

MICROFINANZAS



DESCUBRIENDO NUEVAS FORTALEZAS

Desafíos

➔ EXPORTACIONES

México abre puertas a PYME peruanas



➔ CONGRESO

Logros y retos para las microfinanzas



➔ FERIA

Mercados y bodegas se reunirán en Jockey Club



Agenda EMPRESARIAL

Charla informativa Feria Expocruz

Fecha: 17 de junio.
Lugar: ADEX
Hora: 9:30 a.m.
Teléfono: 618-3333
Organiza: PYMEADEX

Curso Internacional "Riesgo de liquidez"

Fecha: 17-19 Junio
Exp: Luis Puerto / Colombia
Teléfono: 225-0227
Organiza: Instituto de Estudios Gerenciales

Foro Internacional Rol de consumidores y el mercado global

Fecha: 23 de junio.
Hora: 8:30 a.m.
Lugar: Hemiciclo "Raúl Porras Barrenechea"
Teléf.: 311-7777 Anex. 7770
Organiza: Comisión de Defensa del Consumidor - Aspec

Desayuno aduanero "Modificaciones al reglamento sobre mercancías"

Fecha: 24 de junio.
Lugar: Centro Empresarial ADEX
Teléfono: 618 - 3333
Organiza: ADEX.

XIV Bodegas y Mercados

Fecha: 24-27 de junio.
Lugar: Jockey Club
Teléfono: 331-2590

1º Seminario Regional de Microfinanzas

Fecha: 12 de agosto
Lugar: Cámara de Comercio de La Libertad, Trujillo
Teléfono: 223-2811 / 476-0814 (Lima)
Organiza: CMS People.

Academia Financiera "Gestión en ONG Microfinanciera"

Fecha: 12-13 de agosto.
Lugar: Hotel José Antonio.
Teléfono: 470-2666
Organiza: COPEME.

café & negocios

→ POR WILFREDO QUIROZ FUENTES

Caja del Santa

La Caja Municipal del Santa motiva a sus clientes mediante diversas estrategias de desarrollo empresarial. Anualmente realiza su concurso "El Mejor Empresario" que este año correspondió a las categorías "Mediana y Pequeña Empresa" y "Micro Empresa", convocando a diversos emprendedores del departamento de Ancash y otros lugares, especialmente del puerto de Chimbote.

En la categoría "Mediana y Pequeña Empresa", la ganadora fue Tita Moreno Haro y en el género "Micro Empresa", el premio fue adjudicado a la emprendedora Bealda Campos de Olivares, quienes posan mostrando sus trofeos con dos analistas de la Caja del Santa en su sede principal del puerto chimboteño. Esta caja está logrando éxitos en su gestión empresarial, gracias al trabajo de la gerencia mancomunada liderada por Reynaldo Samuel Díaz Calderón (Administración), Francisco Manuel Palomares Murga (Operaciones y Finanzas) y Marco Saavedra Carrión (Créditos).



Personaje de la semana

Microfinanzas saluda a José Zapata La Torre, gerente de Supervisión de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la Fenacrep.

Av. Paseo de la República 5639
Miraflores

Teléfonos:
447-1218 / 447-1285

→ Director del Suplemento Microfinanzas: César Sánchez Martínez → Editor: Héctor Kuga Camillo
→ Redactores: Zoila Violeta Retuerto Jara, Loida Caldas Valverde y Antonio Machuca Ortiz.
→ Diseño: Luis Chapoñán Guerra → Fotografía: Brian Miranda Lara
→ Gerente comercial: Cecilia Altez Navarro / caltez@diariolaprimeraperu.com
→ Publicidad: Wilfredo Quiroz Fuentes / wquiroz@diariolaprimeraperu.com / 945-050-919 / RPM *540936

El mercado mexicano compuesto por 108 millones de habitantes se constituye en excelente oportunidad de negocios para las empresas peruanas que podrán comercializar sus productos mediante diversas estrategias o modalidades empresariales o de producción.

