"Pero trato con bondad a todos los descendientes de los que me aman y cumplen mis mandamientos." (Deuteronomio 5:10 TLA)

Setiembre 2019 / Edición Internacional N 172

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

CERTÁMENES INTERNACIONALES IMPULSAN EL DESARROLLO DE LAS MIPYME EN LA REGIÓN, ESPAÑA Y LOS ESTADOS UNIDOS

Expectativa en América Latina y el Caribe por cumbres FOROMIC, FELABAN y FEPCMAC

ACTUALIDAD | 6

El lavado de activos es un cáncer interno que mina el progreso de los pueblos.

NOVEDAD | 24

Quedó todo listo para la Asamblea Anual de la FELABAN en los Estados Unidos.

APORTE | 28

La calidad de la gestión empresarial en la industria microfinanciera contribuye con la gestión empresarial.

CREDITOS A LA MICROEMPRESA
(Porcentajes al 31 de julio 2019)
Comparación con el mes de junio

Caja Arequipa	25.26	=
Caja Huancayo	20.47	+
Caja Piura	16.22	-
Caja Cusco	12.14	-
Caja Sullana	8.20	+
Caja Trujillo	6.23	-
Caja Ica	4.48	+
Caja Tacna	3.08	-
Caja Maynas	1.54	-
Caja Paita	0.94	-
Metropolitana Lima	0.91	-
Caja Del Santa	0.52	+

Fuente: SBS

© DIARIO CERTEZA

FOROMIC 2019. El Foro Interamericano de la Microempresa se realizará del 30 de octubre al 1 de noviembre en el Hotel Paradisus Palma Real Golf & SPA Resort en Bávaro, Punta Cana, República Dominicana, de propiedad del Grupo Meliá de España. Este año el tema central será el mismo de la anterior cumbre realizada en Barranquilla, "Reinventando la inclusión". El FOROMIC es un certamen internacional que el BID Lab (antes FOMIN) realiza anualmente en diversas ciudades de América Latina, el Caribe y España.

CUMBRES INTERNACIONALES COMO EL FOROMIC, FELABAN, GRULAC Y FEPCMAC SON CLAVES PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Las pequeñas y microempresas impulsan las economías regionales

Por **César Sánchez Martínez** / LIMA

© DIARIO CERTEZA

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

En el ámbito empresarial se desarrollan en diversas ciudades de América Latina, el Caribe, España y los Estados Unidos diferentes cumbres internacionales como el Foro Interamericano de la Microempresa (FOROMIC), la Asamblea Anual de la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN), la Asamblea del Grupo Regional de América Latina y el Caribe (GRULAC WSBI), el Seminario Internacional de Microfinanzas (SIM) y el Congreso Internacional de Microfinanzas (CIM), estas dos últimas organizadas anualmente por la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC).

Estos certámenes son claves para impulsar el desarrollo de la industria microfinanciera en general, y de la microempresa en particular.

Alguien dirá que también la Cumbre Empresarial de las Américas, la Asamblea de la Junta de Gobernadores del BID, la Reunión Ordinaria de la Asamblea General de la ALIDE (Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo), y la cumbre de la Cooperativa de las Américas, Región de la Alianza Internacional de Cooperativas también aportan ideas y reflexiones y eso, obviamente, es verdad.

En tiempos de recesión y crisis financieras, son las economías de subsistencia las que soportan con mayor impacto la crisis, pero también son las primeras dinamizadoras de la demanda interna en los mercados domésticos, beneficiando directamente a la mediana, pequeña y microempresa (MIPYME), básicamente a las dos últimas.

Por el tamaño de sus economías y volúmenes de producción y ventas, también son las que generan cortos y rápidos puestos de trabajo, constituyéndose en algunos casos en proveedores de grandes empresas, corporaciones transnacionales o del sector público como ocurre en los países asiáticos.

Perú es un caso sui géneris en América Latina. Cerca del 98.4 por ciento son MIPYME. Una nueva modalidad que estamos notando en el país incaico son la realización de diversas ferias y exposiciones de negocios.

Las instalaciones de los centros de convenciones se usan al máximo, los hoteles llegan a un alto nivel de ocupabilidad, los taxistas tienen mayores ingresos económicos, los vendedores de artesanías comercializan sus productos y los restaurantes, especialmente los de cocina regional, siempre están llenos. También, las líneas aéreas cubren sus rutas, las empresas de transporte interprovincial tienen casi agotados los pasajes y los tejedores de diversos productos incrementarán sus pedidos. Las empresas turísticas tienen que preparar variados paquetes para promocionar y los comerciantes en general obtienen mayores ingresos. Obviamente que todo ello es iniciativa privada porque la administración del gobierno está más ocupada en enfrentamientos con el Congreso de la República, perdiendo valiosas oportunidades para promocionar la actividad emprendedora, que, dicho sea de paso, ha cobrado un nuevo impulso a pesar de la contracción de la economía. La nueva clase media está fortaleciéndose.

Algo parecido ocurre en otros países como Argentina y México. Es decir, el círculo virtuoso se reactiva y, por ende, también la economía regional. Repetimos que esta iniciativa no es pública sino privada. Se comprueba una vez más que con parámetros establecidos, la iniciativa privada es posible. Todos ganan y el país crece. También gana el Estado mediante una mayor recaudación de impuestos, gana la empresa porque tiene mayor rentabilidad y gana el trabajador porque accede a un puesto de trabajo digno, garantizándole a su familia una mejor calidad de vida y contribuyendo con la reducción de la extrema pobreza, generación de empleo y mejores niveles de vida.

Mujeres en el desarrollo de las pequeñas empresas

Cuando escribimos acerca de la política de género, usualmente se cree que nos referimos a los movimientos feministas y organizaciones que defienden los derechos de la mujer y hasta la "igualdad de sexos". Debemos reconocer que la frase "género" ha sido demasiada manoseada, desvirtuando la esencia de la palabra.

Nosotros nos referimos al trabajo que exclusivamente realizan las mujeres emprendedoras, aquellas que desde una MYPE o PYME han logrado salir adelante y están haciendo todos sus esfuerzos para conquistar mercados con sus productos y servicios.

La experiencia en dos años de aplicación de la política de género del Banco Interamericano de Desarrollo a favor de las mujeres emprendedoras es interesante. Han logrado avances en inversiones directas en igualdad de género, así como en otros proyectos que desarrolla institución.

Haciendo un balance de lo realizado, la Política Operativa sobre Igualdad de Género en el Desarrollo tras dos años de implementación que ese organismo multilateral de crédito internacional, los resultados han sido asombrosos.

En este período, el BID triplicó el volumen de préstamos a gobiernos que cuentan con indicadores de género, hasta alcanzar el 31 por ciento del total de préstamos del banco.

Parte de este crecimiento se debe a la incorporación de indicadores de género en proyectos de sectores como el comercio, la infraestructura y la gestión fiscal y municipal, que anteriormente no incluían esta perspectiva.

