

MICROFINANZAS

BRIAN MIRANDA LARA



**Maca y uña
de gato para
el mundo**

⇒ PÁG. 2

**Modelo
exportador
para la PYME**

⇒ PÁG. 8

⇒ **RETO DE CADE DE LA EDUCACIÓN PARA EL PERÚ**

Urgen estudiantes emprendedores

PRONTO...



de **Solidaridad**

→ EE.UU. DEMANDA PRODUCTOS A EMPRESARIO PUCALLPINO

Maca y uña de gato para todo el mundo

→ La amazonía peruana es fuente inagotable de variados recursos naturales y está a disposición de todos los peruanos. Muchos de estos productos son consumidos por los nativos de la región desde tiempos inmemoriales, porque encontraron en esos alimentos fuentes de energía y salud.

Hasta hace menos de 20 años estos productos eran desconocidos para la mayoría de los peruanos, pero Martín Ccorisapra vio en ellos una gran oportunidad de hacer negocio.

A inicios de la década de los noventa, Martín inicia su experiencia con productos nuevos para el mercado. En aquellos años, la maca y la uña de gato eran consideradas plantas silvestres, pero la visión de este pucallpino hizo que se convirtieran en un importante y novedoso producto.

“Creo que somos uno de los primeros exportadores de ambos vegetales, porque cuando empezamos pedíamos guías forestales al Instituto Nacional de Recursos Naturales y ellos no conocían la uña de gato”, recuerda con nostalgia.

Como ya tenía ideas de negocios, decidió formar una que represente a los productos nativos y así nació la empresa Amazon Herb. Con el tiempo comenzó a exportar contenedores de uña de gato y maca a los Estados Unidos, lo cual le permitió crecer empresarialmente.

En virtud que los productos eran nativos y tenían gran demanda en el mercado estadounidense, inicialmente llegó a vender US\$ 200,000 que para empezar era mucho dinero. Con esas ganancias, decidió invertir en plantaciones, locales y una planta procesadora de alta calidad en su natal Pucallpa.

“Para el trabajo de cosecha, trabajamos directamente con las comunidades de Pucallpa, pues allí están nuestros terrenos. Tenemos convenios y nuestro trabajo va más allá, porque hemos ayudado a muchas personas a obtener sus títulos de propiedad. Además hay muchos clientes que los han visitado y también los ayudan”, manifiesta Ccorisapra.



Martín Ccorisapra. Pionero en exportación de productos orgánicos como la uña de gato y la maca.

Producción orgánica

La tendencia mundial apunta al consumo de alimentos más sanos por lo que la demanda de productos orgánicos está en franco crecimiento. El Perú posee condiciones naturales que podrían ser aprovechadas

para producirlos y exportarlos más, y hacia eso precisamente apunta la II Convención Nacional Sobre Producción Orgánica “Innovación para consolidar nuestra competitividad: Retos y oportunidades”.

Increíblemente tuvo una época de pérdida, no por falta de manejo empresarial, sino por una ley que, según Martín, impidió que se exporte uña de gato con el pretexto de la deforestación, situación que le originó una pérdida de más de US\$ 250.000. La idea de productos naturales de alta calidad nace por la relación de la empresa con el mercado de Estados Unidos y europeo, pues ellos están muy ligados a lo natural. Comenzaron sin certificaciones, y aunque siempre tuvo cultivos libres de pesticidas, hizo los trámites para obtenerlos, cosa

que no fue difícil por la forma como lleva sus plantaciones. “Desde hace dos años tenemos certificaciones para los Estados Unidos y la Unión Europea y yo sigo cultivando camu camu, sangre de grado, guanábana, maca y uña de gato”, cuenta Martín. Resaltó que en la actualidad se han especializado en camu camu, gracias a la demanda en países como los Estados Unidos. Su uso no sólo es como energizante o néctar, sino también para la fabricación de cosméticos.

