

INDUSTRIA CREATIVA INVOLUCRA LA GENERACIÓN DE IDEAS Y CONOCIMIENTO, CREANDO RIQUEZA A PARTIR DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

# La economía naranja, una oportunidad que tienen las microfinanzas de América Latina

#### ACTUALIDAD | 2

¿Quién gana en el conflicto de Tía María? La economía crece a golpes.

#### NOVEDAD 4

Los nuevos retos de las financieras en el mundo global y competitivo.

#### REPORTAJE | 8

En medio del caos, América Latina vuelva a la senda del crecimiento.

#### CREDITOS A LA MICROEMPRESA

(Porcentajes at 31	de mayo 2019)
Caja Arequipa	25.32
Caja Huancayo	20.12
Caja Piura	16.53
Caja Cusco	12.09
Caja Sullana	8.07
Caja Trujillo	6.19
Caja Ica	4.38
Caja Tacna	3.19
Caja Maynas	1.61
Caja Paita	1.00
Caia Dal Canta	0.52

**Fuente: SBS** 



**FOROMIC 2019.** Del miércoles 30 de octubre al viernes 1 de noviembre, se realizará el 22º Foro Interamericano de la Microempresa (FOROMIC 2019), cumbre hemisférica de las microfinanzas que anualmente organiza el BID Lab y que este año se realizará en la tropical ciudad de Punta Cana, Higüey, en la República Dominicana. El FOROMIC 2019 que tiene por tema central "Reinventando la inclusión" se desarrollará en el Hotel Paradisus Palma Real en Punta Cana y tiene un costo de US\$ 750 por participante.

#### ECONOMÍA PERUANA PASA POR UNA SERIA CONTRACCIÓN QUE SE AGUDIZA MÁS CON LAS PROTESTAS CALLEJERAS Y LA CORRUPCIÓN

# Paro y bloqueo de Tía María ¿Quién gana y qué se gana?

Por César Sánchez Martínez / LIMA

Es común ver en los últimos años que cuando una comunidad rural o un asentamiento humano quiere algo o simplemente no desea que se haga una obra que podría beneficiar a una mayoría, simplemente sus pobladores, azuzados y manipulados por determinados dirigentes, salen a las calles, toman parques y puentes, bloquean carreteras, apedrean a personas y vehículos, pintan paredes públicas y privadas, y fomentan el caos y el desorden.

Las protestas contra el proyecto minero "Tía María" no es la excepción a la regla. Los pobladores rechazan el inicio de la obra que según dicen, afecta la agricultura que se beneficia del río Tambo en Islay, Arequipa.

El asunto es que Southern Peru que tiene en concesión las tierras mineras no usará las aguas del Tambo, sino que traerá agua del mar. Las tierras agrícolas del Valle de Tambo no serán afectadas, pero ellos salen con sus carteles "Agro Sí, minera No". ¿Quiénes están detrás de estas protestas? ¿"Rojos" y "caviares"?, ¿Empresarios del agro?, ¿Políticos trasnochados?, ¿Interesados foráneos?, etc. ¿Quién gana al impedir que se desarrolle la minería peruana?

La experiencia de Conga mandó al olvido el desarrollo social de Cajamarca que es uno de los departamentos más pobres del Perú, después de Huancavelica y Amazonas.

Hoy lo quieren hacer con Arequipa. Mañana será nuevamente Cusco (Mina Tintaya), luego Apurímac (Mina Las Bambas) y así sucesivamente. ¿Alguien

gana? ¿Quién?

Estos conflictos contribuyen con la desaceleración de la economía peruana y aumenta el riesgo país. Se pierden oportunidades de desarrollo e inclusión social. Pero al parecer, a la mayor parte de la administración de gobierno no le interesa.

Ellos están más entretenidos con la promoción de la ideología de género, que con el desarrollo del país. Mientras tanto, la economía sigue creciendo lentamente por inercia.

La inversión minera ascendió a US\$ 2,048 millones a mayo último, reportando un aumento de 26.5% con respecto al mismo periodo de 2018.

Solo en mayo las inversiones mineras sumaron US\$ 424 millones, superando en 11.5% a lo registrado en el mismo mes del año anterior (381 millones). Solamente, Anglo American Quellaveco, reportó más US\$ 80 millones de dólares.

La minería aportó S/. 39,000 millones en canon y regalías en 10 años según la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía. Las inversiones mineras sumarían US\$ 5,100 millones en el presente año, con lo cual baja su anterior proyección de US\$ 6,000 millones difundida a inicios del 2019.

La reducción se debe a que existe retraso en algunos proyectos mineros, dado que no se han ejecutado las ampliaciones de otros yacimientos y porque todavía continúan algunas barreras como la sobreregulación y la tramitología.



# Microempresa, turismo y agroexportaciones

La economía peruana habría crecido alrededor de 3% en junio según una proyección del BCP y desde el Ministerio de Economía confirman que se habría acelerado en el mes de junio.

No olvidemos que ahora el principal socio comprador de nuestras materias primas es China, seguido de los Estados Unidos. Por eso, es bueno recordar que el Perú es rico en recursos naturales. Tiene a la agricultura, pesca, minería, turismo, comercio de servicios y comercio exterior para crecer y desarrollarse más. Tímidamente se está haciendo algo, pero por iniciativa de la empresa privada, y cuando está asume su liderazgo, surgen problemas como el de Tía María. A propósito, hace poco Moody's Investors Service, pronosticó que cuando se construya este proyecto se construya impulsará no solo la inversión privada en el sector extractivo, sino que también la no minera.

En cualquier parte del mundo, las pequeñas empresas son el motor del desarrollo. En el Perú, la industria microfinanciera lo ha demostrado. Por eso, nos parece interesante que el Ministerio de la Producción impulse a las medianas, pequeñas y microempresa, a través de actividades como el Salón del Cacao y Chocolate.

Creemos firmemente que, en los próximos años, el sector que mayores divisas generará será el de Turismo. Este año, se espera superar en turismo receptivo los US\$ 5,300 millones para fines de año.

#### **TURISMO**

Es bueno destacar que los ingresos por turismo receptivo, el de los extranjeros que visitan el país, puede superar los 5,300 millones de dólares en el presente año, impulsado por los Juegos Panamericanos.

Según las autoridades del sector, la infraestructura hotelera en nuestro país es de primer nivel mundial. Es muy probable que la actividad turística podría ubicarse en el segundo lugar, después de la minería, en captación de divisas a nuestro país si es que se elimina una serie de trabas burocráticas que limita su desarrollo económico. Se prevé la llegada de 4.79 millones de turistas extranjeros este año. Se afirma que el sector turístico está en capacidad en dar un impulso económico en bien del país.