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)

M

Edición Internacional Nro. 172 / Setiembre 2019
NOTAS DE PRENSA: csanchez@microfinanzas.pe

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

cim
Congreso Internacional de Microfinanzas
FEPCMAC
XII Congreso Internacional de Microfinanzas
"Gestión Empresarial e Innovación para la Inclusión"
BIENVENIDOS
a la tierra del sol eterno...
Hotel Las Dunas
Av. La Angostura 400 - Ica, Perú
ICA
19 al 21 Setiembre 2019
FEPCMAC
CAJA MUNICIPAL ICA
ANIVERSARIO
desde 1989

RUTA MF

CRECIENDO CON LAS MICROFINANZAS

CAJA AREQUIPA LOGRA RÉCORD HISTÓRICO EN SUS 33 AÑOS

S/. 5,000 millones en colocaciones

© DIARIO CERTEZA

5,000 millones de soles en manos de los microempresarios peruanos gracias a Caja Arequipa en sus 33 años transformado vidas con inclusión financiera. Efectivamente, todo ese dinero se encuentra en manos de los emprendedores y del Perú, que se han transformado en bienestar para sus familias e impulsado el crecimiento de sus negocios, y de la economía nacional. Al cierre de agosto se superó la barrera de los cinco mil millones en saldo de colocaciones.

Caja Arequipa continúa consolidándose como líder en la descentralización e inclusión financiera, objetivo principal de las microfinanzas, generando bienestar en todas las regiones del país.

La institución líder del sistema financiero asume el compromiso de promover e incentivar el desarrollo socio económico de nuestro país. "Alcanzar hitos como este, nos fortalece y contribuye a tener un sistema crediticio sólido, confiable e inclusivo, que trabaja día a día por mejorar la calidad de vida de la población en general", declaró el gerente central de Negocios, Wilber Dongo Díaz.

"Este importante logro, es la manifestación del excelente trabajo en equipo de todos los colaboradores de esta entidad, que dejan huella e impactan positivamente en los clientes, generando bienestar y ayudando a cumplir retos y sueños", concluyó Dongo.

Caja Arequipa tiene más de 1.4 millones de clientes a nivel nacional, y cuenta en la actualidad con 174 agencias en todos los departamentos del Perú, lo que permite ofrecer cercanía y rapidez a los usuarios.

Importancia del seguro

La Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC) y la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (APESEG) suscribieron un convenio con el fin de realizar acciones conjuntas para promover iniciativas de educación financiera a distintos grupos de interés en temas de cultura aseguradora, especialmente de microseguros que cubren necesidades específicas de los clientes que las CMAC atienden.

Es así como cada semana se presentan tips sobre la importancia de contar con un seguro, cómo identificar los riesgos que pueden afectar el negocio de los emprendedores, cómo gestionarlos, entre otros, todo esto a través del Portal Tu Caja te cuenta. Además, se generará contenido específico en videos para las redes de TV de las 950 agencias de las CMAC.

La APESEG, fundada en 1904, agrupa a las compañías de seguros y reaseguros que operan en el país. Entre sus objetivos está el de promover el conocimiento de los seguros y el acceso a ellos para que las familias y empresas protejan sus ingresos y sigan contribuyendo al desarrollo del país.

Tu Caja te cuenta, es un portal de cultura financiera para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. Las once Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) se han unido para ofrecer cursos de capacitación en línea de manera gratuita que ayuden a acercar los servicios que el sistema financiero ofrece.

Agua y saneamiento

Hasta el mes de agosto del 2019, las cajas municipales de ahorro y crédito de Arequipa, Cusco, Del Santa, Huancayo, Ica, Paita, Piura, Trujillo y Sullana han colocado US$ 76 millones en 90 mil créditos para agua y saneamiento a nivel nacional.
Estas cifras incluyen ya 20% en zonas rurales con metas específicas de colocaciones para cada CMAC, con un crédito promedio de S/. 2,803 y 36% de nuevos clientes para el sistema de cajas municipales de ahorro y crédito. A la fecha se ha realizado un estudio en zonas rurales a nivel nacional para complementar el modelo operativo implementado y generar las sinergias entre las CMAC, y de esta manera analizar un nuevo proceso de prospección con el uso del scoring aplicado en no bancarizados.

Bajo este contexto, los estudios han identificado que 1.2 millones de personas están en zonas donde el Estado tiene proyectos de agua y saneamiento, y sólo 187 mil tienen perfil de riesgo bajo para su prospección y respectiva evaluación para otorgamiento de créditos.
Estos resultados reflejan el apoyo recibido como parte del convenio de asistencia técnica suscrito por la Federación peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito y la ONG Water.org, habiendo logrado implementar con éxito es crédito en nueve cajas que está destinado, específicamente. a mejorar los servicios de agua y saneamiento básicos de las familias peruanas con menos recursos.

5000
millones en créditos
Que transforman vidas
con inclusión financiera
caja
caja
Conocemos de tus sueños y retos, de tus caídas y cada renacer,
de tu esfuerzo, pasión y sacrificio, por eso nuestra satisfacción
de ser parte de tu crecimiento y mejor calidad de vida.
¡Son ustedes los que hacen grande a nuestro Perú!
caja
arequipa
Impulsando tu bienestar

HISTORIA NEGRA DE UNA ACTIVIDAD POCO DENUNCIADA EN AMÉRICA LATINA

El lavado de activos, un cáncer interno

Por Ricardo Ochoa A.* / LIMA - BOGOTÁ

© DIARIO CERTEZA

Cualquier actividad lícita puede esconder una actividad ilegal y por lo tanto, una práctica de lavado de activos.

Permítame el generoso lector emitir esta ilustración de un tema grave, de diversas vertientes de complejidad en su tratamiento, he aquí mi primera entrega.

Debido a las limitaciones e inconvenientes del trueque, se sabe que la acuñación de la moneda metálica se inició hacia el año 580 A.C. por los aqueos en Grecia, quienes la hacían en plata gruesa, acunadas por una sola cara, sin epígrafe teniendo dos sellos parecidos, parte hendidos y parte en relieve, muy calculados para impedir la falsificación que ya hacían aplicando hojas delgadas a una placa de metal inferior.

Los delitos con el dinero, tanto como la falsificación no son delitos nuevos, han existido paradójicamente, desde antes que naciera el dinero como se conoce hoy (Uribe,2006).

No obstante, en 1529, cabe señalar el primer antecedente de vinculación entre crimen y dinero a saber, el Rey Francisco I de Francia, al pagar 12 millones de escudos como rescate por sus hijos tomados como rehenes en España, debió esperar 4 meses, mientras los secuestradores contaban el dinero y comprobaban la autenticidad de las monedas, de las cuales rechazaron 40,000 por considerar que no cumplían con los requisitos exigidos.

De acuerdo a ello la costumbre de utilizar prácticas para disfrazar ingresos provenientes de actividades ilícitas se remonta a la Edad Media, cuando la usura fue declarada delito.

Mercaderes y prestamistas burlaban entonces las leyes que la castigaban y la encubrían mediante ingeniosos mecanismos. Fue entonces cuando los piratas se transformaron en pioneros en la práctica del lavado de oro y el blanco de sus ataques fueron las naves comerciales europeas que surcaban el Atlántico durante los siglos XVI y XVIII: Una gran parte de las riquezas acumuladas por corsarios y piratas, fueron resguardadas por lo herederos de la tradición templar y los banqueros de origen judío.