→ Javier Priolé Cantorin

Firmados

→ CÉSAR SÁNCHEZ MARTÍNEZ
csanchez@diariolaprimeraperu.com



Microfinanzas y nuevos empleos en el Perú

La economía peruana está creciendo desde hace más de cinco años de manera sostenida como resultado de la apertura económica, acceso a nuevos mercados e inversiones en sectores estratégicos. Las estadísticas macroeconómicas así lo demuestran y sus principales indicadores revelan que esta tendencia seguirá en los próximos años.

Sin embargo, paralelamente al incremento del PBI, control inflacionario, subida de reservas netas e impulso a las exportaciones, hay sectores sociales que aún no gozan de los beneficios del crecimiento.

Precisamente es en los sectores sociales emergentes donde las microfinanzas se transforman en herramientas básicas del desarrollo social, mediante la formación y fortalecimiento de pequeñas y micro empresas, que generan a su vez, diversos tipos de empleo. Estos nuevos puestos de trabajo se ubican entre los negocios de sobrevivencia y unipersonales, hasta empresas familiares que poseen diversas ofertas laborales.

Si en el Perú el 96.6 por ciento del empresariado está en la Pyme (Pequeña y Mediana Empresa) y en las Mype (Micro y Pequeña Empresa) y hay más de tres millones de unidades productivas y comerciales, es fácil deducir que la mayoría de los empleos está en este sector. Las estadísticas revelan que es el sector más dinámico de la economía y la que constantemente está creando reconversiones laborales de todo tipo.

Aún el impacto de la crisis financiera internacional fue amortiguado en parte por las Pyme y Mype, debido al tamaño de sus economías no sintieron las consecuencias de la crisis. Sabemos que aún es prematuro afirmar o negar resultados, pero a juzgar por lo que está ocurriendo en el mundo, especialmente en los Estados Unidos, Japón, China y la Unión Europea, la crisis en América Latina está en una fase final.

La industria microfinanciera no sólo debe verse como una herramienta financiera para las pequeñas empresas, sino como el gestor en la formalización de cientos de empresas que para acceder a un crédito deben ser empresas constituidas formalmente. Muchos informales ahora son negocios constituidos legalmente en virtud a las exigencias de la industria microfinanciera.

El denominado microcrédito también ha jugado un rol muy importante en la generación de nuevos puestos de trabajo. Algunos de éstos no van necesariamente a las Mype, sino a los llamados “bancos comunales”. Mediante esta estrategia social, miles de emprendedores, especialmente grupos de mujeres, han desarrollado actividades empresariales como proveedoras de Mype andinas, urbano-marginales o amazónicas.

La experiencia de mujeres tejedoras de la amazonía y comunidades alto andinas, vendedores de mercados (paraditas) en zonas marginales de la costa, canillitas “quiosqueros” y artesanos de cualquier ámbito geográfico así lo demuestran.

El microcrédito es una herramienta usada básicamente por Organizaciones no Gubernamentales de Desarrollo (ONG) e instituciones no supervisadas, principalmente de origen religioso como Visión Mundial Internacional, Adra Ofasa, Compasión, Diakonía, Misión Suiza y Fundación contra el Hambre entre otras. Pero también el microcrédito es un producto financiero de las cajas municipales, cooperativas de ahorro y crédito, cajas rurales y Entidades de Desarrollo de la Pyme (Edpyme), organizaciones que sí son supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP o por la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito, respectivamente.

En términos generales, la industria microfinanciera en el Perú es una opción válida comprobada para generar nuevos y mayores empleos.

FOGAPI califica otra vez

La Fundación Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (FOGAPI) obtuvo por segunda vez consecutiva la calificación de riesgo A-, otorgada por la compañía especializada en microfinanzas Pacific Credit Rating (PCR).

De esta manera, FOGAPI mantiene la consideración de empresa solvente, con una fortaleza financiera intrínseca, un buen posicionamiento en el sistema financiero peruano, un manejo adecuado de los riesgos presentes y capacidad de administrar los riesgos futuros.

El gerente general de FOGAPI, Edgar Coquis, mencionó que entre enero y julio último la entidad financiera ha garantizado créditos hasta por US\$ 331 millones, cifra 72 por ciento superior a la registrada en el mismo periodo del año pasado, cuando ascendió a US\$ 138 millones.

