"Estando persuadido de esto, que el que comenzó en vosotros la buena obra, la perfeccionará hasta el día de Jesucristo." (Filipenses 1:6)

Mayo 2019 / Edición Internacional N 168

Director: César Sánchez Martínez

Periódico fundado el 12 de mayo de 2007

www.microfinanzas.pe

www.facebook.com/microfinanzas.pe

MicroFinanzas®

Periodismo líder en América Latina

GESTIÓN DEL NUEVO PRESIDENTE DE LA INSTITUCIÓN APUNTA A TENER UNA MAYOR INCIDENCIA PÚBLICA PARA DAR A CONOCER IMPORTANCIA DE LAS IMF

FEPCMAC buscará impactar en mercados y tener un mayor posicionamiento público

GESTIÓN | 2

El liderazgo construye y edifica mediante tiempo, procesos y mucho esfuerzo.

APORTE | 10

Las ferias ayudan a fortalecer el negocio y alcanzar nuevos y mayores mercados.

PANORAMA | 11

La Caja Ica fortalecerá sus mercados donde opera, especialmente en el centro y sur del país.

NOVEDAD | 12

La importancia del desarrollo sostenible y el cooperativismo en el crecimiento.

© DIARIO CERTEZA

La Caja Arequipa lanzó al mercado de la industria microfinanciera peruana su laboratorio de innovación, denominado "CajaLab", constituyéndose en la primera entidad del sector que pone a disposición de los clientes, una organización de esta naturaleza. "CajaLab" permitirá incubar diversos negocios emprendedores y facilitará un capital semilla para su desarrollo. Esta iniciativa fortalece el liderazgo de la caja municipal líder en el Perú.

© DIARIO CERTEZA

El autor es periodista especializado en Economía y consultor en temas de Liderazgo y Educación Emprendedora del Instituto FINANPOS. Tiene más de mil artículos publicados sobre diversos temas de su especialidad.

LA EDIFICACIÓN DEMANDA TIEMPO, PROCESOS, ETAPAS Y ESFUERZO

El liderazgo construye

Por César Sánchez Martínez / LIMA

El liderazgo construye y se construye. En el primer caso, es positivo. Nunca negativo. En el segundo caso, se va construyendo. Al principio no hay nada. Es un proceso que demanda tiempo, aprendizaje, entrenamiento y en algunos casos, hasta sacrificio.

¿Por qué el liderazgo construye? Simplemente, porque edifica. La palabra "edificación" denota en sí: etapas, procesos, avances, etc. La construcción es una característica del liderazgo, que es más integrador.
Hemos visto en anteriores ediciones que el liderazgo proyecta confianza, es tener una visión, es influencia, implica servicio, promueve la ética, lidera con el ejemplo, genera vitalidad, toma la iniciativa, es básicamente integrador y es emprendedor. Ahora veremos que también construye.

Se construye algo que al principio no existe. Es decir, mediante un proceso inductivo se va aprendiendo en el camino. Como todo proceso demanda tiempo. Todas las personas pueden ser líderes si se lo proponen, al margen de los caracteres o habilidades que se tenga.

Para algunos el aprendizaje será más fácil porque posee algunas cualidades que desde niño lo aprendió en el hogar. Otros no y, por lo tanto, demorarán.

También dependerá de la formación educativa y no académica. La educación real se recibe en el hogar. La institución llamada "escuela" y que patrocina la "educación" sólo nos instruye y nos enseña materias, especialidades o habilidades. Por ejemplo. La escuela enseña cursos de matemáticas, comunicación, lenguaje o idiomas. También puede enseñar habilidades de cómo practicar mejor el fútbol o natación. Lo mismo ocurre con la música o el aprendizaje para tocar un instrumento musical, practicar teatro, aprender danzas folclóricas, cuidar mascotas, sembrar un árbol, saber un segundo idioma o valorar mejor los deberes cívicos o ciudadanos como el derecho, civismo, ciudadanía, etc.

La escuela no enseña a los niños a no mentir o a no ser corrupto, porque muchos de sus maestros practican esas cosas. Tampoco enseña a practicar una buena ética, respetar al prójimo, amar a los padres, decir siempre la verdad, hablar con honestidad, ser honrado, tener control personal, ser solidario, practicar el trabajo en equipo, tener visión de futuro, etc. Esto no es religión, sino buenas prácticas y costumbres.

Entonces, quienes están mejor equipados para asumir un liderazgo lo aprenderán más rápido. Los otros demorarán en sus procesos porque tienen que "desaprender" todo lo aprendido en la vida. Por eso podemos notar a "líderes" que son soberbios, egoístas, malintencionados, borrachos, ladrones, deshonestos, etc. Se necesita volver a aprender, mejor escrito, a reaprender.

La historia política del mundo, especialmente de América Latina está llena de, dizque, "líderes" que lo único que han hecho y seguirán haciendo es beneficiarse ellos mismos. Recuerden, el líder construye.
Si una persona desea el liderazgo, entonces buena cosa desea, pero debe hacerlo desde la perspectiva de lo correcto. Obviamente, los correcto siempre será lo bueno. Quien construye avanza, crece y se desarrolla.

Todo en la vida se puede aprender, pero si a ese aprendizaje, le sumamos algunos conocimientos y lo combinamos con una poco de experiencia, la fusión será algo muy bueno.

Cuando hablamos de liderazgo, debemos reflexionar en términos sociológicos, antropológicos, psicológicos y filosóficos. ¿Por qué elijo estas disciplinas? Porque están vinculados con el desarrollo de las personas en particular y la sociedad en general. Por supuesto que las personas no piensan en estas disciplinas, pero en la práctica sí lo hacen, aunque no sepan ni se den cuenta que lo realizan.

Generalmente las personas eligen entre lo bueno y lo malo. Creo firmemente que todos, sin excepción, hemos llegado a este nivel: Elegir entre lo bueno y lo malo, y casi el 100% elige lo bueno. Eso se da por descontado, aunque en la práctica hagamos todo lo contrario, pero de labios decimos que hemos elegido lo bueno.

Pues bien, ahí estamos todos. Con el transcurrir del tiempo, ya estamos en el terreno de lo bueno y se nos presenta una disyuntiva: Elegir entre lo bueno y lo mejor. Dependiendo de varios factores elegiremos el camino a seguir. Se supone que lo mejor, es y será algo superior a lo bueno. Quienes eligen lo mejor tiene la decisión de ser mejores en los diversos ámbitos de la vida.

Precisamente porque están en ese nivel es que se deben diferenciar del resto. Algunos ya se van diferenciándose de otros y eso nada tiene que ver con la posición, dinero o estatus social.

La meta es la excelencia

Quienes alcanzan esa posición de excelencia que no se lo da nadie, sino que se alcanza mediante un proceso de "selección", entrenamiento, disciplina y amor hacia los demás, están listas para asumir un liderazgo en la vida. Su vida será un ejemplo para seguir y tendrá verdaderos seguidores. Un lobo puede tener muchas ovejas que lo siguen, pero serán siempre ovejas. Muchos políticos o gurúes de la administración moderna tienen muchos borregos que lo siguen, pero son sólo borregos.

Un líder anima y ayuda a sus seguidores. Nunca se aprovecha de ellos, ni busca servicios personales y egoístas. Un líder no es soberbio ni vanaglorioso, es humilde y con sencillez sirve a sus seguidores. Inspira confianza y, por lo tanto, trasciende. Deja huellas para que otros lo sigan y jamás teme que sus seguidores ocupen su lugar. No tiene temor que haya "mucha sombra", simplemente porque la brillantez de su luz disipa la oscuridad. Hasta en algunos casos, mengua para que otros crezcan.