#### **AGROEXPORTACIONES**

Las agroexportaciones sumaron los US\$ 2,537 millones entre enero y mayo de 2019 que es un monto mayor en 1.7 % al mismo periodo del 2018 (2,494 millones).

Las mayores ventas fueron de frutas y hortalizas. Los principales productos fueron uvas frescas, paltas frescas o secas, mangos frescos, espárragos frescos, café sin tostar, sin descafeinar, preparaciones para alimentación animal, arándanos frescos, bananas o plátanos tipo "Cavendish Valery" frescos, mango congelado y granada. Estos 10 productos en conjunto concentraron el 54 % del total exportado a los mercados, según un reporte de la Dirección General de Seguimiento y Evaluación de Políticas del Ministerio de Agricultura.

Es importante destacar que el principal país de destino de las agroexportaciones en ese periodo fueron los Estados Unidos, que concentró el 28 % del total exportado, seguido de Holanda (16 %), y luego España, Ecuador, China, Inglaterra, Colombia, Chile, Alemania y Hong Kong. Estos 10 países en conjunto representaron el 74% del total exportado.

Director: César Sánchez Martínez 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), Antonio Machuca Ortiz.



NOTAS DE PRENSA: csanchez@microfinanzas.pe

Edición Internacional Nro. 170 / Julio 2019

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



# Postula a tus mejores clientes al Premio Citi a la Microempresa

Presenta las candidaturas de tus clientes de crédito y participa con tu institución para obtener el Premio a la Inclusión Financiera Responsable.

Desde el 2005, Fundación Citi reconoce el extraordinario aporte de las microempresas peruanas y el importante rol de las instituciones de microfinanzas.

www.premiociti.pe

Citi Foundation





# Los desafíos de las financieras regionales ante un mundo global



Hay diversos factores que influyen en el ámbito de las finanzas en América Latina. El primero de ellos es el tema de la tecnología. Afirma Ricardo Anhesini Souza, socio de Servicios Financieros de la consultora internacional KPMG Brasil.

En realidad, es un tema global que la región debe asumir como un desafío, especialmente para la banca. Primero debe analizarse los servicios financieros que se presta a los usuarios, donde algunos países ya han desarrollado este tema. El proceso de transformación digital para la atención a los clientes ya está avanzando.

América Latina tiene una ventaja porque ha desarrolla-do una experiencia bancaria amplia, donde muchas de las funciones financieras añaden valor a los servicios que, incluso, van desde el manejo de los fondos e inversiones hasta los créditos y seguros.

Muchos de los bancos e instituciones financieras, según Anhesini Souza, han desarrollado una plataforma amplia con apoyo digital para la prestación de los servicios a los

clientes. La tecnología es muy importante para la inversión, el tipo de banca que desarrolla y la infraestructura de cada país.

El segundo tema es que hace aproximadamente cinco años hubo un cambio en la región del perfil de la banca. Durante los años noventa se tuvo una predominancia de la banca extranjera con una participación significativa en los diversos países.

Sin embargo, desde hace unos ocho años aproximadamente, esa tendencia ha cambiado, donde la banca doméstica empezó a crecer en cada nación, con la excepción de México que casi siempre tuvo banca doméstica.

Eso fue interesante porque se comenzaron a crear "gigantes" regionales. Como, por ejemplo, el Banco Itaú, Bradesco, Grupo Sura, etc. todos son bancos que tienen presencia en más de un país en la región. "Esto es importante, porque la región es cada vez más autónoma en el ámbito financiero", revela el experto de KPMG Brasil. Varios de estos bancos compiten en igualdad

con la banca internacional.

El tercer punto está referido a las personas, especialmente el desarrollo del talento en la banca de América Latina. Los latinoamericanos son conocidos en el mundo por su creatividad e innovación. Personas emprendedoras que encuentran soluciones a las demandas de los clientes.

Estos son los tres principales aspectos que influencian y desarrolla la banca regional en América Latina. No obstante, muchas veces se ven afectados por temas económicos y políticos. Últimamente se han visto afectados por temas de corrupción. A ello hay que agregarles las diversas políticas gubernamentales, temas coyunturales de cada país y los factores externos de naciones industrializadas.

Cada vez que hay elecciones en los países, también surgen factores que impactan en la banca, pero como son sólo etapas, siempre se superan, advierte Ricardo Anhesini.

#### RETOS

Entre los retos que tierra la región para los siguientes años están los aspectos de tecnología e innovación que son aún críticos

También la calidad de los servicios que son prestados a los clientes será cardinal. La innovación que viene junto a los nuevos servicios es crítica. En los siguientes años será de suma importancia estos temas.

"La forma cómo se hace banking, seguros y relaciones continuará rápidamente y determinará cuál será el perfil de la nueva banca en América Latina", agrega.

Si se mira algunos años atrás y se mira el mundo digital de los celulares, computadoras y otros dispositivos, nos daremos cuenta de que ahora, esa tecnología es otra. Todo cambia e impacta también en los servicios financieros. La velocidad del cambio es cada vez mayor.

Un nuevo reto que tendrá la banca está relacionado con la rentabilidad.

Hay una tendencia mundial que se orienta a la baja de la tasa de interés, que no es exclusivo de Europa y los Estados Unidos, sino también de América Latina y el Caribe.

Como la tendencia es a la

baja, los bancos deberán ser más eficientes operacionalmente, y eso incluye los costos de las personas, costo operacional y eficiencia operativa en general. Entonces los procesos deben ser concisos para ser más efectivos y eficientes.

Un desafío nuevo sería la continuidad de la regionalización. Como se ha dicho, cuando creció la banca regional dejo como herencia la consolidación de la banca en general, afirma el experto de KPMG Brasil

# Era digital versus era clásica

Con el avance de la tecnología y la digitalización, el mundo ha entrado a una transformación organizacional con serios cambios para las industrias, siendo una de ellas la financiera.

Con el tiempo habrá menos oficinas y los clientes realizarán sus transacciones desde sus hogares. Ya se está viendo que los colaboradores cumplen sus funciones desde sus hogares y no tanto desde el trabajo.

En un par de años todas las transacciones y operaciones se harán de manera digital. No será necesario ir al banco. Todo estará en el celular donde habrá diversas aplicaciones para todas las operaciones.

También se aprobarán los créditos en línea y el desembolso será igual. Se beneficiarán tanto clientes como analistas o asesores de negocios. En Brasil ya está ocurriendo. Existen bancos que no tienen oficinas de atención al público.