→ ANTE LIMITACIONES EN MERCADOS INTERNACIONALES POR CRISIS FINANCIERA

Impulsar exportaciones de Pyme propone ADEX

Un informe de la Gerencia de Estudios Económicos de la Asociación de Exportadores (ADEX), revela que en el primer cuatrimestre del año dejaron de exportar un total de 1,520 empresas, de las cuales 1,110 eran microempresas.

Esta situación ha permitido que el presidente de Pymeadex, Juan Pacheco Enciso, proponga una agenda de trabajo con el Viceministerio de Pyme del Ministerio de la Producción, como una forma de coadyuvar al desarrollo del sector que enfrenta problemas derivados de la crisis financiera internacional. El perjuicio viene por las medidas proteccionistas tomadas por algunos países que son sus principales destinos, es el caso de Venezuela y Ecuador.

Ese número es 18% más alto que en el



mismo período del año anterior, sin embargo, lo que llama la atención es el alto número de microempresas que dejaron de exportar (1,110), seguido de las pequeñas (344), las grandes (43) y las medianas (23).

Para el presidente de Pymeadex, ese es un tema muy importante en la

agenda, que debe ser trabajado por el Viceministerio de las Pyme. El esfuerzo se orientará al hallazgo y apertura de nuevos mercados, para lo cual se deben fortalecer las agregadurías comerciales y las instituciones técnicas peruanas.

“Hemos identificado mercados para los cuales tenemos oferta, sin embargo no podemos ingresar a ellos por varios problemas. Por ejemplo, la Unión Europea, aún considera como Novel Food a varios de nuestros productos naturales, por lo que no sólo se necesita el soporte técnico necesario para levantar las observaciones, sino un trabajo exhaustivo de las agregadurías comerciales a fin de que hagan uso de sus buenos oficios y nos faciliten el ingreso”, afirma el empresario.





En todo Lima...

Mi crédito fácil y rápido.

LOS OLIVOS : Av. Carlos Izaguirre 717. Telef. 523-2690

HUACHO : Av. 28 de Julio 143. Telef. 239-3593

MIRAFLORES : Av. Larco 716 - 720. Telef. 242-7711

SANTA ANITA : Av. Las Alondras 217. Telef. 362-1908 (frente a Plaza Veá)

ATE : Av. Nicolás Ayllón 5636. Telef. 352-0481

SAN JUAN DE LURIGANCHO : Av. Jardines Oeste 134. Telef. 458-2681

HUAYCÁN : Av. 15 de Julio Lt. 02. Telef. 371-6608

CHOSICA : Av. Lima Sur 744. Telef. 360-0226

www.cajahuancayo.com.pe

➔ JÓVENES INNOVADORES PARA IMPULSAR DESARROLLO ECONÓMICO EN CADE DE LA EDUCACIÓN

Estudiantes emprendedores

➔ El mundo exige cada vez mayor competitividad en todos los ámbitos del quehacer humano, especialmente en los negocios internacionales, reto asumido por el Instituto Peruano de Acción Empresarial. Mediante el CADE de la Educación se busca vincular al empresariado con la problemática educativa y promover su participación en su solución.

Reportaje de Zoila Violeta Retuerto Jara

La educación emprendedora en el proceso de globalización demanda nuevos retos, no solamente en las escuelas y universidades, sino también en la mente de las personas. La globalización es un fenómeno social y económico de nuestra era, al que hay enfrentarla de la mejor manera para que nuestro país sea siempre competitivo en el actual orden mundial. En esta perspectiva se debe tener presente que no hay manera de enfrentar la globalización sin educación, por ello los países que están mal en educación, tienen pocas posibilidades de éxito en su desarrollo.

Si hablamos del Perú, el tema educativo necesita mucha atención de parte de sus autoridades, pues, en la actual coyuntura mundial no competimos con África sino más bien con los tigres asiáticos (Singapur, Corea del Sur, Taiwán, Hong Kong, Tailandia, Malasia, Indonesia y Filipinas), que nos aventajan rápidamente en materia cuantitativa y cualitativa.