Por Loida Caldas Valverde

También es una gran oportunidad para las pequeñas y medianas empresas (PYME) de ingresar al mercado azteca directa o indirectamente, mediante la modalidad de subcontratación en productos con mayor valor agregado o sistema de maquila para empresas mexicanas. México es un mercado con interesantes oportunidades para la oferta exportable peruana, especialmente para los productos no tradicionales, cuyas exportaciones alcanzaron un crecimiento de 24.1% en los primeros cuatro meses del 2010 respecto a similar periodo del año 2009, según estadísticas de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperu).

Es una gran oportunidad para las PYME de ingresar al mercado azteca directa o indirectamente, mediante la modalidad de subcontratación en productos con mayor valor agregado o sistema de maquila para empresas mexicanas.

Los envíos no tradicionales llegaron a los US\$ 35 millones entre enero y abril último, monto superior a los US\$ 28 millones que se registraron durante los primeros cuatro meses del año pasado. El sector sidero metalúrgico fue el de mayor crecimiento (793%), seguido de minería no metálica (137%) y químico (101%). Los productos agropecuarios también experimentaron un incremento alcanzando los US\$ 6.7 millones, lo que representó un alza de 37% en comparación al mismo periodo del 2009, explicado por la mayor demanda de páprika entera, espárragos frescos, tara en polvo, pimienta morrón en conserva, goma de tara, aceitunas en conserva, ajos frescos, pasta de cacao, entre otros. De acuerdo a la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial de PROMPERU Exportaciones, los productos peruanos con mayor valor agregado, en especial de los sectores textil y de alimentos, tienen grandes posibilidades en el mercado azteca por varias razones, entre las que des-

PARA COMERCIALIZAR MEDIANTE MAQUILA

México abre puertas a PYME peruanas



La prendas peruanas en el mercado azteca podrán incrementarse notablemente.

tacan las condiciones agroecológicas del Perú, reformas de políticas gubernamentales, sector empresarial privado sofisticado y negociaciones que vienen efectuándose en el marco del Acuerdo de Complementación Económica N° 8. México es un mercado con sectores económicos en expansión y un consumidor final exigente. Sin embargo su producción no satisface la demanda local de los sectores hotelero, restaurantes y minorista debido

"PROMO 2010"

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperu) realizará del 6 al 7 de julio en Lima y del 8 al 9 de julio, simultáneamente en Arequipa, Cusco, Chiclayo, Huancayo y Tarapoto, el certamen PROMO 2010, con el apoyo de los Ministerios de Comercio Exterior y Turismo y de Relaciones Exteriores, la Cámara de Comercio de Lima, y el patrocinio exclusivo de Interbank. Durante PROMO 2010, los Consejeros Económicos Comerciales (CEC) de 17 países, entre ellos México, brindarán información especializada sobre las tendencias del mercado, requisitos de acceso, canales de comercialización, intereses del consumidor y demás datos que permitan a las empresas incrementar sus montos de exportación.

a que gran parte se destina a la exportación. Durante el 2009, importó US\$ 8,610 millones en productos pesqueros y agropecuarios. Esta creciente necesidad de importar alimentos representa un interesante nicho para nuestra oferta agroindustrial que cuenta con certificaciones internacionales que le han permitido ingresar a mercados tan exigentes como Europa, Japón, Estados Unidos, entre otros. Otra opción para la oferta agrícola peruana se presenta durante las épocas de contra-estación. Actualmente, importadores de las cadenas más importantes de México visitan nuestras áreas de cultivos de cítricos y hortalizas debido a la gran demanda existente en ese mercado, que representa el 30% de sus compras. Por otro lado, el consumidor mexicano reconoce que en el Perú existe un sector textil con mano de obra altamente calificada y que la confección con fibras altamente valorizadas, introduce criterios de calidad y diseño. Nuestras prendas se ubican en las cadenas de tiendas de mayor reconocimiento dentro de este mercado y están posicionados en los segmentos alto y medio alto. A pesar de que México es un país con arraigo nacionalista, el 70% de sus compras de prendas de vestir son de origen importado, trabaja con marca propia y utiliza un sistema de maquila, modelo que se constituye una forma inicial para que las pequeñas y medianas empresas peruanas introduzcan sus productos al mercado azteca.