Ahora aún hay una atención clásica y tradicional, pero todo

eso quedará atrás. En el campo de las comunicaciones, los bancos se comunicarán con sus clientes de manera personalizada. Las aplicaciones en los celulares serán fundamentales. El celular dejó de ser un aparato para hablar solamente, ahora cumple diversas funciones y hacia esa meta estamos caminando. Los servicios financieros serán los primeros en usar las modernas aplicaciones y sistemas para beneficiar a los clientes.

La tecnología ha traído una evolución muy interesante, donde la experiencia del cliente será fundamental. Habrá una mayor proximidad entre las instituciones financieras y el cliente.

Los proveedores de servicios ya están trabajando en ese tema. Parece una paradoja, la atención será más "personal", aunque no se vean las caras. Pero como todo avanza en el mundo digital, no debe sorprendernos que inventen dispositivos tipo televisión para ver la cara de los clientes y hablar con ellos de manera "personal".



# RANKING MERCO\* Talento Perú 2019

# Somos la única microfinanciera en el ranking del sector financiero para atraer y retener talento en el Perú

En Caja Arequipa estamos orgullosos de estar presentes en el ranking de Merco en el sector financiero, por lo que reforzamos nuestro permanente compromiso para asegurar el bienestar de nuestros colaboradores.

Hoy los más de 4,000 colaboradores son actores importantes en la generación de bienestar de nuestros clientes, convirtiéndose en verdaderos agentes de cambio.



#### ES UNA OPORTUNIDAD PARA IMPULSAR LAS MICROFINANZAS A OTROS ÁMBITOS DEL DESARROLLO SOCIAL

## ¿Qué es la "Economía Naranja" y cómo impacta en la sociedad?



En los últimos foros internacionales sobre economía, gestión empresarial y microfinanzas y finanzas populares se está hablando de la importancia de la "Economía Naranja". ¿Pero qué es y cuál es su impacto en la sociedad?

La "Economía Naranja" se centra en invertir en nuevas capacidades, en atraer talento y nutrirlo, afirman los promotores de esta tendencia en el desarrollo social de los pueblos. Es en realidad una economía o industria creativa que involucra la generación de ideas y conocimiento. El concepto abarca esencialmente la industria cultural y la economía del conocimiento. La economía creativa es aquella que genera riqueza a partir de la propiedad intelectual como materia prima.

De acuerdo con estos conceptos es una oportunidad infinita. Sobre ese tema, el actual presidente de Colombia, el economista Iván Duque Márquez y el también economista Felipe Buitrago Restrepo publicaron un libro en 2013 sobre el poder de la economía creativa, cuando ambos trabajaron en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), siendo esta institución, la primera en promocionar la "Economía Naranja: Una oportunidad infinita". El libro editado por el BID hace una distinción entre

bienes y servicios creativos.

Esta "economía" se mueve en ámbitos como la cultura, la creatividad y la propia economía. Esa fusión tiene como resultado al trabajo que se hace con las

industrias creativas y culturales. ¿Por qué naranja? Porque se asocia al entretenimiento, la cultura y la felicidad, temas que en los últimos años merece importancia, según la psicología y la psicoterapia. Es decir, ahora las ideas creativas tienen o añaden valor a los servicios.

Se afirma que, si la "Economía Naranja" fuera un país, sería la cuarta economía mundial detrás de Estados Unidos, China y Japón; el noveno mayor exportador; y la cuarta fuerza laboral con 144 millones de trabajadores. En el hemisferio americano, la "Economía Naranja" lleva un claro liderazgo a nivel mundial, debido al impresionante desempeño de los Estados Unidos. El déficit comercial de Latinoamérica y el Caribe es enorme en relación con sus exportaciones de bienes y servicios creativos. Sólo el 1.77% de las exportaciones de bienes creativos mundiales se originan en Latinoamérica y el Caribe. Poco menos de la tercera parte de éstas se dirige a otros países de la región, más del 64% a economías desarrolladas y menos del 3% a otras

en desarrollo.

Por eso, desde el BID se proponen convencer al talento de los 107 millones de jóvenes (entre 14 y 24 años, que viven en Latinoamérica y el Caribe) por la adopción temprana de modelos de negocio basados en las "mentefacturas" (base de una Revolución Naranja) y construir un imperio basado en esta creatividad.

Los investigadores han llegado a la conclusión que en América Latina y el Caribe, la cultura en su conjunto es tratada por la sociedad como un bien público, esta situación les hace mucho daño a los artistas y a los creativos, pues les niega al menos dos derechos fundamentales: el reconocimiento de su actividad como un trabajo legítimo y una remuneración adecuada. Al mismo tiempo, le niega a la sociedad el progreso que artistas, creativos y toda su cadena de valor pueden aportarle.

Con el desarrollo de la "Economía Naranja" es posible cerrar las brechas sociales y a acercar a las personas más humildes con las más privilegiadas alrededor de un propósito común.

Y existen muchas personas que tienen la motivación para emplear las herramientas de la Economía Naranja en la integración social.

## ¿Por qué es importante?

Aunque no todas las empresas se dedican al negocio cultural o del entretenimiento, hay organizaciones que sí lo están realizando. Ello supone que están añadiendo valor a sus servicios o productos que comercializan.

Porque aparte del negocio en sí, están promocionando un estado de ánimo que produce satisfacción y felicidad. Por ejemplo, el cine, la librería, el parque recreacional, una galería de arte, un concierto musical, etc.

John Howkins, un experto en este tipo de economía afirma que la economía creativa comprende los sectores en los que el valor de los bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual. Es decir, que el objetivo principal de la "Economía Naranja" es darles a las empresas la capacidad de fusionar la economía con la cultura.

Según datos del Banco Mundial, en el año 2011, la "Economía Naranja" había alcanzado US\$ 4.3 billones (no millones, sino billones).

Además, las actividades económicas no se limitan a un solo sector, ya que áreas como arquitectura, artes visuales, cine, diseño editorial, moda, música, artes escénicas, investigación y desarrollo, publicidad, software, medios de comunicación, videojuegos, entre otras, son las que presentan mayor beneficio de este tipo de economía.

Según Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez, autores del libro "La Economía Naranja: una oportunidad infinita", esta metodología trae una serie de beneficios empresariales que tienen impactos positivos en la sociedad, como, por ejemplo:

Cerrar brechas sociales

Esto permitirá que entre las personas existan vínculos más cercanos sin importar condición social. Por ende, acercaría a los más humildes con los más privilegiados, para que trabajen en conjunto por propósitos comunes

Superación de la barrera sociológica del proteccionismo cultural

Esto supondría una ruptura de los límites físicos que existen entre las ideas y oportunidades de la economía naranja de Latinoamérica y el Caribe.