Desde esta perspectiva, el Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE) vinculado a la educación desde su fundación, tanto en su misión como en su actividad diaria, ha tomado la decisión de llevar adelante una conferencia similar que la CADE de empresarios, que promueva iniciativas en la búsqueda de mejorar la educación en el país, vinculando al empresariado nacional a fin de que tome conciencia sobre la problemática de dicho sector y aporte a su desarrollo. El certamen que se realizará el 23 de setiembre próximo, denominado CADE de la Educación,



El CADE de la Educación se realizará el 23 de setiembre y participarán líderes empresariales del Perú, Chile, EE.UU., Brasil y Colombia.

tiene como objetivo encontrar propuestas de soluciones que permitan elevar la calidad de la educación básica en el país. Participarán los principales líderes empresariales más representativos del país, quienes han mostrado el mayor interés por involucrarse en este tema de suma importancia para la nación. Una vez conocidos los problemas del sector educativo peruano, a cargo de destacados expertos nacionales y extranjeros que analizarán desde sus respectivas ópticas el desempeño de la educación en el país, los empresarios tendrán una idea del aporte que

pueden brindar desde el sector privado para contribuir a mejorar la situación de un sector clave en el futuro desarrollo del Perú.

ESPECIALISTAS

CADE de la Educación se desarrollará en la sede de IPAE en Pueblo Libre y tendrá tres sesiones de trabajo, las mismas que abordarán aspectos interesantes como los "Gremios Empresariales en la Educación"; "Alianzas por la Educación: Lo que funciona bien", y "Lo que funciona: Innovación y Empresa Privada". El presidente del Comité Organizador del CADE de la Educación

es Roberto Lerner y entre los expositores se encuentran: José Miguel Morales, presidente de Empresarios por la Educación del Perú; Graciela Moguillansky, economista experta en educación de la CEPAL; Jeff Puryear, vicepresidente para política social en el Diálogo Interamericano, USA; Matko Koljatic, director de la Escuela de Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

También, Juan Incháustegui, presidente de TECSUP; Fabiola León-Velarde, rectora de la Universidad Peruana Cayetano Heredia; Mariana Rodríguez,



BRIAN MIRANDA LARA



Sector educativo peruano en rojo

El sector educativo peruano si bien ha progresado en los últimos años, no ha sido suficiente para contrarrestar la alta tasa de deserción escolar por diferentes motivos. A ello se debe sumar que el 8.4% de los niños de 6 a 17 años que no han culminado sus estudios secundarios no asisten a un centro educativo y pertenecen a hogares de pobreza extrema. Además, tres de cada cuatro niños que viven en extrema pobreza se encuentran con atraso escolar. Las instituciones situadas en las zonas rurales muestran un mayor porcentaje de estudiantes que no logran los aprendizajes esperados en áreas como matemáticas y comunicación, frente a las urbanas; y el 98.5% de los estudiantes de las escuelas multigrado de nivel primario no ha logrado alcanzar los aprendizajes demandados por el currículo.

A esta problemática no escapa la educación superior universitaria y técnica, donde en los últimos tiempos se ha incrementado el número de universidades e institutos cuya enseñanza deja mucho que desear por su gran masificación, persistiendo todavía una metodología docente anacrónica que sólo vincula el aprendizaje con la transmisión de conocimientos. Además, es evidente el divorcio entre la preparación que reciben los estudiantes y los requerimientos del mercado laboral de las empresas. Se puede decir que en el Perú "sobran técnicos muy mal calificados y sin demanda en el mercado laboral". Se debe considerar que la educación superior en el Perú sirve en parte como fase nivelatoria de la deficiente educación básica y, claramente, la educación superior no universitaria promedio no cumple satisfactoriamente con este objetivo.

vicirectora corporativa de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; Ignacio Lombardi, catedrático de la Universidad Nacional Agraria; Felipe Ortiz de Zevallos, ex embajador del Perú en EE.UU.; José Chlimper, presidente de Agrokasa; Ricardo Briceño, presidente de CONFIEP, y Agnes Franco, directora ejecutiva del Consejo Nacional de la Competitividad.