Así surgieron los refugios financieros, moderna versión de aquellas guaridas, que son el complemento indispensable para coronar prácticas de operaciones dudosas o abiertamente fraudulentas que se han abierto paso en el mundo, en la medida en que el lavado de dinero progresa (Todini, 2006).

Es conocido que el uso del término “lavado”. Tiene su génesis en los Estados Unidos en la década de los años veinte del siglo pasado, época en que las mafias norteamericanas, de origen italiano, crearon una red de lavanderías para esconder la procedencia ilícita del dinero que se originaban en sus actividades criminales , fundamentalmente el contrabando de bebidas alcohólicas prohibidas en aquellos tiempos.

El caso de Alfonso Capone también conocido como Al Capone, controlador de la mafia de Chicago, quien asociado Meyer Lansky, único miembro de origen Judío de la mafia, que más tarde se convertiría en el cerebro financiero del grupo Capone. Ellos crearon la modalidad de que las actividades ilícitas serian presentadas dentro del negocio de lavado de textiles, para la mayoría de los pagos se realizaban en efectivo, situación que se reportaba a los controladores fiscales correspondientes de la época, no obstante, las utilidades que originaban estos servicios, eran combinadas con las provenientes de los delitos de extorsión, tráfico de armas, alcohol y prostitución, no pudiendo distinguir las agencias de control que dólar o centavo provenían de la actividad ilícita, logrando burlar y esconder el dinero producto del delito durante mucho tiempo.

Fue en ese contexto que un experto, modesto y diligente perito contable investigaba sobre la manera de demostrar el delito de manera contundente, sugiriendo entonces una estrategia en la cual es aprendido, enjuiciado y condenado por el delito de evasión de impuesto.

MicroFinanzas®
Periodismo líder en América Latina

© 2007. Todos los derechos reservados.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú Nº 2011-09133.
Los artículos firmados son de exclusiva responsabilidad de sus autores. MICROFINANZAS no se responsabiliza necesariamente con el contenido de los mismos. Se autoriza la reproducción total o parcial, siempre y cuando se mencione la fuente.

¡Ahorra en Caja Huancayo!

Tenemos la mejor opción para hacer **crecer tus ahorros**

AHORRO CORRIENTE

CUENTA FUTURO

Cuenta dirigida a menores de edad

CUENTA SUELDO

TRASLADA TU CTS

Caja Huancayo

www.cajahuancayo.com.pe

ES NECESARIO INSISTIR EN LA CORRECTA EVALUACIÓN CREDITICIA DE LOS CLIENTES

Los principios éticos del asesor o analista

Por: Luis arturo mesta alzamora / Abogado
Magister en derecho corporativo y gestion empresarial
15 años de experiencia funcionario del sistema financiero
Actual gerente general de Corporacion Mesta -Servicios legales, financieros & capacitaciones

© DIARIO CERTEZA

Se requiere mucha responsabilidad para evaluar adecuadamente a los clientes antes de otorgarles un crédito.

La nueva cultura organizacional exige que los analistas, asesores de negocios o promotores sepan realizar una adecuada evaluación del cliente que busca un crédito.

Por varias razones se insiste que el analista de créditos o asesor de negocios es la persona clave en la organización microfinanciera. Una correcta evaluación crediticia significa en el tiempo evitar mayor morosidad, cumplimiento de metas, entrega oportuna del crédito y proporcionar una fidelidad para el largo plazo. El caso contrario supone contribuir con un sobreendeudamiento, morosidad, mala cartera, incumplimiento de metas y riesgo crediticio latente.

Por esta razón, el analista, asesor o promotor debe seguir una misión, visión y valores de la empresa, procurando alcanzar los objetivos organizacionales. Es interesante recordar la importancia del planeamiento estratégico en la empresa, porque ello nos permitirá, trabajar los planes de contingencia, buscar la excelencia y la calidad, de manera constante y consistente, cumplir con los objetivos, trazar planes y asegurar el retorno del crédito.

No vamos a insistir en la parte técnica del trabajo del asesor de negocios porque eso se sabe desde el inicio. Sin embargo, si se debe saber la misión de la IMF para saber qué derrotero seguir. Se entiende que todo asesor de negocios sabe perfectamente cuál es la misión y visión de la IMF donde labora. Este aspecto es fundamental para insistir en los principios éticos de las personas.

Nunca olvidemos que los valores marcan la dirección de la empresa; Por ello los analistas deben saber enunciarlos. Cuando en la organización aprenda a enunciarlos, debe trabajar con un mínimo de cinco y un máximo de siete valores. ¿Y qué tiene que ver los valores con el analista o asesor de negocios? ¡Mucho!

Un analista de crédito, asesor de negocios o promotor que práctica principios éticos, es muy probable que esos mismos principios lo aplique al momento de evaluar a una persona que solicita un crédito. No se trata de otorgar y aprobar un crédito y punto. Supone analizar qué tipo de personas es, cómo se comporta en su negocio, qué principios éticos tiene, cómo actúa ante determinados problemas de la vida, si es una persona responsable y honesta, entre otros aspectos.

Recuerde que la moral es la noción de hacer el bien o el mal. Es decir, se debe saber evaluar si la persona que solicita el crédito es íntegra. Los valores se refieren a las buenas costumbres morales que debe haber en cada persona. Es decir, ya no se trata de hacer el bien o el mal, sino qué tipo de principios tiene en su vida.

Y ética es la ciencia que enseña las obligaciones del hombre en cuanto a su conducta. Es decir, cuál será la actitud de la persona que solicita el crédito ante el crédito mismo. El analista debe saber proyectar en el tiempo.

Toda IMF pretende alcanzar sus objetivos. Un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual, por lo tanto, el objetivo deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado.

A continuación recordaremos algunas definiciones de la palabra objetivos:

Los objetivos son enunciados escritos sobre resultados a ser alcanzados en un periodo determinado.

- Los objetivos son los fines hacia los cuales está encaminada la actividad de una empresa, los puntos finales de la planeación, y aun cuando no pueden aceptarse tal cual son, el establecerlos requiere de una considerable planeación.

- Un objetivo se concibe algunas veces como el punto final de un programa administrativo, bien sea que se establezca en términos generales o específicos.

- Los objetivos tienen jerarquías, y también forman una red de resultados y eventos deseados. Una compañía u otra empresa es un sistema. Si las metas no están interconectadas y se sustentan mutuamente, la gente seguirá caminos que pueden parecer buenos para su propia función pero que pueden ser dañinos para la compañía como un todo.

Estos objetivos deben ser racionalmente alcanzables y deben estar en función de la estrategia que se elija. Los objetivos son una obligación que se impone una empresa porque es necesaria, esencial para su existencia.

No olvidemos que una correcta evaluación no sólo minimiza los riesgos crediticios, sino también contribuye con la reducción del sobreendeudamiento.

La evaluación es clave

La evaluación de la gestión es fundamental para analizar la buena salud financiera de las instituciones sean microfinancieras o cooperativas. Se debe mirar a las finanzas populares y solidarias como cualquier negocio. Estos nacen, crecen, maduran y finalmente mueren, unos primeros, otros después. Es la ley de la vida de un negocio.