Entonces, si el liderazgo construye, deben notarse las edificaciones en las vidas de sus seguidores. Las mejores marcas se hacen con sacrificios, esfuerzos y hasta con lágrimas. Una construcción se hace con un propósito y para albergar a alguien o a algo. Cada acción del líder debe marcar un hito en la vida de sus seguidores. Si realmente no hay propósitos en la vida, mejor está que se dediquen a otros menesteres. También la dureza y vitalidad de la construcción dependerá del material que se utilice. Para trascender hay que cultivar en la vida de los seguidores, caso contrario, se ha perdido el tiempo por ambas partes. Si está dispuesto a convertirse en líder, sería bueno que evalúe su costo. Hay un buen precio por pagar, pero la rentabilidad social, será grande.

Director: César Sánchez Martínez
Editor General: Héctor Kuga Carrillo
Editora de Contenido: Neisy Zegarra Jara
Redactora: Ruth Vera Castillo
Columnistas: Alfonzo Muñoz Canales, Ricardo Ochoa Alburqueque, Eduardo Gil Mora, Janet Mogollón Pérez, Piero Mogrovejo Guevara.
Corresponsales: Martín Páez Molina (Buenos Aries), Regina Sánchez (Montevideo)

Edición Internacional Nro. 168 / Mayo 2019
NOTAS DE PRENSA: csanchez@microfinanzas.pe

Web: www.microfinanzas.pe
Email: csanchez@microfinanzas.pe
Telf.: 01 4856226 - 949172202

CAJA AREQUIPA FINANCIA PASAJES Y GASTOS PARA LOS ESTUDIANTES Y DOCENTE DEL COLEGIO "CLARET" DE AREQUIPA

Escolares ganan concurso sobre emprendimiento y viajan a España

© DIARIO CERTEZA

Gerente central de Negocios de la Caja Arequipa, Wilber Eloy Dongo Díaz; presidente del directorio de la Caja Arequipa, César Arriaga Pacheco; docente Maritza Huamán Javier; alumnos Alex Rivera Quispe, Sergio Vilca Guevara, Fernando Benavente Córdova y Daniel Abarca Enríquez; y gerente de Servicios Corporativos de la FEPCMAC, Darío Adrián León Urribarri.

Cuatro jóvenes escolares y una profesora del Colegio "Claret" de Arequipa fueron premiados por la Caja Arequipa con una pasantía académica de una semana en el Campus "Desafío Emprende" de la capital catalana, al fabricar ladrillos ecológicos que sirven para construir viviendas abrigadoras, al ganar un concurso escolar sobre emprendimiento en el marco de un convenio firmado entre la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC) y la Fundación "La Caixa", institución filantrópica de CaixaBank, principal caja de ahorro y crédito de España.

Se trata de los alumnos Daniel Abarca Enríquez, Fernando Benavente Córdova, Alex Rivera Quispe y Sergio Vilca Guevara, quienes asesorados por la profesora Maritza Huamán Javier, participaron del Concurso "Reto Emprende" pertenece al Programa "EduCaixa" que es un programa de la Fundación "La Caixa", cuya denominación real es Fundación Bancaria Caja de Ahorros y Pensiones, principal entidad financiera nacida en la comunidad autónoma de Cataluña, pero como presencia en toda España y Europa, operando como CaixaBank.

El Programa "EduCaixa" promueve las actividades emprendedoras de alumnos de 3ro. y 4to. años de secundaria de América Latina.

En el caso peruano, se realizó en el marco del convenio firmado con la FEPCMAC y estuvo coordinado por las 11 cajas municipales que conforman esa institución.

Es la primera vez que se realiza el concurso y se espera que, en los siguientes años, nuevos y más colegios, públicos y privados, participen de este concurso que contribuye con la inclusión y desarrollo social, especialmente en el ámbito de la educación emprendedora.

Los alumnos del Colegio Claret (Claretiano de Arequipa) presentaron el proyecto ecológico "Ladrix" que consiste en fabricar ladrillos para construir casas ecológicas, cálidas y dignas para los sectores de mayor necesidad, ahora que el friaje azota a las zonas altoandinas del Perú. En la elaboración de los ladrillos se utilizan cemento, yeso y plástico reciclado.

Los ganadores estuvieron en Barcelona del 6 al 16 de mayo donde participaron en talleres y conferencias, y visitaron instituciones vinculadas con el emprendimiento.

También tuvieron la oportunidad de visitar lugares turísticos como la iglesia "Sagrada Familia", obra del arquitecto Antoni Gaudí y otros lugares turísticos, incluyendo el estado catalán "Nou Camp", sede del Club Barcelona. La Caja Arequipa financió los pasajes y gastos de los estudiantes y profesora al viejo mundo.

Sobre el particular, César Arriaga Pacheco, presidente de la Caja Arequipa, sostuvo que la institución que lidera apoyará la iniciativa de los escolares; mientras que Wilber Dongo Díaz, gerente central de Negocios de la institución arequipeña, reveló que el proyecto podría recibir un capital semilla para iniciar una actividad emprendedora.

En el concurso se presentaron 72 proyectos, de los cuales 33 pertenecían a colegios de Arequipa, 24 a centros educativos de Piura y 15 eran de Huancayo.

COLEGIO CLARET

La Institución Educativa "Claret" educa en consonancia con los padres de familia, quienes, al matricular a sus hijos en la institución, están manifestando su legítimo derecho a optar por el estilo educativo de sus hijos en el modo que le es propio al Claretiano.

CAIXABANK

CaixaBank es un grupo financiero con un modelo de banca universal socialmente responsable con visión a largo plazo, basado en la calidad, la cercanía y la especialización, que ofrece una propuesta de valor de productos y servicios adaptada para cada segmento, asumiendo la innovación como un reto estratégico y un rasgo diferencial de su cultura, y cuyo posicionamiento líder en banca minorista en España y Portugal le permite tener un rol clave en la contribución al crecimiento económico sostenible.

CaixaBank es la entidad matriz de un grupo de servicios financieros cuya acción se encuentra admitida a negociación en las bolsas de Barcelona, Madrid, Valencia y Bilbao.

UNA CONCEPTUALIZACIÓN NO SÓLO INFORMÁTICA DE LAS POLÍTICAS EN PREVENCIÓN DE ACTOS ILÍCITOS FINANCIEROS

Los fraudes por canales electrónicos o internet

Por Luis Arturo Mesta Alzamora / CHICLAYO

© DIARIO CERTEZA

Luis Arturo Mesta Alzamora, gerente de la Corporación Mesta.

"En lo personal pienso que deberían hacerse arengas al iniciar cada día de trabajo en la oficina para no sentirnos tentados a desarrollar actos de fraude"

"Me arrepiento de lo sucedido, así que voltear la página y empezar a trabajar de nuevo en la misma empresa, obviamente que, si me gustaría",

Son frases expresadas por dos despedidos trabajadores, otrora integrantes del sector financiero, tras haber sido descubiertos y denunciados ante la fiscalía penal de turno, por la comisión de delitos que configuran hechos fraudulentos de naturaleza no electrónica, pero si física: operaciones de otorgamiento crédito a negocios inexistentes o retiros indebidos de cuentas de ahorro de terceros, con firma falsa en el comprobante de retiro, desarrolladas en ambos casos respectivamente.

En la actualidad y en el mundo entero gran parte de las operaciones bancarias, son realizadas a través de canales electrónicos, el uso del internet y apropiados canales de soporte informático puestos en diversos tipos de software, son las herramientas con las que día a día se desarrolla la intermediación financiera en nuestros países.

