provincias y está presente en las principales ciudades del país. Tal vez en un año, sus prendas puedan comercializarse en cualquier tienda "El Corte Inglés" de Madrid o Barcelona, que es una prioridad para la emprendedora. También un primer paso es aprovechar todas las ventajas del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos para ingresar a esa plaza, especialmente en el mercado latino. El TLC ayudará mucho para lograr sus objetivos.

Aparte de los trajes sastrería y uniformes, también el grupo empresarial ha desarrollado otra marca para mujeres, se trata de Xamhara, exclusiva línea femenina.

Enfoque

Reactivación de las PYME y los retos para seguir

Por Jorge Olcese Fernández

En muchos documentos, exposiciones y eventos se reconocen los avances y los efectos positivos de los resultados que ha alcanzado la industria microfinanciera en el Perú. Sin embargo, éstos aún enfrentan diversos retos si se considera que está dirigida a la reactivación de los empresarios emergentes. Muchos de los retos se encuentran fuera del escenario del financiamiento. Es decir, se requiere superar y hacer crecer otros elementos que estén acordes con el aumento del número de créditos y de clientes atendidos.

Y es que cuando se analiza el entorno de los empresarios emergentes, éste se debe enfocar desde el punto de vista integral de su acceso, no sólo al financiamiento, sino también de todos los demás elementos que estos agentes económicos requieren para su progreso. Se debe tener cuidado porque podría presentarse un "punto de vista miope" que pretendería que estos empresarios se queden siempre en su condición de emergentes. En otras palabras, la reactivación de las MYPE exige que la concepción de su acceso se enfoque para permitir que estos empresarios de las MYPE y PYME puedan progresar.

Las razones de un débil progreso se han estudiado a fondo pero en esencia, lamentable y casi únicamente, en el ambiente académico o teórico; sin embargo, es conveniente reflexionar acerca del componente denominado "competitividad" porque ésta, en términos prácticos, solamente se consigue en el terreno, o, mejor dicho: es en el terreno de los negocios donde la verdadera competitividad productiva se fortalece (o se debilita, dependiendo del entorno del negocio).

Un nivel de fortaleza-debilidad de la competitividad sólo se puede constatar en el campo y en el actuar de los negocios. Es decir, cuando el agente económico está realizando sus transacciones u operaciones, lo que inevitablemente lleva a analizar los entornos en los que actúa. Sobre este aspecto, increíblemente en el Perú no se adolece de la más mínima dedicación en la mayoría de las entidades y autoridades.

Nuevamente, existen muchas evidencias de los avances de las microfinanzas, pero estos logros se enfrentan a los entornos poco competitivos que les toca a los empresarios emergentes, los que muchas veces no están dentro del ambiente del financiamiento. Una competitividad fuerte sólo se alcanza, por ejemplo, al nivel de las pequeñas y medianas empresas, cuando se logran subsanar los enfrentamientos contra los trámites y procesos, por lo que muchas veces estos agentes sucumben en la informalidad.

Según estadísticas del MTPE, durante el año 2009, en empresas de más de 10 trabajadores, se registró un aumento del empleo del 1.3% a nivel de Lima Metropolitana, y en las PYME de la misma zona se registró un incremento de casi 135 mil trabajadores, aunque la mayoría en actividades comerciales. A nivel de MYPE, en el Perú los informales llegan al 70% de las unidades económicas y muchos de éstos sucumben en este estado debido a la falta de información, o mejor dicho, por la ausencia de información básicamente sobre los beneficios versus los costos de mantenerse en la informalidad. Una gran cantidad de empresarios

Según estadísticas del MTPE, durante el año 2009, en empresas de más de 10 trabajadores, se registró un aumento del empleo del 1.3% a nivel de Lima Metropolitana, y en las PYME de la misma zona se registró un incremento de casi 135 mil trabajadores, aunque la mayoría en actividades comerciales.

emergentes se "asustan" cuando realizan el balance beneficio-costos, pero esto se debe, en gran medida, a la mala difusión o aprovechamiento de la información. Es decir, las razones de la informalidad no son intrínsecas a los empresarios emergentes, sino que se relacionan muchas veces, y en casi todas las zonas geográficas del país, por la falta o la poca difusión de la información. En este contexto, queremos destacar que la informalidad no es solo resultado de trámites y/o procesos engorrosos (que requieren una reingeniería a todo nivel) sino que, incluso siendo estos trámites necesarios, no están bien informados o son mal interpretados para una eficiente toma de decisiones económicas.

Agenda EMPRESARIAL

Curso Excelencia en el servicio al cliente

Lugar: Av. Petit Thouars 1991, Of. 301
Teléf.: 689-9341
Email: gchavez@gcrgroup.com
Organiza: GCR Consultores

Seminario: Directorio Estratégico para PYME

Fecha: 16 Marzo
Lugar: Los Laureles 365, San Isidro
Teléf.: 616-4444
Organiza: Sociedad Nacional de Industrias

Feria Tecno Muebles 2010

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

Seminario Técnicas de Ventas

Teléf.: 689-9341
Email: gchavez@gcrgroup.com
Organiza: GCR Consultores

Cumbre MYPE 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 de Gestión de Riesgos Financieros

Fecha: Abril 2010
Lugar: José Gálvez Barrenechea 790, San Isidro
Teléfono: 225-0227
Organiza: Universidad Sergio Arboleda-Colombia

Expo Artesanías Perú- Colombia

Fecha: 12 Julio.
Lugar: Bogotá, Colombia
Informes: info@corferias.com
Organiza: Corferias

café & negocios



→ WILFREDO QUIROZ FUENTES

Nuevas PYME importadoras

Recientemente se inauguró el Imperial Plaza, un moderno complejo comercial en la ciudad de Lima que tiene 230 tiendas. En ese centro de negocios, financiado totalmente por la Caja Huancayo, se instalarán pequeñas empresas importadoras de diversos productos. De esta manera, se fortalece el compromiso que tiene esa entidad microfinanciera con el desarrollo de las PYME en el país.

En la foto observamos de izquierda a derecha a Marco Macedo Uceda, jefe regional de Lima; Luis Pantoja, gerente de Créditos; y Jorge Solís Espinoza, presidente del directorio, todos de la Caja Huancayo. También están Ricardo Huamán Aquipucho, gerente general de la Corporación Huascarán, propietaria del Centro de Negocios Imperio Plaza y Freddy Meza, administrador del proyecto.



El personaje de la semana

Microfinanzas saluda a Joel Siancas Ramírez, presidente del directorio de la Caja Sullana por su aporte al desarrollo de las microfinanzas en el país.

Líderes en microfinanzas

Las PYME siguen creciendo en el país gracias al apoyo de la industria microfinanciera. En la foto observamos a Jorge Solís Espinoza, presidente de la Caja Huancayo; y Luis Pantoja, gerente de Créditos.



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@diariolaprimeraperu.com

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