Como cualquier organización, ésta debe evaluarse constantemente y ver los posibles escenarios para evitar sorpresas en su desarrollo. Uno de esos escenarios está relacionado con la liquidez en el negocio. Es decir, si no hay liquidez, no hay ventas ni producción, por lo tanto, no se logran los objetivos.

Todos estos factores impactan en el negocio y por lo tanto, ante la carencia de elementos básicos, el negocio tendrá que cerrarse. De ahí que la evaluación de gestión es clave para la buena salud financiera de cualquier negocio, sea chico o grande.

La falta de liquidez en una empresa determina su muerte. ¿Entonces, qué debemos hacer par que esto no suceda? Se debe hacer evaluaciones de gestión del negocio con terceros con la finalidad de detectar posibles fallas en la gestión misma.

Se debe evaluar cómo está funcionando el gobierno del negocio.

Se debe saber sí se están fijando adecuadamente las políticas y estrategias que controlen el cumplimiento de los objetivos y las metas; así como conocer si la dirección ha implementado las herramientas de gestión, tales como los planes estratégicos, operativos y de negocios que cuenten con las estrategias para el cumplimiento de los objetivos.

Asimismo, se debe saber cómo se va a minimizar y administrar los riesgos, y los instrumentos normativos que sirven como guía para la ejecución de lo planificado. También lo relacionado con los objetivos y sistemas de información gerencial orientados a dar conocer cuáles son los resultados de los planes, los mismos que deben ser comunicados en forma cualitativa y cuantitativa.

CAJA TRUJILLO

35 AÑOS

Impulsando a
los emprendedores del país

www.**cajatrujillo**.com.pe

EL COOPERATIVISMO ES INTENSIVO EN CONOCIMIENTO
Y GESTIÓN CON VÍNCULOS DE MOVIMIENTOS INTERNACIONALES

Desarrollo sostenible y finanzas populares

Por Eduardo Gil Mora / CUSCO
Biólogo, especializado en Medio Ambiente.
Profesor de la Universidad Nacional San Antonio Abad de Cusco.

© DIARIO CERTEZA

Las cooperativas promueven una mayor democracia económica al compartir la propiedad y el control.

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.

La democracia cooperativa y desarrollo social peruano

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.
Las cooperativas son parte de un movimiento mundial que, activo desde hace tiempo, ha venido ganando fuerza en muchos contextos. Las cooperativas tienen un alcance global mediante sus vínculos con organizaciones cooperativas nacionales internacionales, y mediante estas organizaciones comparten información y ejercen presión para que se desarrollen marcos regulatorios más apropiados a nivel nacional e internacional.

Las cooperativas también tienen fuertes vínculos con movimientos sociales centrados en el ambiente, la democracia económica y las alternativas de desarrollo. Estos movimientos pueden ser aliados estratégicos para la realización de importantes transformaciones.

Como organizaciones clave en las redes de comercio justo, las cooperativas han establecido los vínculos necesarios entre los consumidores socialmente conscientes y los productores innovadores que desean implementar formas más sostenibles de producción y consumo.

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.

CAJA MAYNAS en el PERÚ

Los primeros en **DESARROLLAR LAS MICROFINANZAS** en la selva.

"Tenemos el privilegio
de estar en la zona más hermosa
del Perú, la selva, pero también la más extensa,
lo cual es todo un reto para el crecimiento;
sin embargo, lo estamos logrando"

Pdte. de Directorio **José Luis Alegría Méndez**

Red de ATENCIÓN

08 Regiones
22 Agencias
02 Oficinas especiales
13 Oficinas compartidas con el Banco de la Nación
05 Oficinas informativas

Y **AHORA** también:

✓ **Pichanaki** ✓ **Tarma** ✓ **Satipo** ✓ **Nueva Cajamarca**

CAJA MAYNAS

Cree en ti!

LOS CLIENTES SIEMPRE TIENEN UNA RAZÓN PARA ATRASARSE EN SUS PAGOS

Cobranzas de los créditos sin perder a los clientes

© DIARIO CERTEZA

Se requiere mucho tino para recuperar los créditos vencidos, sin perder a los clientes.

En el mundo de las finanzas populares y solidarias, las cobranzas y recuperaciones son acciones muy sensibles porque de lo que se trata es de evitar perder a los clientes.

¿Es posible recuperar los créditos perdidos? En algunos casos, dependiendo de la situación, sí se recuperan los créditos y no se pierde al cliente. El manejo de crisis en situaciones especiales ayudará mucho a conservar al asociado. La experiencia nos demuestra que un cliente bien tratado, sí permanece en la organización. Dependerá también de quién es la persona que asumirá el rol de trabajar en su vida.

No debemos ver a los clientes como simples vehículos para canalizar los créditos, sino verlo como un "accionista" estratégico. No solamente se presta dinero a los clientes sino a personas naturales, empresas y otras organizaciones integradas por emprendedores.

Los clientes siempre "tienen" una razón para atrasarse en sus pagos, especialmente cuando ocurre con los "clientes cooperativos" que son a su vez, accionistas de la organización. Sin embargo, hay situaciones difíciles que merecen un tratamiento especial. Muchas veces, el analista o asesor de cobranzas o recuperaciones tiene que realizar una labor pastoral para recuperar al cliente en primer lugar, y luego el crédito mismo. Se trata de trabajar en las vidas de cada cliente o asociado. Evidentemente, hay diferencias entre un cliente cooperativo y un cliente corporativo o empresarial. El primero responde a intereses solidarios y es consciente que su aporte a la cooperativa no es un ahorro, sino un fondo que está destinado a ayudar a otros, incluyendo a él mismo.

Un cliente corporativo o empresarial sabe que la organización que le otorgará un crédito tiene objetivos de lucro y, por lo tanto, también sus intereses son altos. Es decir, busca ayuda financiera a un precio mayor, pero es consciente de esta realidad. Por ejemplo, la oficina de créditos o cobranzas no está sólo para otorgar créditos a socios clientes u organizaciones como la pequeña y microempresa, ni es una simple oficina de coordinación. Tiene que ver con los diversos tipos de tecnología crediticia, facilidad en el acceso al crédito, rapidez en el servicio al cliente, financiamiento de capital de trabajo, relación financiera a largo plazo, garantías, redes empresariales, asociatividad, adecuados controles internos y administración de riesgos empresariales. También está vinculada con la evaluación, capacidad y voluntad de pago, así como el seguimiento y control de la morosidad y de los créditos mismos. Es decir, las finanzas populares son ahora una "ciencia" que abarca todo lo escrito líneas arriba y mucho más.

¿Por qué una organización tiene una morosidad alta? Hay varios factores para que la morosidad se eleve en una cooperativa o institución microfinanciera. En algunos casos, alguien no está haciendo bien su trabajo, pero en otros, son hechos fortuitos los que motivan una cartera atrasada.