El desarrollo de la banca global, junto a la creación de nuevos productos y servicios financieros, informatizados para su existencia y comercialización, ha crecido y lo seguirá haciendo en forma exponencial; junto a ello en contra parte, los niveles de especialización delincuencial, para vulnerar los diversos sistemas informáticos, introducirse ilegalmente en los canales de uso y comercialización diseñados por la banca y cometer actos delictivos sancionados por las diversas normas penales que rigen en nuestros países, también muestran notorios niveles de sofisticación y desarrollo.

Ante tal realidad, es habitual observar en entidades financieras, la existencia, dentro de su organización, de áreas dedicadas a evitar o minimizar, los diversos actos de fraude con naturaleza informática que puedan perpetrar personas con actitudes delincuenciales desde fuera o dentro de la empresa. Es así como nacen áreas, con los siguientes nombres alternativos: área de prevención de fraude, de seguridad antifraude, de seguridad informática, entre otros, que de pronto dedican atención en anticipar posibles ataques de Cracker o ardamax, sniffer, phishing, sitios web falsos entre otros múltiples instrumentos usados por la delincuencia para vulnerar los sistemas de protección de las entidades financieras, sea que el ataque inicie desde el ángulo de la misma entidad o del cliente. Si bien lo anterior, representa grandes rasgos, una conceptualización de la prevención de operaciones de fraude, desde la perspectiva del ataque estrictamente informático, lo cierto es, que también existe otra faz del fraude financiero, cuyo escenario de desarrollo es eminentemente físico y por obvias razones los esfuerzos en prevenir y tratarlo deben estar alineados a esta forma de perpetración.

En nuestro concepto, un adecuado sistema de atención antifraude debe abarcar la prevención como el tratamiento del fraude, poco sirve prevenir actos fraudulentos si no tenemos un sólido engranaje de tratamiento post actos sucedidos de fraude, de esta manera, pre y post, podremos cubrir un mayor espectro del camino del fraude y en consecuencia disminuir las posibilidades de que suceda o evitar que se produzca por segunda vez una misma acción fraudulenta.

Un apropiado sistema de prevención y tratamiento de fraude debe cubrir las siguientes dos ventanas: Fraude a través de medios físicos y fraude a través de medios electrónicos:

Si bien el cuadro anterior, pretende tener una distribución metodológica de las variadas conductas fraudulentas, nada impide que en la práctica y en el análisis de determinados hechos de connotación fraudulenta, podamos hallar una interrelación de modos de operar delincuencial que abarque aspectos tanto físicos como electrónicos en una sola actuación o puede ser que en un solo hecho encontremos vinculación entre personas, documentos y procesos.

En la clasificación de acciones de fraude a través de medios físicos por personas, encontramos dos modalidades de comisión: Por Dolo, cuando, por citar un ejemplo: los funcionarios responsables de abrir y cerrar la bóveda de la entidad bancaria deciden concertar voluntades y retirar dinero de forma indebida e ilegalmente.

Actúan con conocimiento de lo que están haciendo. En el caso de fraude físico a través de personas actuando con culpa, hallamos, por ejemplo, cuando la persona responsable de tomar la firma y huella digital del cliente desconoce la parte técnica a utilizar para recoger una adecuada e idónea firma y huella sobre los documentos de respaldo en una operación, tomándolos de manera errónea. La diferencia entre un actuar con dolo o culpa estará determinada por el análisis del caso concreto y sobre las pruebas que al particular se presen-

ten del conocimiento o no, del hecho realizado por parte del trabajador.

En la clasificación de acciones de fraude a través de medios físicos por documentos, podemos hallar hasta 04 modalidades:

• Falsificaciones, principalmente en documentos de diversa naturaleza, por ejemplo: presentados por clientes para la evaluación crediticia y acceder al crédito, los cuales deberán ser revisados en cuanto a su validez por el personal interno del banco, con el cruce de información respectiva.

• Suplantaciones, observamos cuando un tercero se sustituye personalmente en el cliente de operaciones pasivas o activas para realizar acciones que requieren la presencia física del suplantado, por ejemplo: firmar, estampar huella digital principalmente.

• Adulteraciones, en las cuales se sobrepone contenido no cierto a documentos que ya contengan información determinada.

• Y finalmente la toma de firmas y huellas de manera inadecuada, en ésta última modalidad el fraude puede cometerse, tanto por desconocimiento técnico de la persona encargada de tomar las firmas o las huellas digitales a los clientes, permitiendo que hagan los trazos de firma libre a voluntad, sin contrastar los aspectos fundamentales que brinde el elemento de cotejo (documento nacional de identidad o pasaporte) como debería de ser, o estampando la huella dactilar de manera fraccionada, borrosa, o de difícil comparación; como también puede cometerse esta modalidad de fraude, por deficiencia en los instrumentos usados para la toma o registro de huella y firma, un inadecuado tampón de tinta, un endeble huellero, un lapicero de tinta entre cortada, un bolígrafo de tinta débil no perdurable en el tiempo, entre otros.

HUELLA DACTILAR

Una operación financiera desarrollada sobre la base de respaldo de una huella dactilar mal tomada expone a una situación de riesgo y connotación fraudulenta para el cumplimiento de la obligación por parte del cliente, en caso de negarse a cumplir su deber el cliente complicaría el escenario judicial para hacer cumplir la obligación En la clasificación de acciones de fraude a través de medios físicos por procesos, encontramos tres situaciones posibles de clasificar: el primero es cuando no existe en la organización un proceso establecido para determinada acción, lo que equivale a decir, inexistencia del proceso, todo debe estar procesado dentro de una organización bancaria, nada debe quedar a la improvisación, la ausencia de procesos genera no sólo realizar acciones de diversa manera asumiendo diversos riesgos, sino también dificulta e impide realizar labores de control, pues no existe el parámetro o norma interna que establece de tal o cual manera debe realizarse determinada acción, y recordemos que el fraude germina en campos descuidados de control.

La debilidad del proceso posibilita también una forma de cometer fraude físico, nuestros procesos de gestión deben estar diseñados, probados y adaptados al escenario físico, territorial y social en el cual se implanten.

La ausencia de control en los procesos ya implantados no ayuda a complementar la función principal por la cual se crean los procesos, que es ayudar a encaminar todo lo un conducto de gestión ya estructurado. Para esto el área de prevención y tratamiento de fraude cumple un papel primordial, vigilar que los procesos se cumplan y complementario a ello el trabajo de los Órganos de Control y Auditoria, ayudan en controlar el cumplimiento de los procesos de gestión.

En el fraude a través de medios electrónicos, hemos clasificado tres posibles canales de perpetración: Interno, cuando es cometido por el mismo trabajador del banco, externo cuando el sistema es vulnerado por un cracker o mediante canales de ingeniaría social, que resulta ser muchas veces una combinación de trabajador más un externo a la empresa.

Finalmente, tengamos en cuenta que el fraude es un mal social, tiene diversas aristas, diversos modos, variadas modalidades, ingeniosas actitudes, perjuicios diversos y sobre todo germina y crece en campos descuidados de seguridad y control. Es mutable y agresivo, por ello se debe, más que observar; investigar los hechos sucedidos, para tratar de prevenir y disuadir futuras conductas fraudulentas.

Pero debe albergarse dentro de las políticas internas de cada entidad financiera, un sistema de protección contra el fraude físico, no solo contra el electrónico, tratando de cubrir las diversas aristas mostradas líneas arriba y no solo esmerar cuidado y atención en el fraude electrónico el cual como sabemos si bien es nocivo y altamente perjudicial, no es la única forma de cometer fraude con perjuicio económico para una entidad financiera.