Firmados
→ CÉSAR SÁNCHEZ MARTÍNEZ
csanchez@diariolaprimeraperu.com



Optimismo y no triunfalismo ante crecimiento económico

Cuando hablamos de economía, son buenas noticias las que se refieren al Perú. Por un lado, el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) refleja que las cosas se están haciendo con tino y responsabilidad, y por otro lado, supone severidad en el gasto público. Estos dos factores combinados con decisiones e iniciativas del sector privado, están permitiendo que en estos tiempos de crisis financiera internacional y globalización en general, la hacienda pública vaya por buen camino, comprobado en los recientes indicadores macroeconómicos públicos y privados. Recientemente, el banco de inversión Goldman Sachs reconoció que el Perú será la economía latinoamericana que tendrá la expansión más veloz este año y que podría recibir hasta mejoras en su calificación crediticia.

Esta aseveración se basa en el nivel inflacionario proyectado de 2.4% para el año y un crecimiento de 7% para el presente ejercicio anual. Demás está decir que el Banco Interamericano de Desarrollo, Banco Mundial, bancos comerciales y calificadoras de riesgo también han expresado algo similar, no obstante, las consecuencias de la crisis financiera internacional que está haciendo impacto en economías europeas, asiáticas y estadounidenses. Estas optimistas proyecciones tienen que mirarse con suma responsabilidad y humildad por parte de quienes manejan el Ministerio de Economía y Finanzas, ministerios relacionados con el crecimiento económico y el instituto emisor. También por los representantes de los gremios empresariales e incluso, sindicales. No es que nos vaya de maravilla, sino que según las proyecciones, el Perú sería uno de los países que saldría menos golpeado por los efectos de la crisis internacional. No está en el camino de Grecia, Irlanda, Portugal, Hungría o España, por coincidencia todos europeos. Pero, todo depende del manejo económico en los siguientes meses, que según la experiencia en años

electorales, no siempre son buenos. De ahí que la ministra de Economía, Mercedes Aráoz Fernández, debe trabajar, no sólo con cabeza fría, sino con mano dura y poner candado ante la tentación de algunos de echar mano a la caja fiscal con el pretexto de obras sociales, mediante leyes y decretos elaborados entre gallos y medianoche, en el Congreso de la República u oficina gubernamental, regional o municipal. Si bien es cierto que la economía peruana va por buen camino, con la colaboración del sector privado, también es real que los efectos de la crisis aún no han pasado del todo. La caída de las exportaciones en algunos sectores se debe precisamente a los efectos de la crisis que está golpeando a los

Recientemente, el banco de inversión Goldman Sachs reconoció que el Perú será la economía latinoamericana que tendrá la expansión más veloz este año y que podría recibir hasta mejoras en su calificación crediticia.

mercados foráneos. De ahí que los líderes de la Unión Europea (UE) tratarán de convencer esta semana a los mercados financieros de que pueden contener la crisis de deuda con un acuerdo sobre cómo reforzar la coordinación de sus políticas económicas y disciplina presupuestaria. Las decisiones que adopte la UE serán decisivas para el futuro de las exportaciones e inversiones del viejo mundo en el Perú. Los representantes de los 27 países de la UE elaborarán un programa para impulsar el crecimiento económico que genere fuentes de empleo. Por el bien de esas naciones y de nuestra región, esperemos que esos planes se cumplan.



Panelistas de uno de los temas abordados en el congreso. Hubo diversas ponencias donde estuvieron destacados especialistas.



El 12 de agosto de este año, en Trujillo, la misma institución organizadora, realizará el Primer Congreso Regional de Microfinanzas. Este certamen se desarrollará en las instalaciones de la Cámara de Comercio de La Libertad.