Regenerar el tejido social

Creación de identidades alternativas y empoderamiento de minorías de agentes de progreso económico. Asimismo, es una lucha constante contra la delincuencia juvenil.

Creación de empleos

Sin importar los niveles de inversión, las personas podrán tener acceso a empleos dignos. Esto se daría a través de microcréditos y la articulación con proyectos comunitarios de participación.

## ¿Quién es Iván Duque?

Iván Duque Márquez es un abogado, escritor y político colombiano. Es el actual presidente de Colombia por el Partido Centro Democrático. Ejerció como senador de la República de Colombia desde el 20 de julio de 2014 hasta el 10 de abril de 2018.

Duque ha escrito libros como "La Economía Naranja" (2013), "Orange Economy" (2015), "Efecto Naranja" (2015), "Indignación: Pasar la página para construir el país del futuro" (2017) y "El futuro está en el centro: Respuestas claras para la Colombia de hoy" (2018).

Trabajó en el BID y fue esta institución la que editó su libro estrella en 2013. Su fuerte es la economía. Tiene discurso de

técnico y profesa un pensamiento moderno que hace énfasis en el apoyo a la empresa privada y a la competitividad. En el segundo semestre de 2017 publicó otro libro sobre la "Economía Naranja", en el que dejó clara su fe en las actividades que provienen del intelecto y la creatividad. La "Economía Naranja" es un término que se ha popularizado mucho en Colombia desde la entrada al escenario político del hoy presidente de la república. Esta es una idea que defiende las industrias creativas y la cultura como un motor de desarrollo. La "Economía Naranja", como también se le llama a la Economía Creativa, es tan importante en su plan de gobierno que le dio un espacio en su discurso de posesión el 7 de agosto de 2018.



# **Caja Huancayo**

La Caja del Perú

#### La región requiere de una banca fuerte que satisfaga las necesidades de las pequeñas y

medianas empresas que es el sueño del presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Luis Alberto Moreno Mejía.

Para el presidente del BID, América Latina ha regresado a la senda del crecimiento y "eso es lo importante", añadió el también exministro de Economía de Colombia, diplomático, periodista y empresario, quien está al frente del Banco Interamericano desde octubre de 2005

Efectivamente, para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), los tres países con

mayor crecimiento en la región este año son República Dominicana (5.7%), Panamá (5.6%) y Bolivia (4.3%). En términos generales, la mayoría de los países ha visto disminuir su participación en la producción mundial.

En el ámbito de la producción, las naciones con mejores perspectivas son Panamá, República Dominicana y Chile. Otros países como Colombia, Paraguay y Perú están cerca de recuperar sus participaciones que tenían en 1980.

Sin embargo, hay factores foráneos que pueden incidir en las economías locales. Lo que ocurra en los Estados Unidos y China, definitivamente impactarán en la región. En Eu-

## REPÚBLICA DOMINICANA Y PANAMÁ PODRÍ

# América La a la senda de



## Economías que se contraen

Algunas naciones cuyas economías se contraen son Venezuela (-10%), Nicaragua (--2%) y Argentina (-1,8%). El promedio proyectado de crecimiento de la región será del 1.7%.

#### **VENEZUELA**

Obviamente, la situación política que vive Venezuela ha generado una caída en picada de su economía. Los investigadores afirman que el PIB per cápita de Venezuela habrá disminuido más de un 70%, cayendo desde su punto máximo de US\$ 11,500 en 2011 hasta apenas US\$ 3,300 en el año 2018. En lo que va del año, la situación habrá empeorado para la administración de los "dos" presidentes que tiene la nación llanera.

Venezuela perdió cerca del 40% de su participación en la producción mundial entre 1980 y 2012, y para 2023 se espera que la misma apenas alcance el 20% de su cifra de 1980.

#### **NICARAGUA**

La crisis gubernamental en Nicaragua que se inició el abril del año pasado es el principal factor de la contracción de la economía nicaragüense.

#### **ARGENTINA**

Aunque Argentina está reacomodándose económicamente, el año pasado se vio obliga-

da a pedir un rescate del Fondo Monetario Internacional y, para obtenerlo, el gobierno de Mauricio Macri tuvo que comprometerse a seguir reduciendo el gasto público para bajar el déficit fiscal.

ESADE pronostica que la economía argentina, por el contrario, volverá a decrecer, aunque en menor medida que el año pasado (-1,6%) y Venezuela asistirá a la prolongación de su grave recesión.

#### LA REGIÓN

Para la CEPAL el mayor riesgo para América Latina es una reducción abrupta del financiamiento externo, y esto se debería a un lento crecimiento de la economía mundial, especialmente de las economías emergentes.

Según las proyecciones que publicó el "Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe" del año pasado, "la volatilidad de los mercados financieros y un debilitamiento del comercio global son una fuente de incertidumbre que seguirá rondando como un fantasma". Sin embargo, esta situación no afectará a todos los países.

Como sabemos, el año pasado las monedas de los países latinoamericanos de depreciaron respecto al dólar, generando un incremento en el riesgo en la región.

ropa, las preocupaciones sobre la situación fiscal de Italia repercuten sobre los mercados al igual que el Brexit.

Muchas naciones de América Latina y el Caribe han sufrido debido a la interacción de las crisis internacionales v las vulnerabilidades internas. El banco de inversión, Goldman Sachs ha recortado el panorama de crecimiento de América Latina para 2019 y ha bajado sus pronósticos al final del ejercicio.

Según el Fondo Monetario Internacional, en los últimos 25 años, Panamá lideró el crecimiento económico de la región con un 5.9%, seguido por la República Dominicana, Perú, Chile y Costa Rica.

REPÚBLICA DOMINICANA

#### ÍAN SER LOS LÍDERES DEL AUGE REGIONAL

# atina vuelve l crecimiento



Existen vicisitudes que contrastan. República Dominicana, de habla española e impulsada básicamente por su turismo, es la nación que tiene la mayor proyección de crecimiento, mientras que, al costado de ella, en la misma isla, llamada en la época de la conquista "La Española" se encuentra

el país más pobre de América Latina y el Caribe que es Haití de lengua francesa.

Ambas naciones tienen los mismos recursos naturales y riquezas turísticas por explotar y promocionar.

República Dominicana, nación caribeña, liderará el crecimiento del hemisferio como resultado de la promoción turística, especialmente Punta Cana y Bávaro, inversiones y remesas. A diferencia del auge de las microfinanzas en Sura-

mérica, en el Caribe, la palanca del crecimiento económico siempre son las remesas.