Una adecuada sugerencia, de naturaleza legal y de connotación antifraude, representa necesariamente, revisar por personal externo conocedor del tema, los hechos más comunes sucedidos con regularidad en la organización que representaron situaciones fraudulentas, tomar el hilo a ello y desarrollar análisis, comparación, estudio y retroalimentación en las áreas de la empresa, sobre cubrir y potenciar los puntos ya vulnerados por el actuar fraudulento.

DARÁ A CONOCER LA IMPORTANCIA DE LAS CAJAS MUNICIPALES EN EL DESARROLLO SOCIAL DEL PAÍS

FEPCMAC buscará mayor posicionamiento público

© DIARIO CERTEZA

Carlos Fernando Ruiz-Caro Villagarcía, presidente de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito.

La gestión del nuevo presidente de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC), Carlos Fernando Ruiz-Caro Villagarcía, presidente también de la Caja Cusco, será la que acuerdo el directorio de la FEPCMAC.

Esa gestión estará enfocada en dos líneas de acción, Una de ellas es dar a conocer la importancia que tiene el sistema de cajas municipales en el desarrollo social del país. Falta un mayor conocimiento de lo que han hecho las microfinanzas y, en especial, las cajas municipales en la historia del país y el desarrollo emprendedor de millones de peruanos en los últimos años, de "ese Perú emprendedor, de la gente que día a día va generando trabajo y venciendo a la pobreza", argumentó la autoridad gremial.

Efectivamente, en los 37 años que tienen las cajas municipales se ha realizado una labor titánica, no sólo en inclusión financiera, sino también en descentralización, generación de riqueza, aumento de nuevos puestos de trabajo y mejoramiento del bienestar social y personal.

Ruiz-Caro Villagarcía afirma también que se creó una cultura de ahorro y crédito, ahora los clientes y los emprendedores saben que los créditos se tienen que pagar, que es un tema que la banca de fomento, en su momento, "destrozó la cultura de crédito en el país y esto ha costado un tiempo reconstruirlo, por la cantidad de clientes que se tienen y que superan los cinco millones, muestran que se ha realizado avances significativos".

Para el presidente de la FEPCMAC, falta un reconocimiento mayor de la labor que se hecho desde las cajas municipales y del sector de las microfinanzas.

El segundo objetivo de la nueva gestión es reforzar el posicionamiento del sistema en la sociedad. "Falta un mayor posicionamiento político de lo que significa las microfinanzas en las diferentes esferas del Estado", añade el presidente.

Sobre este último aspecto, es verdad que la Superintendencia de Banca, Seguros, Administradoras de Fondos de Pensiones y Cooperativas (SBS) siempre estuvo pendiente de las microfinanzas peruanas, especialmente en su desarrollo y formalidad, pero en el resto de los estamentos del Estado, las microfinanzas han estado ausente o no se conocen adecuadamente la importante que tienen en el desarrollo social.

"Aún no se entiende todo el valor que ello tiene. La tarea de la gestión será lograr un mayor conocimiento de todo lo que se ha venido realizando de el lado de las microfinanzas, y por el otro lado, estando el sistema consolidado, es el momento de también impulsar mejor nuestros servicios", afirma el líder cusqueño.

Desde hace tiempo las cajas están buscando la forma de otorgar tarjetas de crédito o tener cuentas corrientes que sería lo que faltaría para completar una carpeta de servicios que permitiría a las cajas municipales llegar a más peruanos. Sabemos que es un proceso que todos modos se dará, poco a poco, sólo que hay que trabajar en ello, sea como FEPCMAC o grupo de cajas municipales, donde la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito sea la voz cantante o un articulador de alguna iniciativa.

El presidente de la FEPCMAC es de la idea que todas las cajas municipales puedan compartir sus experiencias, básicamente en la "coopetencia" (cooperación y competencia).

"Creo que hay cosas en la que tenemos que competir y otras en las que tenemos que cooperar, porque lo que se quiere es tener un sistema más grande, sano y transparente. Esperamos llegar a la meta con el apoyo de todos.

No es tarea de una persona, sino de todos, directorios, gerencias y colaboradores.

Todas las cajas deben ser empoderadas y en el momento que requieran la ayuda de su gremio, debemos estar ahí para ayudarlos", argumenta.

El directorio que preside ahora Carlos Fernando Ruíz-Caro Villagarcía estará vigente durante tres años, es decir, hasta la Asamblea de 2022.

Los nuevos retos

Entonces, para la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC), entre los retos que tiene el nuevo directorio están:

• Dar a conocer el rol que tienen las cajas municipales y las microfinanzas en el desarrollo emprendedor del país. El nuevo Perú se debe en parte al aporte de las microfinanzas, especialmente al trabajo de los emprendedores.

• Fomentar una mayor consolidación del sistema de cajas municipales para que tenga productos más atractivos para los clientes.

• Estar preparados para la transformación digital desde dónde se afronta para el sistema de cajas municipales y cómo lo hace cada institución. Este tema es importante, a pesar, que se tienen algunas ventajas como es el conocimiento del cliente. La transformación digital se basa en el cliente, lo pone al centro y las cajas han avanzado, precisamente, en el conocimiento del cliente. En el sector de la economía donde se mueven las CMAC, se ha avanzado bastante el desarrollo tecnológico para llegar a los clientes de la mejor manera.

La idea es que cualquier inquietud o necesidad del cliente pueda ser cubierta de la mejor forma.

CUSCO

El año pasado a la Caja Cusco, donde Carlos Fernando Ruíz-Caro Villagarcía es el presidente, le fue muy bien.

Tanto el Informe de Gestión como los Estados Financieros han sido aprobado por unanimidad por el Consejo Municipal, considerando que es un consejo nuevo que recién está conociendo el sistema de cajas municipales es bastante positivo.

Están ahora en el proceso de transformación digital y satisfacción del cliente para fortalecer la posición líder que tienen en su región pueda ser replicada en otras regiones.

1er CONGRESO INTERNACIONAL DE AUDITORES DE INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS

"El Auditor Interno: Generador de confianza".

20 y 21 de junio

INFORMES E INSCRIPCIONES:

E-MAIL: EVENTOS@FPCMAC.ORG.PE

TELÉFONO: 2224 002 ANEXO 207

LUGAR: HOTEL JOSÉ ANTONIO, CALLE BELLAVISTA Nº 133 - MIRAFLORES, LIMA

HORARIO: 9:00 AM - 6:00 PM

FEPCMAC

LA CAJA AREQUIPA PRETENDE SER

CajaLab: Inno

La Caja Arequipa inauguró recientemente el primer laboratorio de innovación y desarrollo emprendedor para beneficiar a sus miles de clientes, constituyéndose en la primera institución en tener un "centro de innovación" del sistema de cajas municipales de ahorro y crédito en el Perú. Para el gerente central de Negocios de la organización, Wilber Dongo Díaz, "mediante este laboratorio de innovación que es un centro de capacitación y desarrollo de talento de todos los trabajadores de la institución, se busca crear nuevos productos o mejorar procesos, recogiendo las iniciativas y necesidades de los clientes para servirlos mejor y darles una experiencia de servicio por encima de sus expectativas, es un paso importante que nos pone adelante en las microfinanzas del país.". Efectivamente, se pueden solucionar diversas necesidades que tienen los clientes, no sólo para desarrollarlos como procesos o productos digitales innovadores, sino que, a través del conocimiento del "journey" del cliente, se implementan nuevos desarrollos y aplicaciones tecnológicas para facilitar las actividades de los clientes, de esta manera se ofrece un valor diferencial que permite favorecer al desarrollo de sus emprendimientos y por ende al bienestar de sus familias y de la sociedad.