De hecho, hay situaciones no contempladas en los manuales que genera que un socio o cliente no pague sus cuotas. Por ejemplo, la pérdida de empleo originada por la crisis financiera internacional o el incendio del negocio unipersonal. Cada cliente moroso es un caso particular. En estos tiempos modernos de globalización, no solamente se caracteriza por el desarrollo tecnológico, los avances en la ciencia y el auge del comercio internacional, sino también por una mayor bancarización en la población. Este proceso de bancarización es también un elemento para analizar cuando se estudian los casos de cobranzas. Otro aspecto a tener en cuenta en los tiempos contemporáneos es la supervisión efectiva. Muchos de los casos de morosidad se deben a una deficiente labor de análisis en el otorgamiento del crédito. Es verdad que hay excesiva liquidez en la mayor parte de las instituciones financieras que deben ser colocadas en el corto plazo, pero también es real que no se puede otorgar créditos a sola firma.

Proceso crediticio

Las recuperaciones están muy ligadas al proceso crediticio. El proceso crediticio se inicia con la aprobación o veto del crédito solicitado, luego pasa al desembolso, después al seguimiento y finalmente a la recuperación.

¿Qué es una cartera pesada? Es un cliente con deuda deficiente, dudosa y perdida, a las cuales se les deben provisionar. En promedio, del total de créditos de una cartera pesada hay un 25% que puede estar en condición de deficiente, un 60% en dudoso y un 100% en pérdida. Sin embargo, se le debe mirar con "ojos" optimistas y ver la forma de cómo recuperar, primero al cliente y luego al crédito.

En la morosidad se debe considerar los créditos vencidos más la cobranza, luego las reestructuradas y refinanciadas. Cuando existe una cartera atrasada y de alto riesgo es necesario la conformación de un Comité de Crédito para analizar la situación y ver la forma cómo solucionar el problema. Cuando se sospecha que el crédito del cliente está en condición "dudosa" y "perdido", es hora de actuar con rapidez. Se deben tomar acciones rápidas para evitar carteras refinanciadas, judiciales y castigadas. Hay diversas estrategias y mecanismos de cobranzas desarrolladas en los últimos años en el ámbito empresarial, debido fundamentalmente a tres razones. Primero, porque está en las actividades de promoción y análisis del crédito. En segundo lugar, por el alto incremento de morosidad en las cooperativas; y tercero, porque el proceso de globalización ha traído nuevos jugadores en el ámbito crediticio como son los bancos, cajas y otras entidades que otorgan financiamiento.

No se puede hablar de mejores prácticas, sino de experiencias que han funcionado con éxito en algunos lugares, pero no necesariamente el éxito de un lugar o institución se le puede aplicar a otra organización.

La experiencia de las instituciones de finanzas populares y solidarias en el campo de los negocios es excelente, pero hay otros elementos para tomar en cuenta. Muchos analistas de recuperaciones creen que su experiencia puede ser aplicable a cualquier situación. No es así. Si no cambian, pronto quedarán fuera mercado laboral.

No olvidemos que un cliente se pierde simplemente porque no encuentra satisfacción a su necesidad en el negocio donde opera y no hace nada por pagar su deuda.
¿Qué trato requiere el cliente? ¿Qué es lo que valora el cliente de su institución? ¿Por qué el cliente debe seguir "comprando" sus servicios? ¿Estamos en condiciones de satisfacer sus necesidades? ¡Los tiempos cambian, también usted debe cambiar!

No obstante, hay otras interrogantes en la gestión de cobranzas que pueden ayudar a la creación de estrategias y mecanismos especializados para cada institución.
Algunas interrogantes nos ayudan a perfeccionar esa estrategia. ¿Cuál es la situación del cliente? ¿Qué información registró el cliente? ¿Por qué está moroso? ¿Se hizo una buena negociación? ¿Cuáles son las posibles soluciones? ¿Está en condiciones de pagar? ¿Qué acciones debe seguir? ¿El cliente es leal a la organización? ¿Qué puedo hacer para recobrar el crédito? Las respuestas a estas interrogantes dependerán de cada cliente y también de cada institución de finanzas populares y solidarias.

Estaremos nuevamente informando todos los pormenores que ocurran en el XXII Foro Interamericano de la Microempresa que se realizará del 30 de octubre al 1 de noviembre de 2019 en Punta Cana, República Dominicana.

Felicitamos al BID Lab y al gobierno de la República Dominicana por la realización de este magno certamen continental.

Medios que forman parte de la industria microfinanciera hemisférica.

MicroFinanza
Periodismo líder en América Latina

LIVESTREAM

Certeza
PERIÓDICO GLOBAL DE ACTUALIDAD Y NEGOCIOS

TRANSMISIÓN EN VIVO

DESDE PUNTA CANA

AL CIERRE DE AGOSTO YA HABÍA SUPERADO LOS 400 MILLONES DE SOLES EN COLOCACIONES

¡32 Años

En la organización se cree en sus postulados, crean sus estrategias y crecen con sus clientes y colaboradores. Ricardo Velásquez Freitas, gerente central de Finanzas y Operaciones, Edgar Berrocal Vargas, gerente central de Negocios y Oscar Mercado Alza, gerente central de Administración.

Caja Maynas, líder de las microfinanzas en la amazonía peruana, cumplió el pasado 30 de agosto, 32 años al servicio de sus más de 168 mil clientes de ahorro y crédito a lo largo de las 9 regiones en donde se ubican sus agencias y oficinas especiales.

"Un año más en el mercado que nos permite realizar el sueño de miles de peruanos, brindando soluciones financieras especializadas y oportunas promoviendo el desarrollo del país; un año más que nos encamina al cumplimiento de nuestra visión institucional al 2023, ser el mejor aliado de negocios para los emprendedores del país en base a un liderazgo que se consolida en el tiempo", afirma Oscar Mercado Alza, gerente central de Administración.

COLOCACIONES

"El crecimiento de nuestra institución se ha mantenido firme, especialmente en los últimos años, en el que hemos incrementado sustancialmente nuestro nivel de colocaciones y captaciones. Al cierre de agosto ya hemos superado los 400 millones de colocaciones con un crecimiento de 15 millones en lo que va del año. Del mismo modo en captaciones nuestro crecimiento va de 343 millones captados en el 2018 a 368 millones en agosto, un crecimiento de 25 millones, lo que habla claramente de la confianza de nuestros clientes", dice Edgar Berrocal Vargas, gerente central de Negocios.

Las perspectivas de crecimiento de la Caja Maynas para los próximos años son ambiciosas pero realistas: Incremento de puntos de atención en zonas aún no cubiertas, segmentación de clientes, mejora de procesos y, sobretodo, mejora de la experiencia del cliente. Para ello se implementará un nuevo core a fin de migrar procesos que la conduzcan a la era de la transformación digital.

"Pretendemos ser el referente microfinanciero en la amazonía de nuestro Perú, por ello tenemos el enfoque centrado en las comunidades y pueblos más alejados de nuestro país para seguir generando una mayor inclusión financiera. Al cierre de agosto hemos logrado 4.1 millones de soles en utilidades. Del mismo modo nuestro patrimonio continúa en crecimiento cerrando agosto con 81.3 millones de soles", finaliza Ricardo Velásquez Freitas, gerente central de Finanzas y Operaciones.

NUEVAS AGENCIAS

La institución fue autorizada por la Superintendencia de Banca, Seguros, Administradoras de Fondos de Pensiones y Cooperativas a poner en funcionamiento 4 nuevas agencias ubicadas en las ciudades de Tarma, Pichanaki y Satipo (región Junín) y Nueva Cajamarca (región san Martín).

de la Caja Maynas!

