

MICROFINANZAS

**APORTE DE LA
INDUSTRIA
MICROFINANCIERA**

Crédito PYME

➔ **NICOLÁS FISCARELLI**



**Créditos rápidos sin
aval ni garantías**

➔ **EMPRENDEDORAS**



**Capacitan a mujeres
en Arequipa**

➔ **CAJAS EN LIMA**



**Crecen cajas de
Tacna y Arequipa**



Firmados
→ CÉSAR SÁNCHEZ MARTÍNEZ
csanchez@diariolaprimeraperu.com

CADE de la Educación y los emprendedores en el Perú

El próximo 29 de abril se realizará la CADE por la Educación 2010, bajo el título

"Experiencias y aportes para mejorar la calidad de la educación" en la sede del Instituto Peruano de Acción Empresarial.

Será un certamen de vital importancia, no solamente para el sector, sino para fomentar el desarrollo social del país. Precisamente, en la versión realizada el año pasado, Jorge Yzusqui, presidente de IPAE, al hablar ante los estudiantes emprendedores, sostuvo que la formalización empresarial y el ingreso a los mercados internacionales son requisitos fundamentales para crecer empresarialmente y tener éxitos en los negocios. El empresario, recordó que la mayor parte de las pequeñas em-

presas peruanas opera en la informalidad, y que sólo el 69% se ha formalizado en los últimos años, por razones de acceso al crédito, asuntos legales o participación del comercio exterior. En ese sentido, afirmó que no hay forma de crecer económicamente, operando en la informalidad. Puso como ejemplo, el funcionamiento de bodegas donde todos los miembros de la familia están registrados en el RUS para evitar no llegar al monto mínimo tributario y verse obligados a pagar a la SUNAT. "Esa empresa nunca crecerá, se quedará como bodeguita toda la vida", acotó. "El que no se formaliza no puede dar el gran salto. Aún los trabajadores deben estar en planillas, se les debe pagar compensación por tiempo de servicios, vacaciones, gratificaciones, porque sino el modelo no es sostenible. Se debe tener todos los pagos al día", argumentó al afirmar que una condición para crecer e ingresar al mercado internacional, es tener todas las cosas en orden. Incluso, para pertenecer a una cadena productiva, tiene que formalizarse. El presidente de IPAE, quien disertó en la sede de Pueblo Libre,

dijo que otro aspecto que debemos trabajar es que aún somos un país fragmentado. El Perú no es sólido económicamente. Aún falta mucho para ordenar el desarrollo empresarial, especialmente de las pequeñas empresas, donde el 98.5 por ciento de las unidades empresariales son micro empresas. Sostuvo que en el Ránking del Top Empresarial de las 10,000 primeras empresas peruanas, habrá unas 2,000 empresas grandes, y el resto son pequeñas. Ese es el tamaño de nuestro país. De las pequeñas empresas, el 86 por ciento tienen de dos a cuatro trabajadores. Incluso, los grandes conglomerados comerciales o clúster tipo Gamarra, por ejemplo, a pesar de su gran tamaño e importancia en América Latina, aún son incipientes. Argumentó que hay una

Lo que tenemos que hacer es persistir en lo que se hace. Son pocos los negocios que al segundo año de vida tienen éxito. Sin embargo, la mayoría tiene 10 a 15 años remando hasta encontrar el camino correcto.

fragmentación económica y eso no permite alcanzar economías de escala donde se exporten grandes volúmenes de productos. Desde esta perspectiva, añadió que en todo el país hay enormes oportunidades. "¿Qué está haciendo Plaza Vea, Totus y otros supermercados?", preguntó a los emprendedores y estudiantes, quienes ávidos por saber cómo se hacen los negocios, escucharon atentamente la conferencia.

"Esos negocios están aprovechando las oportunidades. Observé que en un centro comercial de Villa María, ya estaba un supermercado a pocas cuadras de un mercado tradicional. Y ya se estudiaban los precios de los productos para tener mayor clientela. Eso lo vemos en todas partes, en Canta Callao, incluso hasta hay bancos, y en el interior del país todo está por conquistarse. Ahí el mercado, es casi virgen", reveló.