RETOS

CajaLab se inauguró con cuatro proyectos importantes que coadyuvarán a lanzar en los siguientes días su "Chatbot" que se desarrolla mediante la inteligencia artificial, lo que permitirá una atención preferencial del los clientes.

En la actualidad, los analistas ya cuentan con un sistema en línea llamado "Misti" que permite la trazabilidad de todo el proceso operativo de un crédito, incluso esta preparado para hacer el desembolso en el campo.

Además, en la actualidad, gozarán de una agenda comercial que permitirá a colaboradores y clientes, ubicarse mediante el GPS y así servirse rápidamente de los servicios que la Caja brinda a los clientes.

Tenemos también otros aplicativos para pagos y servicios que los clientes podrán tenerlos en sus celulares. Pronto estaremos implementando una plataforma para los aplicativos en tecnología abierta a través de los API (Application Programming Interface), que es una tecnología muy novedosa en el mundo, especialmente en Europa, y que en el Perú aún falta trascender, la implementación de esta tecnología permitirá hacer diversos tipos de alianzas con distintas organizaciones que van desde los servicios finacieros, hasta integrar diversos sectores económicos incluso las educativas, para que los clientes se integren de manera fácil a un ecosistema de servicios por medio de las plataformas digitales de Caja Arequipa.

Esta tecnología para la institución es una "banca abierta" que ofrece información de un tercero y se comparten archivos, de tal manera que toda la información del cliente se obtiene ahora en línea, obteniéndose datos como si fueran una misma institución, con la debida seguridad y protección.

CAMBIOS

Todo ello ha obligado a la Caja Arequipa a realizar también cambios en la organización. Se están creando una nueva estructura que permita el trabajo compartido y colaborativo, también unidades de gestión o de negocios como Transformación Digital, Canales Digitales Alternativos, Gestión de Desarrollo de Experiencia del Cliente, y todo lo que tiene que ver con los objetivos del laboratorio de innovación.

Estos cambios busca que se conozca con mayor detalle las necesidades de los clientes, no sólo en lo referente a servicios financieros, sino en realidad, toda su vida, logrando no solo las tradicionales segmentaciones, debiendo llegar a la personalización de perfil, obligando a la entidad financiera a reinventarse y no solo ser el proveedor de recursos financieros, sino ser un proveedor de experiencias y servicios a través de un ecosistema integrado que le ayuden al cliente a no buscar en otras plataformas u oficinas para satisfacer sus quehaceres personales, empresariales o familiares (viajes, estudios, servicios, pensiones, compras, compra de inmuebles, etc.)

La Caja Arequipa pretende ser parte de la vida del cliente y para ello, CajaLab buscará sorprender con nuevas experiencias al cliente mismo.

Es decir, hay mucho trabajo para hacer para llegar a los actuales más del 1'200,000 clientes que tiene la institución.

EL SOCIO

Estos avances en el desarrollo empresarial de la Caja Arequipa serán muy bien valorados por el nuevo socio estratégico que se conocerá antes de fin de año, argumentó el gerente central de Negocios, Wilber Dongo Díaz. Cuando se confirme y culminen las negociaciones, se anunciará el nombre del socio estratégico que contribuirá con el fortalecimiento del patrimonio y gobierno corporativo de la organización y el desarrollo tecnológico en una etapa de constante cambio.

DATOS

La Caja Arequipa nació hace 33 años con sólo US$ 30,000 y ahora supera los 6 mil millones de soles en activos. Está presente en todos los departamentos del país.

© DIARIO CERTEZA

R PARTE DE LA VIDA DEL CLIENTE

ovación y disrupción financiera

Hito histórico

"La apertura de CajaLab es un hito histórico para la institución porque nos va a permitir cumplir con las necesidades de nuestros clientes", afirma Marco Lúcar Bérninzon, gerente central de Administración y Operaciones, responsable del laboratorio de innovación.

Es un esfuerzo grande que hace Caja Arequipa de montar un laboratorio de este tipo donde ya vienen trabajando con el personal y clientes para mejorar cómo se puede ofrecer un mejor servicio ofreciendo valor y cómo ponerse a la vanguardia de la tecnología.

Ya tienen productos creados, WhatsApp para créditos, "Chatbot" como asistente virtual, APP internos que ayudan al proceso crediticio para ayudar a los más de 2,500 analistas de crédito que están en el campo.

CajaLab tiene un producto ya terminado que se llama "Caja Móvil" que se puede encontrar en Play Store para los teléfonos con tecnología Android y para los Smartphone.

"Estamos dispuestos a seguir creciendo, apostando por la tecnología y la innovación", afirma el responsable de CajaLab.

Presente y futuro

CajaLab significa para el presidente del directorio de la Caja Arequipa, César Arriaga Pacheco, el presente y futuro de la Caja Arequipa. "Es la primera piedra que sirve para construir el edificio que será posible trabajar enfocados en el cliente.

Con innovación de proyectos, operaciones y servicios. Se abre un abanico muy grande de oportunidades".

Con el cierre este año del tema del reforzamiento patrimonial y los cambios culturales vinculados a la educación financiera, la Caja Arequipa será una institución pionera en la transformación organizacional.

SON EXCELENTES OPORTUNIDADES PARA GANAR NUEVOS Y MAYORES MERCADOS

¿Las ferias ayudan a fortalecer el negocio y vender más?

Por Janet Mogollón Pérez

© DIARIO CERTEZA

Consultora del Instituto FINANPOS. Trabajó durante más de seis años con adolescentes, y en los últimos dos años lo hace con profesionales y jóvenes mayores. Es psicoterapeuta en Consejería y Orientación Familiar.

¿Por qué es importante participar en una feria? Participar en una feria es conocer nuevos y mayores mercados para vender nuestros productos. Son excelentes oportunidades para vender más y ganar nuevos mercados.

En el Perú hay diversos tipos de ferias, pero todas tienen la misma finalidad. Son las grandes vitrinas que el empresario emprendedor necesita para crecer económicamente y ganar mayores mercados para sus productos o servicios.

En el mundo algunas economías, grupos empresariales y familias han sobrevivido a determinadas crisis económicas y otras se han reactivado mediante la realización de ferias empresariales, muchas de ellas especializadas. Por ejemplo, en los países del primer mundo, las autoridades gubernamentales y hombres de negocios tienen como herramienta principal para la promoción empresarial a las ferias.

Ciudades como Munich (Alemania), Vancouver (Canadá), Miami (Estados Unidos), Milán (Italia), Estambul (Turquía), Dublín (Irlanda) Ámsterdam (Países Bajos), Taipei (Taiwán), Singapur (Singapur), Seúl (Corea del Sur), Yakarta (Indonesia), Manila (Filipinas), Bangkok (Tailandia) y Hong Kong (China) basan parte de sus economías e inversiones, precisamente en los negocios que contactaron en las ferias especializadas. En estos casos, las medianas y pequeñas empresas (PYME) son las beneficiadas, aunque las microempresas (MYPE) no se quedan atrás.

En América Latina, esta actividad está creciendo básicamente en países de economías abiertas como Panamá, Costa Rica, Chile y Colombia. Notamos que ciudades como Sao Paulo (Brasil), México DF (México), Buenos Aires (Argentina), Santiago (Chile) y Medellín, Cali y Bogotá, éstas tres últimas en Colombia, son sedes de ferias internacionales, permitiendo de esta manera, generar valor a la promoción de las actividades empresariales.