No obstante, en ese país, la pobreza es del orden del 30% aproximadamente.

Casi en Punta Cana y Bávaro, en toda la provincia de La Altagracia, no hay ciudades pobladas.

Los lugareños viven en sus los grandes complejos turísticos donde trabajan y determinados días regresan a sus hogares fuera de La Altagracia.

#### **PANAMÁ**

Panamá es un caso excepcional, donde el crecimiento se ha visto impulsado gracias a niveles manifiestamente más altos de inversión, incluida la infraestructura. Por ahora, Panamá es el centro de atracción de las inversiones foráneas, especialmente de los Estados Unidos, Europa y Asia.

Otros pronósticos sitúan a Panamá como el país con el mayor crecimiento económico de América Latina, llamándolo como el "Singapur latinoamericano" por su éxito económico. Es la nación con el mayor crecimiento de América Latina en los últimos 25 años.

#### PERÚ

Perú tendrá una buena performance. Goldman Sachs espera que el Banco Central de Reserva del Perú (BCR) ajuste gradualmente las tasas en el cuarto trimestre de este año.

Al principio de año, la Escuela de Negocios de España ESADE proyectó un crecimiento de la economía peruana en 4%. Aún no han variado, a pesar del débil crecimiento inca.

#### JAMAICA

En el caso de Jamaica, la tercera isla del Caribe, des-

pués de Cuba y "La Española" (República Dominicana y Haití), nación de habla inglesa, la economía ha permanecido estable. Hace nueve años el Producto Bruto Interno era de US\$ 4,800 y ahora es de US\$ 5,400.

Esta nación también vive de su turismo. Promociona sus playas, así como centros turísticos como objetos vinculados a la música Reggae de Bob Marley (nombre real de Robert Nesta Marley). También de la inversión extranjera, básicamente de la presencia de empresarios indios en ese país caribeño.

#### **CHILE**

Chile también tendrá buenos resultados este año debido a lo estable de su economía.

También esperan un ritmo de expansión más lento este año debido a las "condiciones financieras más restrictivas y las suaves dinámicas de consumo privado", y ahora están apuntando a un crecimiento del 3.4% en lugar del 3.6% según Goldman Sachs. ESADE proyectó un crecimiento de 3.5%.

#### **COLOMBIA**

ESADE también pronosticó que la economía colombiana crecerá este año 3.5%.

#### **BRASIL**

El gigante Brasil, está saliendo de su crisis y se avizora también una reactivamente de su economía

Según, Goldman Sachs, se espera que la economía de Brasil crezca un 2.2% este año en comparación con su pronóstico anterior del 2.6%.

#### MÉXICO

También Goldman Sachs rebajó la proyección del crecimiento económico de México de 1.7% a 1.5%.

#### CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA REGIONAL

República Dominicana.	5.7%
Panamá	5.6%
Bolivia	4.3%
Perú.	3.5%
Chile.	3.5%
Colombia.	3.5%
Brasil	2.0%
México	2%
Argentina	-1 6%

Fuentes: Goldman Sachs / ESADE

# La buena atención al cliente es la clave de los negocios exitosos

Por Janet Mogollón Pérez / LIMA



Psicoterapeuta en Consejería y Orientación Familiar. Trabajó durante más de seis años con adolescentes, y en los últimos dos años lo hace con profesionales y jóvenes mayores.

¿Por qué el cliente es importante? La respuesta no es porque compra nuestros productos o servicios, sino porque ayuda a la sostenibilidad del negocio en el tiempo haciéndolo exitoso.

Muchos negocios empiezan bien para seguir creciendo, pero la mala atención a los clientes genera que ellos se vayan a la competencia, dónde sí son bien atendidos.

No olvidemos que la buena reputación ayuda al éxito del negocio. Una mala reputación generada por la deficiente atención al cliente permite que éste se pierda y no regrese más y se convertirá en un "promotor" de la mala atención de la empresa. Diversos estudios sobre la calidad y atención al cliente revelan que un cliente satisfecho siempre comparte su experiencia positiva con otra persona, recomendando el negocio. Sin embargo, un cliente insatisfecho, hace lo propio con cuatro personas, hablando mal del negocio y desanimando a los otros a no tomar los servicios o comprar los productos. Todo ello, perjudica al negocio en el largo tiempo.

En estos tiempos de competitividad y cambios profundos y rápidos, donde impera la digitalización en los negocios, perder a un cliente es nocivo para la organización. En tiempos modernos de transformación organizacional, ninguna empresa debe darse el lujo de perder clientes.

¿Cómo se pierden los clientes? Hay varias razones, pero la principal es la mala atención en sus diversos ámbitos. Por ejemplo, la falta de información o aquella que no es verdad. Un cliente necesita toda la información real, soluciones a su problema, rapidez en la atención y buen trato. Existen otros conceptos, pero veamos estos cuatro criterios.

Falta de información.

El cliente no recibe toda la información respecto al producto o servicio. Muchos vendedores o asesores de negocio venden por vender, haciéndole un grave daño a la empresa. Hasta se esconde información, sólo por vender el producto y ganar la comisión de venta. Un cliente debe tener toda la información para que tome la decisión adecuada. Eso se llama transparencia en la información.

Soluciones al problema.

Un cliente busca soluciones para el corto plazo. Lo peor que le puede pasar a un cliente es prolongarle más su problema. Es obvio que si el cliente llegó al negocio es porque busca una pronta respuesta. Nunca trate de sorprender a un cliente sólo para vender el producto o contratar el servicio. Es lamentable cuando un cliente pasa de persona en persona, de teléfono en teléfono para encontrar la solución al problema.

Rapidez en la atención.

La demora en la atención es nociva para el negocio. Es fácil para un colaborador "pelotear" al cliente y no atenderlo adecuadamente, pero ello contribuye a la mala reputación del negocio. Todo sabemos que una organización con deficiente reputación no tiene garantía de éxito en la vida.

Buen trato.

Simplemente es la satisfacción que tiene el cliente que garantiza que volverá otra vez y que recomendará a otra persona el producto o servicio. El buen trato no sólo beneficia a la empresa, sino que también al mismo vendedor. En las organizaciones es fácil saber quiénes son buenos y malos vendedores, quiénes son excelentes o deficientes colaboradores.

#### IMPORTANCIA

Por eso es muy importante a conocer a nuestros colaboradores en todas sus facetas, no solamente en la parte laboral, sino con respecto a sus principios éticos, porque ello tendrá un impacto en la reputación de la institución. Toda persona es una "caja de sorpresas" y quienes evalúan su ingreso a la organización deberán tener presente este pequeño detalle.