EMPRESA ARGENTINA IMPACTA EN MERCADO PERUANO

Con nueva modalidad crediticia llega CREDIL

CREDIL es una empresa argentina que ingresa al mercado de las microfinanzas mediante una nueva modalidad para sus préstamos (microcréditos) personales, en razón que en Argentina este tipo de crédito es normal, aunque en el Perú no lo es, porque no se necesitan garantías o avales, según Nicolás Martín Fiscarelli, representante legal y apoderado de esa empresa gaucha.

Por Zoila Retuerto Jara

Es una empresa que nació en su país para préstamos personales y créditos de consumo y tiene más de cien agencias en Argentina. También tiene oficinas en Uruguay, Paraguay, Estados Unidos y Perú. Pertenecen a un holding empresarial que incluyen a empresas financieras, constructoras, madereras, metal-mecánica, agonegocios y ganadería en el territorio gaucho. Solamente están exportando la parte financiera del holding para luego ingresar a los otros segmentos empresariales. Técnicamente no es una financiera porque no intermedian dinero, los cursos que manejan son propios. Por



Nicolás Martín Fiscarelli, representante de Credil en el Perú.

ahora sólo se dedican a los préstamos personales, aunque muchos de esos microcréditos van al sector de la micro y pequeña empresa (MYPE). Los montos que ofrecen van desde los microcréditos más bajos hasta los seis mil nuevos soles, todos para personas naturales con o sin boleta de pago. Los montos más bajos se obtienen con solamente el documento de identidad (DNI) y un recibo de servicios (agua, luz o teléfono). Para cantidades mayores, si es necesario una boleta de

pago, en el caso de ser un trabajador dependiente o las declaraciones juradas (PDF) si son independientes. Todos los préstamos se realizan al instante. Esa modalidad, permitió que CREDIL sea una empresa líder en Argentina con un rápido crecimiento en el sector de las microfinanzas, sin aval o garantía. La misma estrategia la están aplicando en Perú, Paraguay y Uruguay. "Una persona tiene una necesidad, viene y en diez minutos se lleva el dinero" afirma Nicolás Martín Fiscarelli. En el Perú es una empresa que está en pleno crecimiento con dos sucursales y con planes de expansión para abrir en Lima unas seis agencias más y luego ingresar también en el mercado de provincias, siendo Arequipa y Cusco los principales mercados potenciales. Aunque están en pleno proceso de reconocimiento del mercado peruano, CREDIL ya está posicionándose como una novedad entre las instituciones que otorgan microcréditos personales sin garantía o aval.

El representante de la empresa argentina, reveló que en su país, esta estrategia no es nueva, aunque ellos los líderes en el sector y su diversificación en otros rubros del quehacer económico. El crecimiento básicamente está en Perú, Paraguay y los Estados Unidos, aparte de Argentina y Uruguay donde el producto ya está posicionado.

COLECCIONES ESTARÁN PRESENTES EN "PERÚ MODA 2010"

Capacitan a empresarias arequipeñas de las MYPE

Veinticuatro empresarias de Arequipa, dedicadas a la confección de prendas de algodón, alpaca y mezclas, recibieron durante dos semanas una capacitación de la reconocida diseñadora Riley Salyard, sobre lo último en tendencias y desarrollo de colecciones con miras a exportar a los mercados de Estados Unidos y Europa. Del total de empresas asistidas, trece participarán en la próxima edición de PERÚ MODA evento organizado por PROMPERÚ y que se realizará del 28 al 30 de abril en la Fortaleza del Real Felipe.

"La diseñadora forma parte del Proyecto de Género de empresarias del sector textil y confecciones de Arequipa que está desarrollando el International Trade Center (ITC) y Promperu, para dar asistencia en temas relacionados al diseño de productos y desa-



Los peruanos siguen impresionando en los mercados internacionales.

rrollo de sus colecciones, y conseguir así que se conviertan en exportadoras", señaló.

Esta es la segunda visita que la estadounidense Riley Salyard realiza a nuestro país. En enero estuvo en Arequipa, visitando cada una de las empresas participantes e identificando sus niveles de desarrollo y fortalezas. La capacitación que se desarrolla busca que cada emprendedora elabore una colección completa de prendas de vestir, cumpliendo con los requisitos de diseño y calidad que exige el mercado internacional. Estas se presentarán en la feria internacional PERÚ MODA, evento que espera la visita de cientos de compradores de reconocidas marcas de América, Europa y Asia.