En Perú, la situación es diferente. El tema de ferias nuevamente se está impulsando. Algunas de ellas están asociadas a convenciones, congresos y otros certámenes que no necesariamente son empresariales, siendo las ferias sólo centros de exhibición de productos o servicios.

Años atrás había un recinto ferial en San Miguel y constantemente se realizaban la Feria del Hogar y la Feria Internacional del Pacífico que llegó a ser una de las principales de América Latina.

Sin embargo, existen otras como la Feria Expoalimentaria que realiza anualmente la Asociación de Exportadores (ADEX) en coordinación con otras organizaciones, público y privadas, que son ejemplos para imitar.

También están las pequeñas ferias artesanales y la feria gastronómica Mixtura como puntos de partida que, en los últimos años, hasta se han descentralizado.

No obstante, a la luz del desarrollo económico de las naciones, las ferias son herramientas básicas para cualquier economía que busca un mercado en el proceso de globalización y competitividad empresarial. Hay ciertas ferias peruanas que se realizan con éxito e impulsan el crecimiento de las pequeña y microempresas.

Por ejemplo, la Feria internacional del Libro de Lima y la Feria "Ricardo Palma", organizadas anualmente por la Cámara Peruana del Libro (CPL); el Centro de Exhibiciones que se desarrolla en el marco de la Conferencia Anual de Ejecutivos (CADE) que organiza IPAE; entre otras que desarrollan la Cámara de Comercio de Lima, ADEX y universidades son muy importantes para el desarrollo empresarial.

También hay otras ferias que no son tan conocidas, pero que cumplen un rol social, siendo también especializadas. Nos referimos a las ferias de artesanos y emprendedores, como la de abarrotes, ferretería, bisutería, confecciones, regionales, gastronómicas, servicios financieros, etc., donde participan diversas MYPE de la región o lugar, y que son éstas las que dinamizan sus economías. Algunas de ellas son patrocinadas por gobiernos regionales, municipalidades y organizaciones no gubernamentales de desarrollo.

¿Alguna vez te has encontrado hablando positivamente de tu empresa a otros?

¿Qué se gana en una feria?

MAYORES VENTAS
• El participante vende sus productos o servicios.

IMAGEN EMPRESARIAL
• Los productos o servicios son conocidos por quienes asisten a la feria.
• Fortalece el posicionamiento de la marca del producto o servicio.

CONTACTOS DE NEGOCIOS
• Se genera una lista de potenciales clientes para futuros negocios. El negocio sigue después de terminada la feria.

PROMOCIÓN DEL PRODUCTO
• Distribución de material informativo describiendo las bondades del producto o servicio. Se elaboran folletos, carpetas promocionales, etc.
• Elaboración de dosier de prensa que es una herramienta básica en las relaciones públicas.

RUEDA DE NEGOCIOS
• El participante puede asumir nuevos compromisos de ventas.
• Las ruedas de negocios son excelentes oportunidades para buscar representaciones o llegar más lejos en las ventas.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS
• El emprendedor podrá hacer alianzas para incrementar volúmenes de producción o estrategias de comercialización.

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL
• Se generan redes empresariales que contribuyen con el fortalecimiento del negocio.

FINANCIAMIENTO
• El participante podrá calificar para un mayor crédito, sustentando su participación en ferias.

NUEVAS IDEAS DE NEGOCIO
• El estar cerca de otras experiencias genera nuevas expectativas para innovar el negocio.

POSIBLES INVERSIONES
Existen empresarios que están a la caza de negocios rentables, razón por la cual participan en la actividad emprendedora donde todos ganan.

PRESENCIA DIGITAL
• Ahora con las redes sociales, el nombre del producto "viaja" a lugares insospechados donde nunca llegará el vendedor.
• Ayuda a "sembrar" el producto o servicio en otros mercados.
• Ayuda mucho tener una página web, y no sólo participar de las redes sociales. No todos los clientes usan las mismas redes.

Gerencia Comercial:
Wilfredo Quiroz Fuentes - Teléfono: (511) 4856226
WhatsApp: +51 955573812
Email: wilfredo. quiroz@microfinanzas.pe

Av. Gerardo Unger 4321 - San Martín de Porres - Lima

Fotografía:
Teo Flores
Editor gráfico:
Yamil Rodriguez Flores
Márketing:
Piero Mogrovejo Guevara
WhatsApp: +51 952976234

FORTALECERÁ LOS CRÉDITOS EN EL SECTOR RURAL Y REFORZARÁ MERCADOS DONDE OPERAN

Nuevos y mayores desafíos de la Caja Ica para 2019

© DIARIO CERTEZA

Rosa María Higa Ishii, gerente central de Administración de la Caja Ica.

La Caja Ica viene realizando con éxito su plan de desarrollo empresarial, especialmente cumpliendo con las expectativas y metas que la institución se ha fijado, reveló Rosa María Higa Ishii, gerente central de Administración de esa entidad financiera.

"Se están cumpliendo los objetivos estratégicos contemplados en el Plan Estratégico para el 2019, preparándose para la campaña de Fiestas Patrias, luego de un exitoso paso por la campaña del Día de la Madre", sostuvo la alta ejecutiva, que ya tiene más de 16 años de experiencia exitosa en el sector de microfinanzas, ocupando posiciones gerenciales y de jefaturas en cajas municipales de ahorro y crédito y mutuales.

Están satisfechos por los logros, especialmente por el cambio a la categoría B. Efectivamente, la Caja Ica logró la clasificación B- casi al final del año pasado, luego de ser evaluada por tres prestigiosas organizaciones como Equilibrium, una de las más importantes empresas de clasificación de riesgos, afiliada a Moody's Investors Services; y las empresas Apoyo & Asociados y Class & Asociados.

Caja Ica pasó la prueba de evaluación en créditos, depósitos, clientes de crédito, morosidad, utilidades y patrimonio.

Con respecto a los resultados del año pasado, la institución tuvo un crecimiento por encima del promedio de las cajas municipales de ahorro y crédito, mientras que las metas para este año es seguir mejorando los ingresos, pero enfocado desde la perspectiva de la eficiencia y productividad de los analistas de negocios, afirma Higa Ishii.

Ese crecimiento debe estar centrado, en opinión de la gerente de Administración, en el segmento de las microfinanzas, dirigido siempre a la cartera PYME, donde actualmente representa el 67% del total crediticio, mientras que el 25% es consumo y la diferencia son los diversos productos.

Estos son los puntos fundamentales, también el crecimiento de los clientes. La Caja Ica tiene un crecimiento mensual de 1,500 clientes de créditos y eso es una buena noticia y al mismo tiempo es un desafío para la organización. Obviamente que todo está apoyado por la tecnología, mediante los diversos aplicativos que ha desarrollado para acercarse más a los clientes.

Rosa María Higa también refiere que están mejorando los procesos de Banking, cajeros y corresponsalía propia.

LA REGIÓN

El trabajo de la Caja Ica es fortalecer la región Ica, donde son los líderes. Sin embargo, en la región de Ayacucho también son los líderes. En todas las provincias hay oficinas de la caja, siendo el objetivo, fortalecerse precisamente en las zonas donde están operando, especialmente la zona sur del país, incluyendo al sector rural de las regiones donde están presentes.

"Nosotros hemos trabajado, mediante una consultoría con COFIDE y una organización alemana, todo lo que son los créditos rurales, empezando con un programa piloto en Andahuaylas (Apurímac) y ahora la estamos trasladando a todas las agencias para colocar los créditos rurales.