Los jefes deben conocer el potencial de sus colaboradores para asignarles tareas específicas y colocarlos en los puestos adecuados. Muchas veces, la producción laboral de una organización es limitada porque en los puestos claves no están las personas claves. Un puesto res-

ponde a un determinado perfil y no todas las personas tienen el perfil para determinados puestos.

#### Eficiencia del colaborador

El servicio al cliente es una potente herramienta de márketing moderno. Este tema es de vital importancia para fidelizar los servicios, incrementar las ventas y llegar a nuevos mercados. Para ello se necesita conocer lo que quiere el cliente. Para saber lo que el cliente nos demanda., debemos realizar constantemente encuestas para descubrir posibles nuevos productos o servicios que podemos ofrecer, además, no olvidar que hoy más que nunca funciona el márketing uno a uno. Tampoco debemos olvidar la capacitación para quienes atienden a los clientes.

Aunque no es correcto compararnos con nadie, si es bueno saber qué hace o tiene la competencia más cercana. Con ello conoceremos si contamos con una ventaja competitiva sólida, y de no ser así anticiparnos alguna estrategia o reinventarnos otra.

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es más que mantener a uno. Por lo que las empresas han optado por poner por escrito la actuación de su organización.

Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus proveedores, ya que significa que el cliente obtendrá a las finales menores precios.

Las personas que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que afectan a éste. Las actitudes se reflejan en acciones. El comportamiento de las distintas personas con las cuales el cliente entra en contacto produce un impacto sobre el nivel de satisfacción del cliente.

Es muy importante los detalles. La cortesía con el que el personal maneja las preguntas, los problemas, el cómo ofrece o amplía la información, el cómo se provee el servicio y la forma como la empresa trata a los otros clientes, cuentan.

Los conocimientos del personal de ventas, es decir: conocimientos del producto con relación a la competencia, y el enfoque de ventas, están concentrados en identificar y satisfacer las necesidades del consumidor, o simplemente se preocupan por empujarles un producto, aunque no se ajuste a las expectativas, pero que van a producirles una venta y, en consecuencia, va a poner algo de dinero en sus bolsillos.

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



#### SE REALIZARÁ DEL 2 AL 5 DE NOVIEMBRE EN FORT LAUDERDALE, HOLLYWOOD, FLORIDA

# 53<sup>a</sup> Asamblea Anual de la FELABAN en los Estados Unidos



Anterior Asamblea Anual de la FELABAN en 2018 realizada en Punta Cana, República Dominicana.

Aunque oficialmente no han terminado de confirmar los expositores y panelistas, todo va quedando listo para la 53ª Asamblea Anual de la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN) que este año se realizará en suelo estadounidense. Es importante advertir que esta cumbre casi se está cruzando con el Foro Interamericano de la Microempresa (FOROMIC) que también el BID Lab realiza cada año.

Efectivamente, dos mil ejecutivos bancarios internacionales de 54 países se reunirán en Hollywood, Florida, para discutir diversos temas claves relacionados con la industria bancaria internacional, que incluyen: Perspectivas de la economía mundial, financiamiento verde, importancia de la economía naranja, oportunidades comerciales en energía renovable y comercio internacional.

Todos los bancos en América Latina que hacen negocios internacionales asisten a la conferencia de la FELABAN. Con la asistencia de 2,000 directivos del sector financiero y empresarios de 54 países, no hay otro lugar que ofrezca esta oportunidad de maximizar el número de reuniones de negocios en un período de tiempo tan corto.

La conferencia de cuatro días de la Asamblea Anual de la FELABAN representa una plataforma inigualable para establecer contactos con líderes del sector financiero, incluidas instituciones financieras grandes y pequeñas, líderes de opinión, empresarios, reguladores y gobierno.

Las instituciones financieras son la columna vertebral del crecimiento económico, y la Asamblea Anual ayuda a fortalecer el papel de la banca en nuestra región al proporcionar una plataforma anual para el intercambio de ideas, inquietudes v soluciones de mejores prácticas. A lo largo de este certamen de cuatro días, los directivos del sector financiero escuchan presentaciones magistrales y paneles de discusión sobre la perspectiva económica global y temas clave que afectan a América Latina.

Con el telón de fondo de la hermosa Fort Lauderdale y el océano a solo unos pasos, la Asamblea Anual 2019 es más que una simple conferencia: es una experiencia. Los participantes podrán disfrutar de una recepción al lado del mar compartiendo con otros colegas. También podrán visitar restaurantes, discotecas, bares y tiendas de fama mundial, y experimentarán una cultura internacional diferente a cualquier otro lugar del mundo.

De esta manera, va tomando forma la cumbre que todos los años reúne a los principales ejecutivos, funcionarios y colaboradores del mundo de las finanzas del continente americano. Es la reunión más grande del sector privado, pero también asisten representantes del sector público del continente.

La cumbre representa una plataforma inigualable para establecer contactos con líderes del sector financiero, incluidas instituciones financieras grandes y pequeñas, líderes de opinión, empresarios, reguladores y gobierno.

Las instituciones financieras son la columna vertebral del crecimiento económico, y la Asamblea Anual ayuda a fortalecer el papel de la banca en nuestra región al proporcionar una plataforma anual para el intercambio de ideas, inquietudes y soluciones de meiores prácticas. A lo largo de este evento de cuatro días, los directivos del sector financiero escuchan presentaciones magistrales y paneles de discusión sobre la perspectiva económica global y temas clave que afectan a América Latina.

#### **FELABAN**

La Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN) es una entidad sin fines de lucro creada en Mar del Plata, Argentina en 1965 por las asociaciones bancarias y otras agencias de 19 países latinoamericanos, que abarca más de 500 bancos regionales.

Los fines de la institución son promover y facilitar el contacto, la comprensión y las relaciones directas entre las entidades financieras en América Latina, independientemente de las cuestiones políticas internas de cada país. También busca contribuir, a través de sus servicios técnicos, a la coordinación de criterios y a la unificación de usos y prácticas bancarias y financieras generales en América Latina.

Asimismo, cooperar, en el ámbito de sus propias actividades, con un desarrollo económico más eficiente en los países de América Latina y los movimientos de integración económica en los que participan. Pretende procurar con todos los medios disponibles de promover el desarrollo y el bienestar de los países donde residen sus miembros.

También adquirir una mayor

profundización financiera y un mayor acceso a los servicios financieros para las poblaciones con bajos ingresos como una forma de contribuir a la reducción de la pobreza en los países de América Latina.