No todo fueron exposiciones o disertaciones. Hubo tiempo para hacer nuevas amistades y ampliar el círculo de contactos.



En los almuerzos y tiempos de refrigerio también se analizaron los temas que aún quedaron pendientes en las ponencias.

ENTRE LECCIONES APRENDIDAS
Y NUEVOS DESAFÍOS

Congreso de Microfinanzas

Recientemente se realizó en Lima, el Segundo Congreso Nacional de Microfinanzas, certamen organizado por CMS Perú, en sociedad con Contact Center, bajo el título de "Microfinanzas: Lecciones aprendidas y nuevos desafíos".

Por Héctor Kuga Carrillo

Este congreso fue de gran ayuda para la industria microfinanciera (IMF) peruana y especialistas que trabajan con indicadores económicos, porque se entendió mejor el trabajo que vienen realizando las IMF como herramienta principal para combatir la pobreza y transformando a miles de personas en prósperos emprendedores que son la base del nuevo Perú.

El ex presidente del Banco Central de Reserva, Richard Webb enfatizó en su disertación que el sector microfinanciero peruano es el menos concentrado y más diversificado, porque las tres instituciones más importantes tienen solo el 38 por ciento de todos los créditos de este segmento. Se trata de las cajas municipales que son las principales y las líderes del sistema financiero peruano, sin contar a Mibanco que está en la categoría de "instituciones financieras" (bancos). En el sistema de cajas municipales, las tres más grandes (Arequipa, Piura y Trujillo) seguidas muy de cerca por las CMAC de Sullana, Huancayo y Cusco, son las que actualmente están liderando el mercado de microfinancieras públicas.

Para Webb, el país en general ha demostrado tener una extraordinaria creatividad financiera institucional, porque las IMF fueron creadas rápidamente y ahora son parte importante del sistema microfinanciero peruano. Sin embargo, al referirse al cumplimiento del pago de los microcréditos (producto estrella de las IMF, especialmente de las ONG no reguladas) es muy alto entre los prestatarios de este sector. Sostuvo que "es igual, similar o hasta mejor que los prestatarios más grandes".

Recordó que había un mercado social que no era atendido por la banca formal, pero sí por las IMF. Por esa razón, los bancos aprendieron a acercarse a los informales contribuyendo

de esa manera a crear una industria enorme del micro crédito. Reveló que aun hay techo para seguir creciendo, pero todo debe hacerse con cautela, para evitar un sobreendeudamiento innecesario.

El Comité Organizador estuvo integrado por Marcelo Alquezar, vicepresidente de CMS People; Gaby Cárdenas Quezada, gerente de Proyectos de Financiera Edyficar; René Jaime Farach, gerente general de Crediscotia; Héctor Farro Ortiz, gerente general de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fortalecer; Marcos García Injoke, gerente de Normalización de Mibanco; y Fernando González Castro, gerente de Negocios Internacionales de Contact Center.

También lo formaban, José Luis Hidalgo Cáceres, gerente general de Acceso Crediticio Edpyme; José Loayza Pacheco, gerente de Microfinanzas de la ONG Alternativa; Gabriel Meza

Vásquez, gerente general del PROMUC; Joel Siancas Ramírez, presidente del directorio de la Caja Municipal de Sullana y ex presidente de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC); Paolo Simoni Pinto, jefe de Normalización de Mibanco; Fernando Valencia Dongo Cárdenas, presidente del Consejo Directivo de la ASOMIF Perú; Sergio Valencoso Burillo, presidente del directorio de Acceso Crediticio Edpyme; Diana Vega Arones, directora ejecutiva de ASNEC RRPS; y José Zapata La Torre, gerente de Supervisión de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, de la FENACREP.

El 12 de agosto de este año, en la ciudad de Trujillo, la misma institución organizadora, realizará el Primer Congreso Regional de Microfinanzas. Este certamen se desarrollará en las instalaciones de la Cámara de Comercio de La Libertad.



Participantes del Segundo Congreso Nacional de Microfinanzas, que recientemente se realizó en la ciudad de Lima.