Para comentar los temas propuestos en las jornadas de trabajo, IPAE ha creído conveniente convocar a personalidades del mundo político, empresarial y académico como: Luis Carranza,

ministro de Economía y Finanzas; Eduardo Hochschild, presidente ejecutivo de Hochschild Mining plc; Julio Velarde, presidente del BCR; Efraín Wong; Fernando D'Alessio, director general del CENTRUM Católica, y Oscar Espinosa, presidente de Ferreyros. Como panelistas actuarán Cecilia Blume, ex jefa del Gabinete de Asesores del Ministerio de Economía y Finanzas; Ana María Rodríguez Ortiz, representante del BID en el Perú; Beatriz Boza, presidenta de Ciudadanos al Día, y Hugo Díaz, vicepresidente del Consejo Nacional de Educación.

Enfoque

→ JORGE OLCESE FERNÁNDEZ*

¿Cómo analizar el riesgo crediticio?

Para analizar el riesgo crediticio que tiene un cliente se requiere conocer algunas variables. Las fuentes de información de posible utilidad son muy diversas, pero la mejor está dada por la antigüedad del cliente con la entidad financiera. Es decir, por cuánto tiempo la persona es cliente y cómo se ha comportado en sus obligaciones y/o usos de su dinero con la entidad.

El "record del cliente", que es la forma más común para llamar a este comportamiento, es la mejor evidencia o la información más confiable para un posible deudor y, la mayoría de las veces, no sólo facilita el acceso al crédito, sino que además, puede ser un aliciente para que la entidad financiera le reduzca la tasa de interés o le ofrezca alguna nueva modalidad de pago. En pocas palabras, este récord, que en esencia guarda la "historia" crediticia del cliente con la entidad financiera, constituye el medio más eficaz para mejorar una transacción financiera.

Es conveniente señalar que cuando se menciona la historia crediticia, ésta no sólo se circunscribe a la información de los créditos y a su comportamiento en el pago, sino también involucra la información de los pasivos. Es decir, la existencia y el uso de los depósitos de ahorros o de otro tipo son los que determinan con qué frecuencia el cliente pasivo genera sus fondos.

Pero cuando el posible deudor no es cliente de la entidad financiera, este récord se puede obtener mediante las consultas en las centrales de créditos, en las que se detallan las obligaciones con el sistema financiero, además de información de otras transacciones de carácter comercial o de servicios, tales como los pagarés, que son reportados en las Cámaras de Comercio, los pagos por los servicios públicos, los pagos atrasados reportados por las casas comerciales, los pagos pendientes registrados en las cooperativas de ahorro y crédito, y otros pagos que hayan sido informados a estas centrales.

No obstante, para efectos prácticos resulta interesante tomar conocimiento de las metodologías que se emplean a fin de medir y cuantificar la posible exposición al sobre endeudamiento de un cliente. En esencia, la primera medición se acostumbra a llamar: "cuota sobre ingresos", es decir, se cuantifica el monto de la cuota del préstamo que debe pagar (o la suma de las cuotas de varios préstamos) y se divide por el monto del ingreso neto del cliente.

Normalmente este cálculo no debe pasar del 30%, o sea que la cuota (o la suma) no debe exceder del 30% del ingreso neto, lo que determina que el resto del ingreso le quedará libre al cliente para efectuar otros pagos, ello le permitirá tener un nivel de vida aceptable sin sacrificar sus gastos normales. De esta manera la entidad se asegura que el cumplimiento del pago se efectuará. Algunas veces es conveniente elevar este nivel para dejarlo en un 35% o 40% del ingreso neto, a fin de ser más conservador.

* Economista y experto en microfinanzas

→ Es conveniente señalar que cuando se menciona la historia crediticia, ésta no sólo se circunscribe a la información de los créditos y a su comportamiento en el pago, sino también involucra la información de los pasivos.

→ INNOVADOR PRODUCTO FINANCIERO DE LA CAJA TRUJILLO

Discapacitados podrán tener negocio propio

→ Contar con un negocio propio que sea el sustento de la familia puede convertirse en el sueño frustrado de muchas personas, más aún si éstas cuentan con alguna discapacidad.