#### **EN FLORIDA**

Generalmente, cuando se realiza la cumbre en los Estados Unidos, concretamente en el estado de Florida, tiene el respaldo de la Asociación Internacional de Banqueros de Florida (FIBA por sus siglas en inglés).

La FIBA fue fundada en 1979, la Asociación Internacional de Banqueros de la Florida es una entidad gremial, que brinda apoyo integral a la industria global de servicios financieros a través de la educación, conferencias y gestión gremial. La Asociación de Banqueros Internacionales de Florida (Florida International Bankers Association, FIBA), es una asociación comercial sin fines de lucro fundada en

1979. Su membresía incluye algunas de las instituciones financieras más grandes del mundo. Esto incluve más de 70 bancos nacionales y extranjeros. Además de los principales bancos de Europa, Estados Unidos y América Latina que participan en el comercio internacional y las finanzas en nuestro hemisferio. El enfoque principal de los miembros de FIBA es la financiación comercial de América Latina, la banca corresponsal internacional v los servicios internacionales de gestión de patrimonios / banca privada para no residentes. Estas actividades ayudan a facilitar el comercio entre el Norte y el Sur y los flujos de capital FIBA brindando certificación AML y capacitación especializada a los profesionales de la industria. Las reuniones de FIBA programadas regularmente brindan una fuente continua de los mejores y más recientes conocimientos de la industria e información prác-

## ÚLTIMAS ASAMBLEAS DE LA FELABAN

)19 )18 )17 )16 )15 )14 )13 )12	Hollywood. Punta Cana. Miami. Buenos Aires Miami. Medellín. Miami. Lima. Miami.	Estados Unidos. República Dominic Estados Unidos. Argentina. Estados Unidos. Colombia. Estados Unidos. Perú. Estados Unidos.
)17 )16 )15 )14 )13 )12	Miami. Buenos Aires Miami. Medellín. Miami. Lima.	Estados Unidos. Argentina. Estados Unidos. Colombia. Estados Unidos. Perú.
)16 )15 )14 )13 )12	Buenos Aires Miami. Medellín. Miami. Lima.	Argentina. Estados Unidos. Colombia. Estados Unidos. Perú.
)15 )14 )13 )12 )11	Miami. Medellín. Miami. Lima.	Estados Unidos. Colombia. Estados Unidos. Perú.
)14 )13 )12 )11	Medellín. Miami. Lima.	Colombia. Estados Unidos. Perú.
)13 )12 )11	Miami. Lima.	Estados Unidos. Perú.
)12 )11	Lima.	Perú.
)11		
	Miami.	Fetados Unidos
		Litados Officos.
)10	Punta del Este	Uruguay.
009	Arequipa.	Perú.
800	Miami.	Estados Unidos.
007	Miami.	Estados Unidos.
006	Río de Janeiro.	Brasil.
005	Buenos Aires.	Argentina.
004	Ciudad de Guatemala.	Guatemala.
003	Miami.	Estados Unidos.
002	Punta Cana.	República Dominic
001	Miami.	Estados Unidos.
)	03	03 Miami. 02 Punta Cana.

#### YA VAN 14 AÑOS PREMIANDO A 122 GANADORES, CLIENTES DE 28 INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS

# Convocan al "Premio Citi a la Microempresa 2019"



La Fundación Citi y la organización Aprenda convocaron al "Premio Citi a la Microempresa 2019" (PREMIC), certamen que se realiza desde hace 14 años, premiando en total a 122 clientes de un total de 1,334 candidatos de 28 microfinancieras participantes. Este premio tiene el respaldo del Banco Citi Perú.

La fecha de cierre para presentar a los candidatos vence el 30 de agosto, mientras la sesión del jurado será el jueves 24 de octubre. En esta última fecha se definirán a los ganadores. La ceremonia de premiación se realizará el martes 12 de noviembre.

Desde que la Fundación Citi lanzó en el año 2005 el "Premio Citi a la Microempresa", exactamente 122 empresarios peruanos han sido reconocidos por su ejemplo y perseverancia hecha progreso.

El PREMIC 2019 responde al compromiso global de Fundación Citi de apoyar el crecimiento de las microempresas que impactan en el crecimiento de sus regiones y familias reconociendo a aquellas que destacan no solo por sus logros económicos sino porque también hacen visible su contribución al desarrollo de su entorno.

La fundación, a través de este galardón, reconoce asimismo la importante labor de las instituciones financieras a través de las cuales los empresarios de la microempresa acceden a recursos económicos para el crecimiento de sus negocios.

Este año, el Citi Perú y Aprenda presentan la décimo cuarta edición del "Premio Citi a la Microempresa", iniciativa internacional que la Fundación Citi organiza anualmente en más de 30 países.

El premio responde al compromiso del Citi de apoyar el crecimiento de las microempresas que tienen un alto impacto en el desarrollo económico de sus regiones, familias y comunidades.

Además, es un reconoci-

miento a la importante labor de las entidades prestadoras de crédito a la microempresa a través de las cuales los emprendedores acceden a recursos económicos para el crecimiento de sus negocios.

Las instituciones financieras que participarán presentando a sus mejores clientes para obtener uno de los cinco premios.

#### BECADOS

Pero el premio no sólo es en efectivo, desde el 2012, más de 10 ejecutivos de las entidades ganadoras han sido becados para reforzar sus conocimientos y habilidades a través de los programas internacionales de formación organizados por el Boulder Institute of Microfinance.

En ese sentido, Citi Perú y Aprenda invitan a las instituciones financieras a participar del PREMIC 2019. Las entidades podrán concursar presentando a sus mejores clientes para obtener uno de los cinco Premios a las Microempresas y participando por el Premio a la

## Las categorías

Este año, los ya tradicionales premios a las microempresas serán otorgados en cinco categorías inspiradas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas.

El enfoque en la promoción de los ODS es esfuerzo por crear conciencia sobre la responsabilidad que todas las empresas tienen para alcanzarlos al 2030.

Las categorías este año son:

Joven Empresario Como reconocimiento a los emprendedores menores de 30 años quienes hayan demostrado crecimiento y una visión innovadora de negocios.

Mujer Empresaria Como una exaltación a la labor de la mujer empresaria en su rol como conductora de una microempresa.

Empresario Innovador

En reconocimiento al empresario de la microempresa que ha sabido aprovechar herramientas de tecnología e innovación para la competitividad de su negocio.

Empresario Ambiental

Para el empresario de la microempresa cuyo modelo o prácticas de negocio representen una auténtica preocupación por la preservación del medio ambiente.