PERÚ MODA es el mayor evento de la industria de la moda peruana y es considerado como uno de los principales en América Latina. Asimismo, por segunda ocasión se desarrollará de forma conjunta con el Perú Gift Show, junto al cual congregarán a más de 450 empresas expositoras de confecciones, calzado, joyería y artículos de regalos y decoración, y a más de 7,000 visitantes de 35 países.

ALDEA PYME

Créditos en Sullana

La principal fortaleza de la Caja Municipal de Sullana es contar con una cultura de valores y principios institucionales que caracterizan, determinan y guían sus actos en la relación con los clientes, trabajadores, accionistas, proveedores y comunidad. Con respecto a la ética, realizan acciones fieles a los principios y obligaciones morales con la honestidad, respeto, responsabilidad, transparencia, cumplimiento de los acuerdos y compromisos adquiridos. Los servicios que brinda la Caja Sullana están dirigidos a las pequeñas y microempresas de los sectores productivos, comercio y servicios de los sectores agrícolas, agropecuario y agroindustrial.



Clientes y ventas

La Sociedad Nacional de Industrias, mediante el Comité de Pequeña Industria (COPEI), desarrollará el taller: "¿Cómo incrementar sus ventas y retener más clientes?" del 12 al 22 de abril. Son diez sesiones a un costo de 39 soles por cada sesión. Según Román Miu Wong, presidente del COPEI, este programa forma parte de la responsabilidad social que la SNI realiza a favor de miles de emprendedores.

Mangos peruanos

En el rubro frutas del subsector agropecuario y agroindustrial, la partida "Mangos y mangostanes frescos o secos" fue una de las que sorprendió al registrar un sorpresivo crecimiento de 39% en el primer bimestre del año con envíos por US\$ 47.6 millones, informó la Asociación de Exportadores. Lo destacable fue la suma de países compradores, de 14 en los dos primeros meses del año pasado, a 18 este año. Portugal, China, Suiza y Puerto Rico, que de manera conjunta importaron nuestro mango por casi US\$ 116 mil, fueron los nuevos mercados, respecto al primer bimestre del 2009.

Ocupando el primer lugar en colocación de créditos 2009 en la región Tacna con el 22.3% de participación de mercado, donde cuatro de cada diez créditos son de la Caja Municipal de Ahorro y Créditos de Tacna, consolidándose progresivamente como la palanca económica del sur del país.

Por Héctor Kuga Carrillo

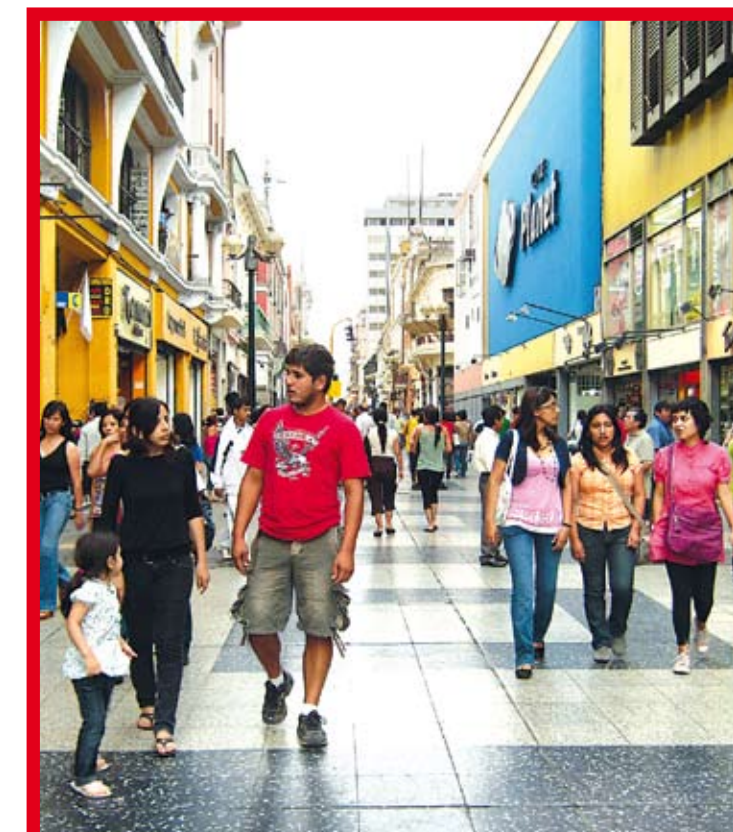
Asimismo, se destaca a su vez el nivel de morosidad establecido en 2.95%, por debajo del 5.07% promedio a nivel nacional del sistema de cajas municipales a diciembre de 2009.