Muchas ideas de negocio no se pueden concretar debido a que estas personas no encuentran una entidad que les ofrezca el financiamiento necesario para ponerlos en marcha; o, en todo caso, si ya tienen su propio negocio, no pueden hacerlo crecer por falta de dinero.

Esta situación está cambiando, pues Caja Trujillo ha apostado por este segmento y ha empezado a financiar sus proyectos, para ayudar a crecer a este sector de empresarios vinculados con la Micro y Pequeña Empresa (Mype), convirtiéndose así en la única entidad financiera que cuenta con un fondo especial destinado exclusivamente para atender las necesidades de crédito de las personas discapacitadas.

Este exclusivo producto que ofrece la entidad financiera está diseñado para empresarios vinculados con la Mype con problemas de discapacidad, y que desarrollen cualquier tipo de negocio u ofrezcan algún producto o servicio; o en todo caso, deseen ampliar el negocio que tienen. El producto denominado "Credimigo" ofrece una tasa de interés preferencial del 1.74 %, calificación, desembolso en ocho horas y una atención rápida.

Para consolidar las relaciones con este segmento, Caja Trujillo firmó un convenio marco de cooperación institucional con la Comisión Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).

El objetivo de este convenio es unir esfuerzos para lograr la promoción e integración económica de los discapacitados, a través de un crédito rápido y con tasa preferencial; además de profundizar las relaciones comerciales para acceder a los demás productos que ofrece esta entidad financiera. Para acceder al crédito, los aspirantes deben estar inscritos en CONADIS.

La subgerente de crédito, Rosa Salcedo Lescano, resaltó que Caja Trujillo ofrece este exclusivo producto porque ha entendido que este sector estaba descuidado, y era necesario que se les brindara una oportunidad para que ellos puedan empezar a crecer. Añadió que esta modalidad de crédito es un esfuerzo más de Caja Trujillo por brindar mejores oportunidades a la población con la que está comprometida desde hace 25 años. "Uno de los principales beneficios de este producto es que los créditos son a una tasa muy baja, y los desembolsos pueden hacerse en pocas horas. Tenemos experiencia en este tipo de créditos, y constantemente coordinamos con ellos para encontrar la forma de ayudarles a crecer en sus negocios", anotó.



El presidente del CONADIS Guillermo Vega con el presidente de Caja Trujillo, Raúl Valencia Medina.

A su vez, el presidente del CONADIS, Guillermo Vega, agradeció a la entidad financiera por impulsar este tipo de productos dirigidos a personas, que en muchos casos atraviesan una serie de dificultades, para acceder a un crédito que les permita emprender un negocio a fin de mejorar su calidad de vida y la de su familia. "Este convenio nos permite tener acceso a créditos rápidos y sin mucho trámite. Es una ventaja fabulosa la que se nos abre porque nosotros tenemos muchas dificultades para obtener financiamiento para nuestros proyectos. Es bueno contar con entidades que nos apoyen y nos brinden este tipo de oportunidades", refirió. → Lorena Nima

café&negocios

→ WILFREDO QUIROZ FUENTES

Caja Huancayo

La Caja Huancayo sigue celebrando a lo grande sus éxitos y logros a favor de miles de clientes con los que ya cuenta en todo el país. A la reciente inauguración de la nueva agencia en Huacho, se suman ahora sus nuevos productos financieros, que coloca a esta entidad microfinanciera a la vanguardia de los servicios novedosos.