El Dr. Richard Webb fue uno de los principales expositores en el congreso. Webb es coautor del libro "Árbol de las Microfinanzas".



Marcelo Domínguez, director de Desarrollo de Negocios de CMS People Argentina. Fue el principal moderador del congreso.

Enfoque

¿Dónde y cómo encontrar un nuevo empleo en el Perú?

Por Gisela Medina Soto

En algún momento de nuestra vida, todos nos enfrentamos a la situación de buscar un trabajo y es precisamente en ese contexto, en el que nos preguntamos: ¿Y ahora, qué hago? He aquí cinco puntos para una búsqueda de trabajo exitoso.

CONÓCETE. ¿Sabes cuáles son tus fortalezas y debilidades, qué es lo que quieres para tu vida? Estas sencillas preguntas muchas veces no resultan tan fáciles de contestar. Por esta razón, es importante que te des un tiempo para conocerte mejor, en la medida que sepas para qué eres bueno y qué es lo que quieres para tu vida, tendrás mayor claridad respecto al trabajo que buscas para ti y qué podrías aportar a él.

EL MERCADO. Eso implica no solo comprar el diario del domingo con los anuncios de empleo, significa también buscar entre las bolsas de trabajo de las empresas, las redes de trabajo en Internet y en particular, buscar dentro de nuestras propias redes de contacto. En este punto es importante analizar todas las oportunidades que te ofrece el mercado.

CURRÍCULO. Si quieres ser visto por los seleccionadores, hay dos aspectos que debes cuidar en tu CV, el fondo y la forma. El fondo se refiere a lo que contiene tu CV; coloca lo más relevante, empieza con tu experiencia si la tienes o con estudios si los posees, y ve siempre de lo actual a lo pasado. En tanto la forma tiene que ver con la manera en que presentas tu CV. Por ello, no se deben utilizar colores llamativos, letras poco formales o detallar al máximo lo que has realizado; puede resultar desagradable al seleccionador.

EXÁMENES. Llegaste a la etapa de las pruebas psicológicas, eso significa que vas por buen camino. ¿Qué hacer aquí? ¿Cómo debes responder o dibujar para dejar una buena impresión a los psicólogos? En este punto muchas veces las personas sienten tal incertidumbre que manifiestan gran ansiedad y les cuesta desenvolverse al 100%, así que relájate y deja que lo mejor de

ti salga. **ENTREVISTA.** Es una herramienta que puede ser utilizada de múltiples maneras, no siempre será del mismo modo, dependerá de la empresa, del entrevistador, del puesto al que seamos candidatos. Recordemos que en estas circunstancias, la primera impresión es la que cuenta, así que ayudémonos un poco eligiendo un atuendo formal, que se vea bien y sea cómodo. Antes de terminar, estos puntos

Las empresas realizan dinámicas grupales, las cuales son técnicas que permiten a la empresa observar nuestra forma de actuar en determinadas situaciones similares al trabajo y así encontrar al candidato indicado.

señalan algunos de los aspectos que consideran usualmente para selección; sin embargo, actualmente las empresas realizan dinámicas grupales o assessment centres (centros de evaluación), las cuales son técnicas que permiten a la empresa observar nuestra forma de actuar en determinadas situaciones similares al trabajo, y así encontrar al candidato que posea las características necesarias para ese puesto en esa organización.

¿Y si no eres elegido? He aquí algunos de los motivos por los que no te seleccionaron.

- No nos encontramos calificados para el puesto (Nos falta experiencia, conocimientos, competencias, etc).
- Estamos sobre calificados para el puesto (en estos casos nos sobra la experiencia, somos muy buenos, para lo que necesitan).
- Expectativas salariales muy altas.
- Existe una alta posibilidad que rápidamente salgas de la empresa (por tus intereses, capacidades, etc.)

En todos estos casos vemos cuán importante es poder saber qué tenemos para ofrecer, para sentirnos seguros y poder contrastar con lo que las empresas necesitan. Nunca es tarde para mejorar.