Empresario del Año

Como máximo galardón que será entregado a la mejor postulación recibida en la presente edición.

## Premio a la Inclusión Financiera Responsable

Este año habrá algo especial. Todas las instituciones financieras que presenten candidatos a los Premios a las Microempresas participarán automáticamente por el Premio a la Inclusión Financiera Responsable.

El Jurado determinará a la

institución ganadora tomando como base los indicadores reportados a la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), comprendidos entre junio de 2018 a junio de 2019.

Los criterios de evaluación están indicados en las bases del premio.

Inclusión Financiera Responsable que será entregado por segunda vez en el Perú.

#### LAS BASES

La convocatoria es para que las instituciones microfinancieras seleccionen a sus clientes, empresarios de la microempresa, que tengan o hayan tenido un crédito en su entidad.

Pero también, si hay emprendedores de la microempresa, ellos pueden comunicarse con los asesores de su institución financiera para que lo presente al premio. También hay que completar y enviar un formulario de postulación que está en el enlace: www.premiociti.pe

Según los requisitos establecidos en las bases, la organización Aprenda filtra las candidaturas y elabora la lista de semifinalistas.

Luego, los voluntarios de Citi evalúan las candidaturas otorgándoles un puntaje. Tomando como referencia el puntaje obtenido, se determina a los finalistas.

El Jurado, en sesión única, selecciona a los cinco empresarios de la microempresa ganadores de la edición.

Los voluntarios de Citi contactan telefónicamente a los finalistas para complementar sus postulaciones y sustentan dichos casos ante el Jurado.



El PIADM es el programa académico de vanguardia más importante de las Microfinanzas en Latinoamérica. Perfecciona las competencias directivas y estratégicas de ejecutivos en el mundo de habla hispana y afronta los retos de transformación digital, masificación de la inclusión financiera y la mejora de la experiencia del cliente.

#### > VENTAJAS DIFERENCIALES

- > Triple certificación de Escuelas de Postgrado globales.
- > Horarios con sistema de inmersión (una vez por mes).
- Metodología 100% práctica.
- > Visitas a instituciones de microfinanzas en Madrid y Bogotá.

#### > COMPONENTE INTERNACIONAL



Certificado de UNIVERSIDAD ESAN por el Programa Internacional de Alta Dirección en Microfinanzas







Certificado de ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL por el Seminario de Dirección Estratégica Comercial en Entidades Financieras.



Uniempresarial Certificado de la UNIVERSIDAD UNIEMPRESARIAL por el fundación universitaria empresarial de La Cámara de comercio de Bogotá Seminario de Alta Dirección en Entidades Financieras.



#### > INFORMES E INSCRIPCIONES

Dr. Walter Leyva Ramirez

Coordinador de Proyectos Financieros - CDE Celular : (01) 947937966 / (01) 995185997 Teléfono: (01) 317-7200 anexo. 44260 - 44261 Email : wleyva@esan.edu.pe / jperezf@esan.edu.pe





# DIARIO CERTEZA

#### Barranguilla 2018

Participantes en el FOROMIC 2018 realizado en Barranquilla, Colombia. Entre ellos están Tetsuro Narita, del área de Comunicaciones del BID Lab en Washington; y Mariana Martínez, periodista uruguaya radicada también en Washington y editora del Portal Microfinanzas. Los acompaña Víctor Chávez Pickman, director de la Caja Ica.



#### Guatemala Microfinanzas

Gerardo Alexander Tzic y Carlos Felipe Tzoc Rosales, altos funcionarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDIGUATE ASDIR de Guatemala, institución que brinda servicios financieros innovadores a sus asociados, especialmente a los del área rural de bajos ingresos, contribuyendo a mejorar su calidad de vida.



En el año 2017 se realizó el Foro Interamericano de la Microempresa (FOROMIC) con la participación, como es usual de las diversas organizaciones microfinancieras y de economía popular del hemisferio. En la foto están Máximo Ulises Rodríguez Ávalos (presidente del directorio), Fernando Bautista Cabrera (gerente general), y Gilmer Hernández Reto, gerente de Negocios, todos de la Edpyme Alternativa.

# Café



#### Asamblea ALIDE

Reunión Ordinaria de la Asamblea General de la Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo (ALIDE). Entre los ellos están: Jacques Rogozinski Schtulman (economista mexicano de "Nación Financiera"). Nelly Ramírez, Carlos José Rojas, Álvaro Prendes, María Antonia Hoyos y Juan Salazar.



Finanzas Populares El trabajo que se realiza en el área de las finanzas populares es muy importante para el desarrollo de los pueblos, especialmente en el Perú. En la foto están Héctor Farro Ortiz, especialista en Economía Solidaria; e Indira Melgar Salazar, experta en Microfinanzas y Economía Popular.



Aimé Suárez, Macchi Balín, Sergio Galván y Julio López Alves, expositores y panelistas del tema "Nuevos modelos de negocios" de la Asamblea Anual de la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN) que se realizó en Punta Cana, República Dominicana.

# z Negocios



Economía Brasileña Alvir Hoffmann, vicepresidente de la Federación Brasileña de Bancos (FEBRABAN); Rubens Sardenberg, director de Regulación y Riesgos de FEBRABAN; Mario Mesquita, economista jefe de Itaú Unibanco; y Fernando Honorato Barbosa, director y economista jefe del Departamento de Investigaciones y Estudios Económicos del Banco Bradesco participando en una cumbre en Miami.



Giorgio Trettenero Castro, secretario general de la Federación Latinoamericana de Bancos; Alberto Morisaki, economista exjefe de la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC); Oscar Rivera Rivera, expresidente de la ASBANC y de Mibanco; y Adrián Revilla, exgerente general de la ASBANC, reunidos en Miami, Estados Unidos.







A ER Autoridades peruanas Wilber Dongo Díaz, gerente central de Negocios de la Caja Arequipa; Joel Siancas Ramírez, presidente de la Caja Sullana; Ernesto Pacheco, gerente de Banca Electrónico de FEDECRËDITÓ de El Salvador; y Martín Naranjo Landerer, presidente de la Asociación de Bancos del Perú.



## Congreso Internacional de Microfinanzas

"Gestión Empresarial e Innovación para la Inclusión"



## Lugar:

Hotel Las Dunas Av. La Angostura 400 - Ica, Perú

ICA 19 al 21 Septiembre 2019



#### **INFORMES E INSCRIPCIONES**

Calle Conde de Chinchón N° 918, San Isidro, Lima Teléfonos: 222 4002 anexo 207 www.fpcmac.org.pe/eventos@fpcmac.org.pe