Las perspectivas de crecimiento de la Caja Maynas para los próximos años son ambiciosas.

José Luis Alegría Méndez, presidente del directorio de la Caja Maynas.

La Caja Maynas, que aún celebra los 32 años de funcionamiento en el mercado de las microfinanzas, cuenta actualmente con 22 puntos de atención entre agencias y oficinas especiales distribuidos en las regiones de Loreto, San Martín, Cerro de Pasco, Ucayali, Junín, Cajamarca, Huánuco y Lima con más de 168 mil clientes, tanto en ahorros como en créditos.

"Con las nuevas agencias recién autorizadas esperamos consolidar nuestra presencia en el centro y oriente de nuestro país. Tenemos el privilegio de estar en la zona más hermosa del Perú, la selva peruana pero también es la más extensa, lo cual es todo un reto para el crecimiento, sin embargo, lo estamos logrando" afirma José Luis Alegría Méndez, presidente del directorio de la Caja Maynas.

La resolución SBS N° 3000-2019 del 2 de julio, autoriza el funcionamiento de la agencia de Tarma en la región Junín, conocida como la "Perla de los andes". Por su parte, la Agencia de Nueva Cajamarca, autorizada mediante resolución SBS N° 3137-2019 del 10 de julio, está ubicada en la provincia de Rioja en la región San Martín, considerada como el primer distrito andino amazónico del Perú.

Finalmente, la resolución SBS N° 3799-2019 del 21 de agosto, autoriza a Caja Maynas abrir oficinas en Satipo y Pichanaki. Ambas ciudades destacan por su producción agrícola especialmente cacao, café y frutales; además de sus paisajes ricos en cascadas cataratas y lagunas. "Queremos dar el apoyo en este corredor cafetalero a los miles de productores que con su producción mueven la economía de sus pueblos", señala Alegría Méndez.

El motor del desarrollo

"Son 32 años que Cumple Caja Maynas, allí donde no había otras posibilidades de financiamiento aparece nuestra Caja, en los pueblos más alejados de la amazonia. Hoy en esos mercados existe una presencia masiva de bancos, cajas y otras entidades financieras que nos llevan a ser más competitivos y a ofrecer productos de ahorros y crédito acorde a las necesidades de nuestros clientes en cada zona", dice José Luis Alegría Méndez, presidente del directorio.

Caja Maynas cuenta con más de 600 colaboradores repartidos en 9 regiones del Perú. Administradores, economistas, contadores, ingenieros, abogados entre otros, conforman su planilla y con su trabajo contribuyen a un crecimiento constante del negocio financiero, apoyando los emprendimientos de las regiones donde se ubica.

"Mi reconocimiento especial en estos 32 años a nuestros colaboradores, que día a día nos ayudan a generar el crecimiento de los empresarios de la micro y pequeña empresa o a realizar el sueño de miles de personas que solicitan sus préstamos en Caja Maynas; lo mismo para aquellos que fomentan el ahorro de las personas en las regiones donde estamos ubicados. Ellos son el motor que mueve a la institución. A todos, nuestro reconocimiento especial. Gracias a ellos los resultados son alentadores y nos llenan de orgullo"; expresa Alegría Méndez.

En la organización se cree en sus postulados, crean sus estrategias y crecen con sus clientes y colaboradores.

Fernando Ruiz Caro Villagarcía, presidente del directorio de Caja Cusco y de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito.

EMPRESA GENERA VALOR

Caja Cusco en el sist

Walter Nieri Rojas Echevarría, gerente central de Negocios.

John Olive
Central de

A pocos meses de cumplir 32 años al servicio de los emprendedores del Perú, ocupando el puesto 243 dentro de las 500 empresas más grandes del país, la Caja Cusco consolida su liderazgo en las microfinanzas, generando valor de manera inclusiva, sostenible y responsable con el entorno y el medio ambiente.

El compromiso de sus colaboradores, las prácticas de buen gobierno corporativo lideradas por su directorio y una gestión estratégica, eficiente e innovadora reafirman su liderazgo en el sistema de cajas municipales, conforme muestran las cifras recientemente publicadas por la Superintendencia de Banca, Seguros, Administradoras de Fondos de Pensiones y Cooperativas (SBS).

Fernando Ruiz Caro Villagarcía, presidente del directorio de la Caja Cusco, quien además ocupa la presidencia del directorio de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, resalta el compromiso de todos los colaboradores de la entidad, afirmando que "resulta sumamente inspirador observar y conocer el compromiso de nuestros colaboradores, que forjan liderazgo y responsabilidad en quienes nos toca dirigir a Caja Cusco; junto a ello, las estrategias aplicadas por la gerencia mancomunada y las gerencias de línea, y sobre todo la confianza de nuestros clientes y accionistas nos permiten cumplir nuestros objetivos destacadamente".

COLOCACIONES

A pesar de la desaceleración de la economía nacional, la Caja Cusco mantiene el segundo mayor indicador de crecimiento interanual del sistema de cajas municipales, mostrando al cierre de agosto del presente año, una variación del 15.12% respecto al mismo periodo en el año anterior.

A su habitual liderazgo en colocaciones en las regiones Cusco y Apurímac, se suman ahora las regiones de Puno y Tacna, donde al cierre de agosto de 2019 cuenta con saldos superiores a los 56 y 30 millones de soles respectivamente.

Asimismo, se encuentra en segundo lugar en participación de mercado en las regiones de Arequipa y Huancavelica.

Debido a su incursión en mercados relativamente nuevos, tales como Lima, Junín, Ayacucho e Ica, contemplada en su plan de expansión sostenible y a su permanente labor de inclusión financiera, su base de clientes superó los 289 mil.

De este modo, la institución mantiene el ticket promedio de endeudamiento más bajo del sistema, con aproximadamente 10 mil soles por cliente, de acuerdo con datos de la SBS a julio de 2019. Walter Rojas Echevarría, gerente central de Negocios, reconoce la entrega de los líderes a su cargo y recalca los pilares estratégicos de su gestión, que han logrado que la organización ocupe el primer lugar en la participación de clientes exclusivos con un 51% y mantenga el segundo mejor indicador de calidad de cartera, por debajo del promedio del sistema, pese a la tendencia poco favorable en el mismo.

Afirma que "en la caja hemos alineado nuestra estrategia y seguimos dos claves para el éxito en la gestión; la primera es una evaluación cercana y rigurosa que cuidará la calidad de nuestra cartera y la segunda, la atención al cliente eficiente, cálida y empática, lo que nos permitirá gozar de su preferencia".

SOLIDEZ

Ubicada en el cuarto lugar del ranking de captaciones en el sistema de cajas municipales, la Caja Cusco ha alcanzado el 12.78 % de participación de mercado, con más de 622 mil ahorristas, con un crecimiento que al mes de agosto muestra una variación del 18.75% respecto al mismo periodo en el año anterior, el segundo más alto del sistema, de acuerdo con cifras de la SBS.

Este crecimiento consolida su liderazgo en su región y sede matriz Cusco, donde alcanza el 37 % de participación de mercado, por encima de sus competidores del sistema de cajas municipales y el sistema financiero en general.