Efectuar avances constantes en sus sistemas de servicio y calidad de atención es la consigna seguida por Caja Tacna, quien viene mejorando el servicio de atención al cliente, mediante la innovación de los servicios electrónicos en todo el ámbito nacional. En la ciudad de Lima, actualmente brinda estos servicios a través de sus dos agencias en el comercial distrito de Miraflores y la populosa jurisdicción de San Juan de Miraflores.

Dentro del marco de expansión, en la quincena de abril estarán inaugurando la tercera agencia en la capital que estará ubicada en el distrito de La Victoria. Asimismo, se han inaugurado las agencias Coronel Mendoza y Ciudad Nue-

MOROSIDAD ESTÁ POR DEBAJO DEL SISTEMA DE CAJAS

Caja Tacna desarrolla expansión de oficinas



La pequeña empresa gozará de los beneficios que brindará Caja Tacna.

Caja Tacna viene mejorando el servicio de atención al cliente, mediante la innovación de los servicios electrónicos en todo el ámbito nacional. En Lima brinda estos servicios a través de sus agencias en Miraflores y San Juan de Miraflores.

va en la ciudad de Tacna; y fuera de su jurisdicción en las ciudades de Arequipa, Puno (Juliaca), Lima y Madre de Dios (Huepetuhe) con la finalidad de proyectarse a nuevos mercados, permitiendo una interacción cercana con clientes permanentes y potenciales para un crecimiento sostenido.

Caja Tacna, comparte estos logros en sus 18 años de vida institucional. Tiene más de 78,000 clientes en todo el ámbito nacional y se proyecta a seguir creciendo con la confianza y seguridad que la caracterizan.

INCLUYÓ A DIVERSAS PLAYAS, CALLES Y MERCADOS

Caja Arequipa termina campaña de verano

Con gran éxito la Caja Municipal de Arequipa, realizó la premiación del segundo sorteo de su campaña "Duplica tus Ahorros", promoción en la que más de 25 mil tickets de clientes a nivel nacional participaron de los sorteos y en la que 63 clientes se vieron favorecidos con premios desde S/. 500 hasta S/. 10,000 duplicando sus ahorros según los rangos establecidos.

Mónica Gómez Segura, Jefe de Ahorros, informó que como resultado de la campaña se logró la captación de más de 21 millones de nuevos soles, gracias a los miles de clientes que incrementaron sus ahorros, en esta oportunidad y en retribución a la confianza depositada, la institución premió a 21 clientes y 11 de provincias siendo sus principales ganadores



Las PYME y MYPE crecen con nuevos y mayores créditos.

Martha C. Torres Cruz cliente de la agencia La Pampilla con S/. 5,000.00 y Juan Gamarra Merma de la agencia San Camilo con S/. 10,000.00.

Asimismo, Gabriel Rebaza Manrique, sub gerente de ahorros y finanzas informó que la Caja Municipal de Arequipa, continúa su liderazgo entre las Cajas municipales al haber superado durante el año 2009, los mil millones de nuevos soles en captación de depósitos con un crecimiento del 40% respecto al año 2008.

También obtuvo la autorización de la SBS y su inscripción de la CONASEV del Primer Programa de Bonos Corporativos y/o Certificados de depósitos Negociables hasta un máximo de 250 millones de nuevos soles, constituyéndose en la primera caja municipal de ahorro y crédito en conseguir dicha autorización, acciones que repercutirán en la reducción del costo del fondeo y la consecución de mayores recursos para poder seguir otorgando créditos en mejores condiciones a los empresarios de las MYPE.

Recalcó también el crecimiento de su red de atención en más de 50 agencias a nivel nacional, más de 80 cajeros automáticos a costo cero, más de 120 agentes Rapicaja y su Cybercaja para atender operaciones a través de internet.



Los pequeños negocios son posibles gracias a la industria microfinanciera.



La pequeña empresa tiene como herramienta fundamental al crédito para crecer y ganar mayores mercados.