Rosa María Higa tiene una sólida experiencia en administración, contabilidad, presupuesto, control, logística, gestión de recursos humanos, auditoría. También amplia capacidad y experiencia, liderando equipos para lograr objetivos exigentes, orientada a resultados y a enfrentar desafíos.

Es contadora pública colegiada certificada, magister en Administración con mención en Gestión Empresarial, y con estudios de MBA en Gerencia en Dirección Estratégica en CENTRUM Católica.

DIRECTORIO

El directorio de la Caja Ica está presidido por Mons. Edmundo Hernández Aparcana y como vicepresidente, está el abogado Julio Cesar Ochoa Maldonado. Los directores son: Johny Aurelio Pacheco Medina, David Zea Gutiérrez, César Augusto Ruíz Lévano, Carlos Ramón Noda Yamada y Jaime Alberto Quesada Guillén.

Líder en la región

La Caja Ica es una empresa financiera de derecho público que goza de autonomía económica, financiera y administrativa. Desarrolla sus actividades basándose en sus principios: Democratización y descentralización del crédito, así como fomentar e incentivar una cultura de ahorro.

La historia de la Caja Municipal Ica tiene como antecedentes la promulgación en mayo de 1980 del Decreto Ley N° 23039 que regula la creación y funcionamiento de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito como modelo de institución financiera; así como el Decreto Supremo N°225-87-EF emitido en noviembre de 1987 que crea la Federación Peruana de Cajas Municipales.
Ese mismo año, la Municipalidad Provincial de Ica expide la resolución Municipal N° 225 -87 – EF a través de la cual queda constituida la Caja Municipal de Ica. El 18 de octubre de 1989 la Superintendencia de Banca y Seguros, AFP y Cooperativas, autoriza el inicio de sus operaciones, lo cual se cumple el 21 de octubre del mismo año.

Quedó constituida como una organización peruana de intermediación financiera, orientada al desarrollo de las microfinanzas con impacto social que forma parte del Sistema Financiero Nacional, contando con autonomía administrativa, financiera y económica, bajo supervisión de la Superintendencia de Banca y Seguros.

Teniendo como base un capital social inicial de I/. 225´340,000.00 equivalente en la actualidad a S/. 225.34 nuevos soles, la Caja Ica inicia su atención al público con cuatro trabajadores y una sola oficina ubicada en la plaza de armas de la ciudad de Ica, otorgando solo créditos prendarios.

En la actualidad tiene oficinas en las regiones de Arequipa, Ayacucho, Apurímac, Ancash, Lima e Ica, las cuales registran importantes niveles de captaciones y colocaciones.

LAS COOPERATIVAS PROPORCIONAN EDUCACIÓN Y FORMACIÓN A LOS SOCIOS

Importancia del desarrollo sostenible

© DIARIO CERTEZA

Las cooperativas promueven una mayor democracia económica al compartir la propiedad y el control ofreciendo servicios para el bienestar social.

Una cooperativa es un medio de ayuda mutua para beneficio de todos. Es una asociación voluntaria de personas y no necesariamente de capitales; donde las personas se unen para trabajar con el fin de buscar beneficios para todos. El principal objetivo es el servicio y no el lucro.

Las cooperativas se rigen mediante las más limpias y depuradas normas democráticas: libre manifestación de la voluntad de cada persona con igual valor a la de los demás; un hombre, un voto con absoluta independencia del capital, con las únicas limitaciones que la moral y la ley imponen para proteger los intereses de la comunidad.

El cooperativismo es una herramienta que permite a las comunidades y grupos humanos participar para lograr el bien común. La participación se da por el trabajo diario y continuo, con la colaboración y la solidaridad.

El cooperativismo busca desarrollar al hombre, con el valor de la cooperación, de la igualdad, de la justicia, del respeto y del trabajo conjunto. Las cooperativas están basadas en los valores de la autoayuda, autorresponsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Los socios hacen suyos los valores éticos de la honestidad, transparencia, responsabilidad y vocación social.

Las cooperativas proporcionan educación y formación a los socios, a los representantes elegidos, a los directivos y a los trabajadores para que puedan contribuir de forma eficaz al desarrollo de sus cooperativas. Además, y esto viene a ser la actividad educativa de mayor interés, contribuye con la educación, capacitación y formación de la sociedad contribuyendo con estas acciones para que un pueblo tenga paz, desarrollo y bienestar.

Pues la educación es una herramienta para que las personas constituyan sociedades sostenibles, que hagan uso de sus recursos naturales con la mayor sensatez posible a fin de que tengamos hombres, mujeres, familias y pueblos con equidad, justicia y un desarrollo para todos.

También, las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus socios.

Estas dos acciones, la educación y el interés por el bienestar de la comunidad, impulsan el denominado desarrollo sostenible que es un concepto que abarca objetivos sociales, económicos, políticos y ambientales. Se refiere a un tipo de desarrollo que aumenta la calidad de vida sin poner en peligro la capacidad de otras poblaciones, ni la de generaciones futuras, para tener acceso a los recursos necesarios para lograr su propio desarrollo. Es una noción que engloba ideas de justicia eco social.

¿Con base en qué hechos se puede afirmar que las cooperativas son especialmente adecuadas para promover formas ambiental y socialmente avanzadas de desarrollo sostenible?

En cuanto organizaciones que operan en contextos de mercado, las cooperativas pueden implementar un manejo sostenible de los recursos sólo si hay maneras para captar parte del valor preservado o creado. Sin embargo, las cooperativas pueden desarrollar un potencial especial como empresas capaces de fomentar cambios culturales, organizacionales y tecnológicos, el tipo de cambios necesarios si se quiere avanzar significativamente en la dirección del desarrollo sostenible. Una tesis central es que las cooperativas, pueden asumir agendas ecosociales de manera exitosa. Dada su estructura, sus razones y principios, este es un ámbito en el cual las cooperativas podrían superar a las empresas tanto privadas como estatales.

¿Por qué las cooperativas son vías adecuadas de organización para el desarrollo sostenible? Porque las cooperativas integran múltiples objetivos económicos, sociales y ecológicos. Al hablar del desarrollo sostenible, comúnmente se mencionan tres dimensiones o escenarios de acción: el económico, el social y el ambiental. La consecuencia es que no se puede hablar justificadamente de sostenibilidad cuando alguna de estas tres dimensiones esté descuidada.

Dado que las cooperativas promueven la cooperación y la acción colectiva, brindan una vía organizativa para abordar los intereses colectivos socio ecológicos. Esta es una contribución clave para el desarrollo sostenible. Las cooperativas ayudan a construir comunidades sostenibles que son un objetivo del desarrollo sostenible y un ingrediente decisivo para la implementación de sistemas sostenibles de producción y consumo.

El capital social

El desarrollo sostenible requiere capital social, un concepto que usan algunos analistas para referirse a redes y relaciones de trabajo positivas, y a condiciones sociales tales como la confianza común y la buena voluntad, que son centrales para el desarrollo sostenible porque generan el contexto necesario para mejorar los estándares de vida sin depender exclusivamente de mayores niveles de consumo privado.

Cuando funcionan bien, las cooperativas reproducen y expanden el capital social, lo cual a su vez contribuye con el éxito de otros proyectos. Las cooperativas cumplen una función integradora y estabilizadora, fomentan la creación de alianzas y coaliciones y pueden ayudar a reducir la desigualdad social.