ALDEA PYME

Pyme Chema

La planta de producción de Chiclayo de Chema, registró al primer año de funcionamiento un crecimiento de 30% en las ventas de sus productos, superior en 6.1 puntos porcentuales al promedio nacional del sector construcción, y proyecta un crecimiento para este año de un 25 %, sostuvo María Fernanda Maggi Parodi, gerente general de Chema. La ejecutiva dijo que esto se debe a los proyectos de construcción de la región como los nuevos centros comerciales en Piura, Trujillo, Chiclayo, así como de proyectos habitacionales en Cajamarca. Maggi expresó que esta alza se debe también a la alianza estratégica de Chema con los profesionales de la construcción, gracias a la capacitación continua a través de talleres gratuitos y su constante participación en las charlas de los colegios de Arquitectos e Ingenieros y distribuidores de la zona, obteniendo como resultado transformar albañiles de oficio en verdaderos profesionales de la construcción.

Mineras Junior

La Bolsa de Valores de Lima – BVL - anunció la inscripción de la compañía canadiense Zincore Metals Inc. "Esta es una buena noticia, se trata de la primera junior listada en la BVL en el 2010. Este hecho demuestra la confianza de los capitales extranjeros en el Perú y en la Bolsa de Valores de Lima, más aun si tenemos en cuenta que somos la única Bolsa en Latinoamérica que cuenta con un mecanismo que reúne los más altos estándares internacionales especializado en el financiamiento para las mineras junior: el Segmento de Capital de Riesgo; y porque asimismo, el listado de Zincore Metals permitirá ampliar las alternativas de inversión que ofrece nuestro mercado, manifestó Roberto Hoyle, presidente de la Bolsa de Valores de Lima".

Cooperativas Cafetaleras

Las organizaciones cooperativas agrarias de café y cacao, integradas por más de 50 mil empresarios de MYPE agrarias, demandaron al gobierno central y al Congreso de la República no permitir la "muerte institucional" de este sector, con la aprobación del Proyecto de Ley N° 3747-2009, el cual precisa los alcances de los artículos 3 y 66 de la Ley General de Cooperativas, en relación al "acto cooperativo", ya que la Sunat ha emitido Resoluciones de Determinaciones y Multas por varios cientos de millones de soles contra las cooperativas de este rubro afectándolas directamente.

CERTAMEN SE REALIZARÁ DEL 24 AL 27 DE JUNIO EN EL JOCKEY CLUB

Preparan feria para bodegas y mercados

La XIV Feria Bodegas y Mercados 2010, que se realizará en los ambientes del Centro de Exposiciones del Jockey Club del Perú, la tercera semana de este mes congregará a miles de proveedores, comerciantes y clientes.

Por Zoila Retuerto Jara

Haciendo un análisis de la presencia de bodegas en diversos barrios del país, se llega a la conclusión que éstas, conjuntamente con los puestos de los mercados no desaparecerán, no obstante, la presencia cada vez mayor, de diversos supermercados.

Según la organización Márketing Preciso, en un escenario en el que el poder adquisitivo de los peruanos va en aumento y los súper e hipermercados siguen en expansión, los negocios de la pequeña actividad se han consolidado como los preferidos de los compradores al menudeo. Esta experiencia también se vive en muchas ciudades de América Latina.

El número, en Lima, continúa en crecimiento. Actualmente, en la capital, existen 75 mil bodegas y 68 mil puestos de mercados frente a los grandes conglomerados de mercados que llegan a 108. Entre el 2001 y el 2009 se crearon 14 mil bodegas mientras que hay 52 súper e hipermercados más en operaciones.

Se recomienda a los pequeños negociantes que den una ventaja comparativa a su bodega: vender cuadernos, lapiceros o discos compactos, convierta la tienda en una bodega-librería. De igual manera, pueden formarse bodegas-verdulería, bodegas-ferretería, bodegas-bazar o bodegas-cafetería.