De igual forma en la región Apurímac, donde su participación alcanza el 23%, se encuentra liderando el mercado en lo que sería un triple empate técnico con sus competidores de la banca tradicional.

Cada mes la institución realiza más de un millón de operaciones, de las cuales el 41% se realiza mediante canales electrónicos, atendiendo así a un sector que generacionalmente se perfila como potencial cliente de nuestra institución, pero sin descuidar el trato

DE MANERA INCLUSIVA, SOSTENIBLE Y RESPONSABLE

consolida su liderazgo
ema microfinanciero

ra Murillos, Gerente
Administración.

Sandra Bustamante Yábar, gerente central de Operaciones y Finanzas.

amable y una atención de calidad para el 59% de las operaciones realizadas en sus 96 agencias a nivel nacional.

En esta perspectiva se ha impulsado la gestión de diferentes plataformas electrónicas, entre las que destacan 116 cajeros automáticos ATM, 480 Agentes Caja Cusco propios, Banca Móvil y Banca por Internet.

Sandra Bustamante Yábar, gerente central de Operaciones y Finanzas atribuye la aceptación de sus productos a la confianza de sus clientes, afirmando que "tenemos una tasa de interés competitiva respecto al sistema de cajas municipales y la banca tradicional, por lo que estamos seguros de que la aceptación y preferencia por nuestros productos está basada en la confianza que hemos logrado generar en nuestros clientes por ser una empresa sólida, eficiente y rentable; así como por la calidad y el buen trato de los colaboradores en nuestros puntos de atención".

CULTURA INNOVADORA

La Caja Cusco reconoce la vital importancia que tienen sus colaboradores en la consecución de sus objetivos, en cuanto a negocios, operaciones y gestión administrativa, por ello la gestión del talento humano tiene una gran importancia para la entidad; se han reforzado las líneas gerenciales con experimentados profesionales dentro de una nueva estructura orgánica, moderna y acorde a las nuevas tendencias ágiles.

Asimismo, promueve la continua capacitación para fortalecer una cultura organizacional de cooperación, innovadora y de trabajo en equipo.

En cumplimiento con los objetivos del plan de expansión sostenible correspondiente al año 2019, que contempla alcanzar la Agencia 100, se inaugurarán nuevos puntos de atención en Lima, Arequipa, Tacna y Cusco, para incrementar su cobertura dentro de las 12 regiones donde opera.

Consecuentemente con el impulso de la innovación, la transformación digital y con el objetivo de mejorar la experiencia de sus clientes y usuarios, Caja Cusco trabaja en diferentes proyectos tecnológicos disruptivos, orientados a mantener una comunicación fluida con sus clientes, entre ellos prepara el lanzamiento al mercado de su App para transacciones desde la comodidad del hogar o negocio, así como el nuevo "Wayki".

John Olivera Murillos, gerente central de Administración, resalta los logros del equipo de Caja Cusco en el desarrollo tecnológico y cultural, revelando que "la aplicación de metodologías agiles para la transformación cultural y digital viene dando sus frutos, nuestra App, y "Wayki", a quien conoceremos en los próximos días, son algunos de los proyectos desarrollados por un equipo de trabajo apasionado, integro y orientado al cumplimiento de los objetivos institucionales".

Eco Caja, la Agenda Verde

Los objetivos comerciales y financieros de Caja Cusco están alineados hacia una Agenda Verde: Ser una empresa sostenible y respetuosa de su entorno y el medio ambiente.

Para ello renueva su manifiesto compromiso con la eco eficiencia: La Gerencia Mancomunada ha lanzado la campaña «Eco Caja» que regalará más de 10 mil bolsas de tela a sus clientes de créditos y ahorros, con el objetivo de contribuir en la lucha contra el plástico de un solo uso en la vida diaria de los peruanos.

Esta campaña se suma a los esfuerzos realizados en esa línea durante las emblemáticas Fiestas del Cusco, durante las cuales se distribuyeron gratuitamente más de 15 mil cajas de cartón ecológico para el expendio del tradicional "Chiriuchu", así como 12 mil bolsas ecológicas y 8 mil gorritas de cambrel que reemplazaron y disminuyeron el uso de tecnopor y plástico.

Además, se instalaron dos Puntos Ecológicos en el centro de la ciudad donde fue posible sensibilizar a la población sobre la importancia del reciclaje, para lo que se distribuyeron monederos de fibra de plástico a cambio de botellas utilizadas, recolectando más de 50 kg. de plástico.

Estos puntos ecológicos fueron luego replicados en diversas festividades en las localidades de Canchis, Calca, Chinchero y La Convención y se prevé su implementación en diferentes festividades en otras regiones.

PROBLEMAS PERSONALES IMPACTAN EN LA GESTIÓN DE ORGANIZACIÓN GENERÁNDOSE UNA MALA ADMINISTRACIÓN

De la crisis personal a la crisis institucional

Por **Janet Mogollón Pérez / LIMA**

© DIARIO CERTEZA

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.

Está comprobado que cuando hay una crisis institucional, hubo primero crisis en las personas que debieron asumir su responsabilidad. Cada cosa en su lugar y cada lugar para cada cosa. Cuando no ocurre eso, estamos ante una crisis generada por el desorden. Lo razonable sería que si un colaborador, cualquiera sea el cargo o responsabilidad, tiene serios problemas, se aparte de la organización hasta solucionar sus conflictos.

Estar ante una crisis organizaciones es un serio problema si no se aplican diversas estrategias para minimizar esa difícil situación que podría derivarse en un riesgo reputacional y afecte a la institución.

Cuando se genera un conflicto se debe aplicar un adecuado manejo de crisis que es el desarrollo de estrategias de solución de conflictos que tienen las instituciones. Si éstos no se solucionan con la debida toma de decisión, pueden ocasionar crisis en la institución. Una mala atención genera siempre problemas con el cliente. Si éstos no se tratan adecuadamente, el incidente se convierte en un tema de reputación negativa para la organización.

Un cliente insatisfecho influye en promedio en cuatro posibles compradores o usuarios. La mala calidad en el servicio al cliente puede tener serias repercusiones en la institución que definitivamente la afectará en el crecimiento e imagen.

De ahí que la "gestión de la crisis" debe transformarse rápidamente en las "relaciones públicas de la crisis". Urge manejar las herramientas básicas de las relaciones públicas para el manejo de crisis que acostumbran a estallar de repente y se extienden con una velocidad sorprendente.

De esta manera, se recomienda que, ante una crisis, se debe actuar inmediatamente para evitar daños en la reputación organizacional. El cliente necesita respuestas inmediatas y la organización está en la obligación de proporcionarla.

Es importante reconocer los tipos de crisis. Cada una es diferente de las otras. El personal especializado debe adiestrar al resto de los funcionarios o ejecutivos, acerca del manejo de crisis. Se requiere un plan de contingencia.

Hay dos tipos de crisis que se pueden presentar en las organizaciones. Están las incógnitas "conocidas" y las incógnitas "desconocidas".
Por ejemplo, es absolutamente posible que ocurran desastres en una cooperativa de corte natural o por falla humana que afecta a la parte material de la organización. Podemos mencionar a los fraudes, actos de corrupción, robo, sustracción de dinero, desviación de fondos, créditos "fantasmas", etc. El peligro es conocido, pero cuándo puede suceder es una incógnita.