En la foto observamos a sus principales líderes, responsables del crecimiento de la caja. De izquierda a derecha Roberto Carlos Tello Escurra, vicepresidente de la entidad y representante de la Corporación Financiera de Desarrollo y el presidente del directorio de la Caja Huancayo, Jorge Solís Espinoza, promotor de la nueva estrategia de crecimiento de la institución. ●



BRIAN MIRANDA LARA

EDPYME Solidaridad

José Camacho Tapia, gerente de Negocios de la Edpyme Solidaridad (al centro) sostuvo que la institución está desarrollando nuevos productos financieros, lo que le permite alcanzar nuevos clientes, siguiendo la política de expansión de la Edpyme lo que le está dando muy buenos resultados. ●



Envíos para Pyme

DHL Express, la firma líder en el Perú y el mundo en courier express y servicios logísticos inauguró recientemente su flamante oficina en el más grande centro comercial de la capital, Plaza Lima Norte con la finalidad de servir a las medianas y pequeñas empresas de la zona. ●



Cooperativas

Eutemio Ríos Alarcón juramentó como presidente de la Confederación Nacional de Cooperativas en el Hemiciclo "Raúl Porras Barrenechea" del Congreso de la República. La flamante autoridad es también presidente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Coronel Francisco Bolognesi" de Lima. ●



Av. Paseo de la República 5639
Miraflores

Teléfonos:
447-1218 / 447-1285

→ Director del Suplemento Microfinanzas: César Sánchez Martínez → Editor: Héctor Kuga Carrillo
→ Diseño y diagramación: Víctor Miranda Rodríguez → Fotografía: Brian Miranda Lara → Retoque digital: Manuel Patiño → Corrección: Gustavo Durand → Gerente comercial: Cecilia Altez / caltez@diariolaprimera.com → Publicidad: Wilfredo Quiroz Fuentes / wquiroz@diariolaprimera.com / 945-050-919 / RPM *540936



Agenda empresarial

Convención sobre Producción Orgánica

Fecha: 9 de setiembre.
Lugar: Cuartel General del Ejército, San Borja.
Informes: Telf. 618-3333, anexo 1136
Organiza: ADEX

Seminario de Frutas y Hortalizas

Fecha: 11 de setiembre.
Lugar: Cuartel General del Ejército, San Borja.
Informes: promocion4@adexperu.org.pe
Organiza: ADEX

Seminario "Marketing para emprendedores"

Lugar: Hotel El Condado, Miraflores.
Fecha: 18 de setiembre.
Informes: produccionesejecutivas@terra.com
Teléfono: 9-9970-5580
Organiza: Instituto Internacional de Microfinanzas.

Feria Artesanal y Producción

Fecha: 21 de setiembre.
Lugar: Av. La Marina, cuadra 28, San Miguel.
Informes: Telf. 389-1144 / 9-8962-6819
Organiza: Agrupación de Artesanos Los Andes.

Reunión Networking

Fecha: 25 de setiembre.
Lugar: Auditorio del Scotiabank
Informes: Telf. 761-8989 / 9-9652-7780
Organiza: Cámara Peruana de Negocios.

Encuentro de Bancos Comunales

Lugar: Casa de Retiro Quinta Santa Luisa, Arequipa.
Fecha: 28 - 29 de setiembre.
Informes: Telf. 265-5739
Organiza: PROMUC.

Es urgente que las empresas exportadoras asuman un papel más activo y transmitan sus capacidades competitivas a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME), teniendo como premisa la "exportación hacia adentro" con la finalidad de desarrollar varias líneas maestras como la asociatividad, acceso al mercado y cultura de la calidad.

Esta realidad y los efectos de la crisis internacional en nuestra economía, ha generado que la Asociación de Exportadores (ADEX) se proponga impulsar el desarrollo del país mediante la aplicación del modelo exportador, lo que se logrará transmitiendo a las PYME las capacidades competitivas que permitieron a las empresas del sector conquistar los mercados internacionales.

José Luis Silva Martinot, presidente del gremio empresarial, manifestó que el modelo exportador, que puede resumirse como "Exportar hacia Adentro", concibe a la empresa como el actor clave en el desarrollo del país, pues produce bienes, genera empleo y aporta riqueza, y ahora tendrá la responsabilidad de transmitir a las PYME su "Know How".