De este modo, las cooperativas prestan servicios sociales a las economías regionales prácticamente en el mismo sentido en que algunas actividades, por ejemplo, la agricultura, pueden proporcionar servicios ambientales.

Las cooperativas son vehículos útiles para atender los intereses colectivos a largo plazo. También prestan un servicio económico al ayudar a estabilizar las economías regionales, y al crear un clima favorable para la inversión de parte de individuos, empresas y organismos estatales. Las cooperativas tienden a sobrevivir a muchas empresas privadas, y su presencia en las áreas rurales ayuda a estabilizar a esas economías que normalmente son las más vulnerables.

Las cooperativas reducen la desigualdad y promueven una participación equitativa en los costos y los beneficios del desarrollo sostenible. El uso sostenible de los recursos usualmente no es compatible con la existencia de desigualdades sociales y económicas graves. De hecho, algunos defienden que tales condiciones sociales nunca podrían calificar como desarrollo sostenible.
Las cooperativas ayudan a reducir la desigualdad; además, la distribución equitativa de costos y beneficios inducen a reducir las inequidades. Como vehículos de empresas compartidas o colectivas, las cooperativas pueden convertirse en propuestas útiles para lograr estos tipos de justicia eco económica.

Las cooperativas pueden promover la democracia económica y el empoderamiento de los grupos marginados, lo cual es un hecho distintivo del desarrollo sostenible y una condición previa para compartir la responsabilidad.

La integración social y la acción de equidad y justicia a grupos marginados mediante organizaciones cooperativas y la acción cooperativa son contrapesos muy necesarios a los procesos de exclusión y explotación. En sí mismo, esto representa un paso hacia una sociedad sostenible, pero también está relacionado con el uso ecológicamente sostenible de los recursos naturales.

Las cooperativas promueven una mayor democracia económica al compartir la propiedad y el control. La participación económica sobre bases de igualdad es también una condición previa necesaria para el surgimiento de actitudes y prácticas de responsabilidad compartida que apoyan el uso sostenible de los recursos.

El desarrollo sostenible es intensivo en conocimiento y en gestión; las cooperativas tienen la capacidad organizativa para la comunicación, la capacitación y la educación. Las cooperativas son escuelas eficaces para el desarrollo sostenible, el cual, comparado con formas menos sostenibles de desarrollo intensivo tanto en conocimiento como en gestión.

Educar a los miembros, los trabajadores y el público es un principio cooperativo, y muchas cooperativas han tenido éxito en la actualización de las destrezas técnicas, gerenciales y organizativas de sus miembros y su personal. En un contexto cooperativo se hacen más viables la realización de cursos cortos, la educación avanzada, la enseñanza por pares y el aprendizaje por experimentación.
Las cooperativas son parte de un movimiento mundial que tiene fuertes vínculos con otros movimientos sociales contemporáneos centrados en el ambiente, la liberación de la mujer, la democracia, las alternativas de desarrollo, la lucha contra la pobreza, la equidad y la justicia social.

Tu iPhone en 18 cuotas desde S/ 99*

sin intereses, sin inicial, sin contratos

Interbank

iShop

*Cuota calculada en base a precio regular de iPhone 6S 32GB S/1,782 en 18 cuotas con Tarjetas de Crédito Interbank. Válido del 24/05 al 16/06/2019 o agotar stock. Stock mínimo iPhone 6s: 200 unid. No aplican tarjetas empresariales. Financiamiento en cuotas sin intereses no es válido en la Tienda Online. No acumulable con otras promociones. Válido sólo para el momento de la compra. No se entrega dinero en efectivo. Imágenes referenciales

Café &

© DIARIO CERTEZA

Cooperativa ABACO
Germán Matzumura y Raphael Akamine, representantes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito ABACO del Perú, participando en la Asamblea Anual de la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN) en la ciudad-balneario Punta Cana, de la República Dominicana el año pasado.

El Salvador
Mauricio Ayala y Ernesto Pacheco, miembros de la Federación de Cajas de Crédito y de Bancos de los Trabajadores (FEDECRËDITO) de El Salvador, institución líder en microfinanzas asociada a la Asociación Nacional de la Empresa Privada (El Salvador), Instituto Mundial de Cajas de Ahorros y Banca Minorista (WSBI) y Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo (ALIDE).

Cooperativa EDUCOOP
Marleni Sara Vásquez Sandoval, Graciela Raymundo Mucha y Vanessa Natalia Carbonell Mercado, colaboradoras de la Cooperativa de Servicios Especiales EDUCOOP, organización peruana de economía solidaria formada por maestros y para maestros.

Caja Ica
Armando Américo Giraldo Reyes y Roger Yván Paredes Silva, gerente central de Operaciones y Finanzas de la Caja Ica, participando en el último Seminario Internacional de Microfinanzas que la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC) organizó en Huancayo.

Del Sol Naciente
Miriam Trelles Sakamoto y Rocío Janet Sakuray Montalvo, especializadas en Microfinanzas, también participando en el Seminario Internacional de Microfinanzas que la FEPCMAC desarrolló en la incontrastable ciudad de Huancayo, en coordinación con la Caja Huancayo.

FOROMIC 2018
Rosa Rita Álvarez Khouri, presidenta y directora de la Fundación Reservas del País de la República Dominicana; y Carol Fabiola Alonzo Taveras, también colaboradora de la Fundación Reservas del País de la República Dominicana; ambas participaron en el último Foro Interamericano de la Microempresa (FOROMIC) realizado en Barranquilla, Colombia.

& Negocios

Entre expertos
Giorgio Trettenero Castro (centro), secretario general de la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN) y el experto en Microfinanzas, José Edwin Zapata La Torre, consultor en Microfinanzas y Cooperativismo.

Caja Trujillo
Justo Omar Díaz Jiménez, ex presidente de la Caja Trujillo y Nancy del Rosario Baquedano Romero, gerente central de Finanzas, de la Caja Trujillo, en una foto del recuerdo en la 52º Asamblea Anual de la Federación Latinoamericana de Bancos realizada en Punta Cana.

Caja Paita
El superintendente adjunto de Cooperativas, Oscar Basso Winffel entrega un reconocimiento al entonces presidente de la Caja Paita, Javier Gallo Cabrera, en el último Seminario Internacional de Microfinanzas que se realizó en la ciudad de Huancayo. También está Nelly Cáceres Ruíz, colaboradora de la Caja Huancayo.

Edpyme Alternativa
Miguel Eduardo Tsuyoshi Hatada Endo, presidente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito ABACO, principal institución accionista de la EDPYME Alternativa; Fernando Bautista Cabrera, gerente general de la institución; y Máximo Ulises Rodríguez Ávalos, presidente del directorio.

Caja Sullana
Directores de la Caja Sullana en el último Seminario Internacional de Microfinanzas: Fermín Adalberto Jiménez Espinoza, María Gryzel Matallana Rose y Heidy Veracruz Vences Rosales.

BARRANQUILLA 2018
En la calurosa Barranquilla, en Colombia, se realizó el FOROMIC 2018. En la foto están Carlos Semsch De la Puente, gerente Comercial y Márketing de Crecer Seguros; Cecilia Arias León, directora comercial de Microfinanzas del Banco Pichincha; y Mitchell Lázaro Díaz, gerente de Riesgos de Banca Emprendedora, también del Banco Pichincha.

CAJA HUANCAYO

La Caja del Perú

Con nuestra

TARJETA DÉBITO

En nuestra

CAJA VIRTUAL

Con nuestra

APP MÓVIL

En nuestras

CAJAS VECINAS

Estamos más cerca de ti, para que estés más cerca de los tuyos