INDUSTRIA MICROFINANCIERA IMPULSA DESARROLLO ECONÓMICO EN EL PERÚ

Crédito para la PYME

Si el crédito es la principal herramienta que tienen los empresarios de las PYME y MYPE, también es real que éste debe nutrir la buena gestión empresarial del negocio para que pueda crecer en el mediano plazo. Los créditos son la base del crecimiento económico en cualquier nación.

Por **Jorge Olcese Fernández**
Economista, experto en riesgos
empresariales y microfinanzas

La imagen de un "microempresario" (empresario de la pequeña y micro empresa) en su taller fabricando calzado, ropa o muebles, es la que interesa a un país y a su economía, y ésta es la que debe y puede construir el crédito. No sólo para asegurar su recuperación, sino para garantizar que el dinero utilizado en ese crédito, que es de los depositantes, se pueda devolver. También para asegurar que efectivamente ese dinero contribuya a crear negocios, hacerlos crecer y mantenerlos en el tiempo. Eso hará que los empresarios vincu-

lados a la pequeña y micro empresa (PYME) sean más competitivos. Es notorio que el emprendedor vinculado a la PYME, identificado y acompañado en su gestión administrativa puede crecer y generar en un tiempo prudencial, una mediana empresa. Es decir, en esta tecnología no es el crédito lo más importante, sino los diferentes servicios que ofrece la industria microfinanciera que deben adecuarse a las reales necesidades y posibilidades del emprendedor. Algunas voces han enfatizado que los emprendedores necesitan de un subsidio para acceder al crédito, y que por su pequeño tamaño deben recibir una "ayuda" directa. Es decir, están indicando que se deben usar

"recursos" financieros, que serán proporcionados por el Estado (o sea de los impuestos) para que puedan acceder al crédito. Al parecer estas afirmaciones o no enfocan al emprendedor en toda su magnitud y potencial, o simplemente lo están catalogando como una unidad limitada en el tiempo. No de otra manera se podría responder a cómo mantener el subsidio por mucho tiempo. Lamentablemente, de esta manera es muy difícil lograr formalizar y hacer crecer a las unidades PYME productivas; pero más importante aún, se introduce la variable "subsidio" en el negocio, lo que lo hace dependiente y puede llevarlo a que el sustento del mismo sea

únicamente, o en gran parte, el subsidio, minimizando la parte comercial o productiva del emprendimiento, y perjudicarlo cuando este subsidio no se pueda mantener en el tiempo. En esencia, la tecnología de las microfinanzas apunta a la formación

existir. ¿Pero, cómo se hace? Para comentar sólo una de las posibles metodologías, podemos tomar como referencia la manera en que actualmente en el Perú, en diferentes zonas productivas del país, ya están trabajando muchos profesionales independientes especializados en articular unidades productivas y en vincularlos con el apoyo financiero.

Es notorio que el emprendedor vinculado a la PYME, identificado y acompañado en su gestión administrativa puede crecer y generar en un tiempo prudencial, una mediana empresa. Es decir, en esta tecnología no es el crédito lo más importante, sino los diferentes servicios que ofrece la industria microfinanciera.

y generación del sujeto de crédito, que en términos financieros busca generar una alternativa financiera más que un crédito, soluciones que pueda ayudar a un emprendimiento de la pequeña empresa a encontrar la fórmula de apoyo para el negocio o la unidad productiva que se está analizando. La metodología entonces puede llegar a ser tan diversa como casos de demanda puedan

sino porque ellos mismos pueden manifestar su interés en ser vinculados financieramente o como socios en el emprendimiento. Por supuesto que en pequeñas unidades productivas va a ser muy raro, pero en la medida en que se tenga asegurado el mercado de compradores, el articulador se convierte en el mejor vehículo para acceder al apoyo financiero, el que muchas veces no

PYME y microfinanzas

El Perú está asistiendo a uno de sus mejores momentos económicos, pero al mismo tiempo requiere asumir nuevos retos y saber qué es lo que está dinamizando a la economía, que entendemos en parte, se debe a la micro, pequeña y mediana empresa. 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, ésta enfrenta aún 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, a parte del mayor acceso que han

logrado, medido por el aumento del número de créditos y de clientes atendidos. Efectivamente, cuando se analiza el entorno de los empresarios emergentes, se debe enfocar desde el punto de vista integral de su acceso no sólo al financiamiento, sino además, a todos los otros elementos que estos agentes económicos requieren para su progreso. De lo contrario, podemos afirmar que desde un punto de vista miope se pretende 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 al crédito se enfoque de manera integral para permitir que estos empresarios emprendedores puedan progresar.

conjunto económico de la parcela. También se pueden instalar en las parcelas programas de reforestación, o planificar sub proyectos de mínima inversión para canalizar los cauces de los ríos colindantes que suministren el agua necesaria. Estas alternativas las genera el articulador especializado, aumentando el potencial productivo y formando una unidad económica rentable y de mejor acceso al crédito.