Para ADEX, "Exportar hacia adentro" significa compartir sus activos y recursos competitivos con la emergente masa de emprendedores que constituye el verdadero motor del desarrollo del país, pero que necesita ser fortalecido en sus capacidades. En opinión de Silva, la estrategia "Exportar hacia Adentro" se desarrollará sobre varias líneas maestras, entre ellas, la asociatividad, que abarca la formación de cadenas o agrupaciones productivas y/o comercializadoras,

→ PLANTEA JOSE LUIS SILVA MARTINOT, PRESIDENTE DE ADEX

Piden fortalecer modelo exportador para la Pyme

→ "Se debe fortalecer el modelo peruano exportador y fomentar una cultura competitiva hacia los mercados foráneos, de tal manera que se transmita a las pequeñas y medianas empresas", planteó el presidente de la Asociación de Exportadores, José Luis Silva Martinot.

BRIAN MIRANDA LARA



José Luis Silva Martinot. Reta a las PYME a ganar más mercados.

y el fomento de asociaciones empresariales locales como organizadores y conductores de estrategias grupales.

La segunda línea maestra es el acceso a mercados, que permitirá compartir canales de comercialización y la capacitación

del emprendedor para acceder a mercados más competitivos (tanto locales como nacionales o internacionales).

La tercera línea maestra es la cultura de la calidad, que incluye acciones de capacitación, de certificación, sistemas de infor-

mación y consultorías. También la innovación y las adaptaciones tecnológicas basadas en alianzas empresariales, el apoyo de centros científicos especializados y los programas de cooperación, y la responsabilidad social, son otras líneas maestras.

ESTRATEGIAS

Si bien las empresas asumirán un rol más activo en el desarrollo del país, Silva Martinot cree que el papel del gobierno es fundamental. De ahí la necesidad de trabajar una Estrategia Nacional de Desarrollo cuyo objetivo sea darle valor agregado a nuestros recursos naturales.

Se debe orientar el gasto público y la inversión hacia un Plan de Desarrollo de Mercados, que incluya como pieza fundamental la inversión en infraestructura básica como carreteras y centros de venta como los mercados de abastos, centros de acopio, bolsas de productos y centros feriales.

Manifestó que en lo que al marco jurídico se refiere, se deben adaptar las leyes a las realidades regionales e impulsar la descentralización de los organismos reguladores, supervisores y administradores de justicia.

Revela que "el tema de la infraestructura institucional debe incluir redes de instituciones públicas y privadas con la capacidad de apoyar y acompañar las iniciativas privadas al tiempo de darle capacidad operativa a los planes de desarrollo del gobierno". ●

→ Rosa Chávez Venegas

Pequeñas empresas deben mirar a China

Las pequeñas y medianas empresas deben orientar sus productos al gigante asiático", comenta el presidente de ADEX. Exportar hacia mercados más competitivos demanda un esfuerzo diferente y especial por parte de las empresas, en especial de las PYME. En una coyuntura en la que EE.UU. y la Unión Europea aún no se recuperan de la crisis económica, China se está convirtiendo en la locomotora que está jalando la recuperación mundial, por lo que se recomienda

aprovechar las oportunidades que nos brinda ese mercado para incrementar nuestros envíos. Refiere que el país asiático está recuperando el ritmo de crecimiento gracias a la implementación de un oportuno e intensivo plan de estímulo fiscal, enfocado en una agresiva inversión en infraestructura para integrar sus regiones a la economía moderna. "Está haciendo énfasis en un modelo que concibe un crecimiento hacia adentro y exportando productos de alto valor agregado.

Todos los países de occidente quieren exportar a China y creo que el Perú debe seguir haciéndolo, no sólo de productos primarios, sino con valor agregado". Entre los productos con potencial para ser exportados a ese mercado asiático se encuentran los relacionados al sector construcción como cemento, madera y acabados; partes y piezas de metalmecánica, y alimentos. Silva Martinot manifestó que exportar hacia mercados más competitivos demanda un esfuerzo diferente

y especial por parte de las empresas, especialmente en cuanto a inteligencia comercial, cumplimiento de normas de calidad y franca mejora de la competitividad para reducir costos. El subdesarrollo, el atraso y la pobreza están asociados con los bajos niveles de competitividad de muchas empresas, en especial de las pequeñas y micro empresas que constituyen el 97% ó 98% del total de las unidades empresariales del país, puntualizó el presidente de ADEX. ●