"Las bodegas son parte de la idiosincrasia de los peruanos", sostiene el gerente general de Márketing Preciso, Manuel Fazio Arellano, impulsor de la Feria Bodegas y Mercados que este año llega a su décima cuarta edición. Comenta que una de las fortalezas de las bodegas y puestos de mercado es la denomi-



Según los expertos, no obstante los nuevos supermercados, las bodegas del barrio no desaparecerán.

nada compra por impulso. Es decir, aquella que se hace por una necesidad del momento, como la adquisición de gaseosas o golosinas. "No lo haces en el supermercado porque te lleva mucho tiempo", explica. Por ello, recomienda a los pequeños negociantes que den una ventaja comparativa a su bodega: vender cuadernos, lapiceros o discos com-

pactos, convierte la tienda en una bodega-librería. De igual manera, pueden formarse bodegas-verdulería, bodegas-ferretería, bodegas-bazar o bodegas-cafetería. Agrega que el buen bodeguero debe ser eficiente e inteligente, estudiar a sus clientes, vender productos de acuerdo a su zona de influencia y "buscar una sinergia de productos

Actualmente, en la capital, existen 75 mil bodegas y 68 mil puestos de mercados frente a los súper e hipermercados que llegan a 108. Entre el 2001 y el 2009 han aparecido 14 mil bodegas, mientras que hay 52 súper e hipermercados más en operaciones.

que impulsen sus ventas", lo que se logra, además de una percepción minuciosa, con capacitación y asesoramiento adecuados.

Fazio Arellano conoce plenamente esta situación y, por eso, apuesta desde hace 14 años por Bodegas y Mercados que reúne a las principales marcas del ramo y a los comerciantes detallistas interesados en reforzar sus lazos, en beneficio de sus empresas. "El objetivo es convertirse en una herramienta más poderosa y eficaz para poder contactar con los más importantes y valiosos aliados comerciales: los dueños de bodegas y puestos de mercados", anota.

"Perú es uno de los países que tiene la mejor penetración de comercio minorista, que no son supermercados ni hipermercados, en América en general", sentencia al indicar que los asistentes al evento encontrarán asesoría personalizada para cada segmento, según las actividades que despliegan. "Serán espacios para que la gente pueda hacer consultas en temas relevantes para su negocio sobre marketing, contabilidad, financiamiento, manejo de inventario, entre otros", explica.

"Los empresarios bodegueros se han percatado de que, más allá de los precios bajos, un punto clave es el servicio al cliente, que es la característica para mantenerse en el negocio, seguido de la variedad de productos en su stock", expresa al afirmar que, en el certamen, se podrá hallar espacios como el Congreso Magistral con el ponente argentino Alberto Guida, Rueda de Negocios Nacional e internacional, Casting TV BODEGAS y Consultoría Dr. Marketing, entre otros.

¿Cuántas bodegas hay?

● Lima Norte alberga el 56% del total de bodegas y el 50,6% del total de puestos de mercados y otros de venta al paso de toda la capital. San Martín de Porres, Comas y Los Olivos encabezan la lista.

Lima Sur tiene en su jurisdicción 14,963 bodegas y 15,828 puestos de mercado, la gran mayoría localizados en Villa El Salvador, San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo.

Lima Este, los comercios más comunes son las bodegas y puestos de mercado. La mitad de ellos está solo en San Juan de Lurigancho: hay unas 7,300 bodegas y aproximadamente 8,000 puestos de mercado.

El desarrollo de estas pequeñas y

microempresas será sostenible en la medida de que el sector privado, el Estado y los gobiernos municipales apoyen iniciativas de formalización y promoción del comercio a este nivel. No obstante, en primer lugar, los propietarios de establecimientos de pequeña y mediana escala se deben adaptar a esta competitiva realidad y a las necesidades cada vez más amplias de los consumidores de productos masivos.

Mientras la oferta comercial va elevándose y la rama de clientes se vuelve más exigente, el proceso de compra y de venta se debe adaptar a este nuevo escenario, conservando sus características pero con elementos reforzados.