Esta operación tiene varias ventajas para la pequeña unidad productiva, entre las que se pueden mencionar: que el articulador se constituye en un promotor del emprendimiento; que garantiza la realización y culminación exitosa del mismo porque lo conoce y lo ha generado en su versión de viabilidad financiera; que con su capacidad crediticia puede reemplazar a los emprendedores que son considera-

dos pequeños o artesanales; que así puede obtener mejores condiciones del financista, etc. En suma, de lo que se trata es de generar sujetos de crédito que sean exitosos articulando diferentes servicios para que el íntegro

Muchos emprendimientos agrícolas pueden ser fortalecidos mediante la diversificación del uso del cultivo. A veces el propio cultivo no garantiza un mínimo de rendimiento o su rendimiento puede ser mejorado con explotaciones adicionales que formen parte del conjunto económico de la parcela.

fortalezca el desarrollo y su permanencia en el tiempo y no el simple hecho de entregarles un crédito, que puede hacer no rentable el emprendimiento en sí mismo y para la entidad financista así como crear factores externos negativos para la economía de la localidad y del país en general.



Perú por ser una nación PYME líder las microfinanzas en la región.



Confección de Uniformes
para empresas e Instituciones,
Ropa Sport y de Vestir



Calle Arica 254 - Miraflores
Telefax: 243-4148 / 243-4250
Nextel: 9826*4804
www.boutiquefarach.com.pe

Agenda EMPRESARIAL

Seminario Internacional de Microfinanzas

Fecha: 29 - 30 Abril.
Tema: "Crecimiento,
patrimonio e inclusión".
Lugar: Chimbote.
Telef.: 222-4003
Organizan: FEPCMAC -
Caja del Santa.

Capacitación Edusistem

Fecha: Abril
Cursos: Computación, Dise-
ño Gráfico y Páginas Web.
Lugar: Garcilaso de la
Vega 1686, Lima
Telef.: 331-2040
Organiza: Cooperativa
Educoop.

Asamblea General de la FEPCMAC

Fecha: 29 Abril.
Lugar: Chimbote.
Teléf.: 222-4002
Organizan: FEPCMAC-
Caja Del Santa

Curso Excelencia en el servicio al cliente

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

Diplomado de Gestión de Riesgos Financieros

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

Expo Artesanías Perú- Colombia

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

Fashion Show Productores Textiles

Fecha: Octubre
Lugar: Lima
Objetivo: Concurso
Nacional de Diseñadores.
Organiza: Comité Textil SNI

café & negocios



→ POR ABIGAIL SÁNCHEZ SÁNCHEZ

Campaña arequipeña

Con gran éxito se realizó la campaña que la Caja Arequipa realizó a favor de sus clientes, llevando alegría, sorteos, juegos, bailes y premios a los veraneantes de las diferentes playas del sur del país. Estuvieron en las playas de Tacna, Ilo, Mollendo y Camaná. También se realizaron actividades con tarumba y motivación por calles, mercados, playas y otros centros públicos donde se realizaron novedosos concursos y juegos entre sus clientes y público en general, otorgando premios a cada participante. La denominada caravana sirvió también para cerrar la temporada de verano 2010, precisamente en Camaná. En la imagen, vemos de izquierda a derecha, en el tercer lugar, al gerente de Créditos, Wilber Dongo Díaz, acompañado del director de la caja Alberto Arredondo Polar y Carolina Torres, funcionaria de IBM.



El personaje de la semana

Microfinanzas saluda a Alfonso Muñoz Canales, por su experiencia en las auditorías de gestión que realiza a favor de la industria microfinanciera peruana.

Líderes en microfinanzas

Joel Siancas Ramírez, presidente de la Caja Sullana y el R.P. Martín Jesús Chero Nieves, director de la misma entidad financiera, muestran uno de sus reconocimientos internacionales.



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