Las incógnitas desconocidas son crisis que no pueden ser razonablemente previstas como son los terremotos, inundaciones, terrorismos y otros fenómenos naturales, etc.

Es difícil hacer planes anticipados para crisis de este tipo, pero cuando estallen es esencial reaccionar inmediatamente.

Se debe buscar salvar una situación adversa y darle al cliente moroso, en el caso de cobranzas, las garantías, facilidades y confianza de seguir en la organización.

¿Pero el cliente siempre tiene la razón? ¿Cuándo el cliente no tiene la razón? El cliente no tiene la razón cuando su accionar hace perder dinero a la institución y cuando sus postulados están contra los principios y valores de la persona que lo está atendiendo.

Sin embargo, se debe trabajar duro para ganarse la confianza del cliente. Si la institución no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta, pero ello en el marco de lo correcto.

Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la organización.
El mercado ha cambiado y ahora se trata de captar y retener a clientes que no mantienen "lealtad" con servicios de la institución.

Riesgo reputacional

Uno de los riesgos que muchas veces, casi en la totalidad de los casos, no se le presta una mínima atención, son precisamente los riesgos reputacionales, tan importantes como el operacional o crediticio, pero profundamente más letal.
Es un riesgo estratégico, pero, por ejemplo, cuando una cobranza está mal encaminada, afecta a toda la institución. Por esa razón, cualquier sistema de recuperación va de la mano con el riesgo crediticio en el proceso de análisis del préstamo y en la identificación de los riesgos.
También forma parte del proceso de los controles internos y aún del buen gobierno organizacional. En algunos casos también está relacionado con el uso de las tecnologías de la información y comunicación, metodología crediticia, herramientas de gestión y normas internas de la institución.
En el ejemplo anterior, una mala acción en el proceso de recuperación afecta a la reputación de la institución y por lo tanto a la imagen misma. La imagen es la proyección de la organización hacia sus diversos públicos. Es un activo intangible que tienen las instituciones de finanzas populares y solidarias, y que se constituye en un valor añadido a su patrimonio y utilidades. Es el conjunto de valores y comportamientos de las organizaciones hacia sus diversos stakeholders. Analicemos mejor el proceso de recuperación de un crédito.

COBRANZA
No olvidemos que el proceso de cobranza está implícito en el proceso crediticio en sí. En realidad, es un subproceso, juntamente con la promoción, evaluación, aprobación y desembolso.
El proceso de cobranza no es sólo de un área específica, que si bien debe ser integrada por personal debidamente entrenado para ello. Al igual que el programa de defensa civil, también es tarea de todos. Por eso es por lo que forma parte de los controles internos de una IMF o cooperativa. Urge aprender un nuevo modo de pensar, de analizar y en forma preventiva, de conocer cuáles serán los resultados de los objetivos que se piensa ejecutar. Cada fuente de riesgo para que no afecte al cumplimiento de los objetivos debe tener sus controles efectivos para minimizar los riesgos y cualquier impacto sea disminuido. De no hacerlo, definitivamente el impacto negativo se puede transformar en un siniestro que cueste mucho dinero a la organización.

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

M

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

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

Saludan la realización de la 53ª Asamblea Anual de la Federación Latinoamericana de Bancos que se realizará del 2 al 5 de noviembre en Hollywood, Florida.

Periódicos comprometidos con el desarrollo financiero de América Latina que estarán presentes en esta Magna Cumbre

MicroFinanza
Periodismo líder en América Latina

Certeza
www.certeza.pe
PERIÓDICO GLOBAL DE ACTUALIDAD Y NEGOCIOS
DIRECTOR: César Sánchez Martínez

EXISTE UNA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS FINANCIEROS EN LAS INSTITUCIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA

Fortalecimiento patrimonial urgente para las empresas cooperativas

© FOTO: CENFOBAN

Dennys Alembert Cjumo Ovalle

El haber decidido hace varios años, en enfocar parte de mi vida a trabajar y apostar en el modelo cooperativo, me ha ayudado a comprender de una manera global (como quien visualiza el bosque entero) la problemática real que atraviesan las cooperativas de ahorro y crédito en nuestro país y todo lo que está detrás del telón.

No es necesario ir más allá de lo evidente o querer explorar situaciones pasadas que únicamente llevarán a distraernos y harán que nos perdamos la oportunidad de replantear la estrategia en el momento oportuno, basta con hacer un análisis a los estados financieros y evaluar la evolución y el detalle de sus componentes de por lo menos los últimos 3 años, para darnos cuenta de que el problema principal radica en algunos de los siguientes puntos que a continuación mencionaremos:

La disminución de los ingresos financieros en el tiempo y/o el crecimiento de este disminuye porcentualmente entre periodo a periodo.

Los gastos financieros incrementan, en una razón superior al de los ingresos financieros.

La disminución entre periodo a periodo del margen de utilidad.

El incremento descontrolado de las provisiones por incobrabilidad de créditos, que no es más que el reflejo del deterioro de cartera en el tiempo, materializada en más provisiones.

La carencia de un presupuesto institucional, reflejado en el incremento desmesurado y descontrolado de los gastos administración, que en un 90% vienen a ser por lo general los gastos de personal y los gastos por terceros (proveedores).

Si usted es un gerente o forma parte de los funcionarios evidenciarán en su cooperativa que comparten por lo menos 2 de los puntos descritos.

Es muy probable que vuestra utilidad neta se esté reduciendo o ya se encuentre en situación negativa, comprometiendo al patrimonio y olvidándose por completo que una de las causales de disolución o liquidación de las cooperativas provienen a causa de la pérdida del patrimonio, lo cual pondría en riesgo el dinero de todos los socios.

Del mismo modo si no existe un calce adecuado entre las operaciones activas y pasivas, y no se gestionan de manera adecuada los activos o no se realiza un análisis minucioso de los pasivos, podríamos estar en serios problemas en el mediano y largo plazo.

Considero en ese sentido que las cooperativas deberían empezar a analizar su situación actual y estarían obligadas a replantear su estrategia comercial y consolidar un adecuado sistema de control interno, que garantice la efectividad del cumplimiento de los procesos; porque lo que se ve en la actualidad, en un % interesante del total de cooperativas, es la carencia de estos dos pilares.

Bajo ese panorama deberíamos de pensar en:

• ¿Cómo mejoramos los ingresos financieros o cuanto debemos de incrementar este periodo para mejorar la utilidad?

• ¿Cómo gestionamos de mejor manera los gastos financieros?

• ¿Cómo frenamos el incremento de las provisiones por incobrabilidad y como las reducimos en el corto plazo?

• ¿Cómo gestionamos de mejor manera los gastos de administración sin afectar la productividad de los colaboradores o del equipo comercial?

• ¿Cómo mejoramos el margen de utilidad de la cooperativa?

Entonces, si respondemos con acciones y estrategias todas estas preguntas, estaremos ayudando a mejorar no solo el resultado del ejercicio, sino algo más importante estaremos fortaleciendo el patrimonio de nuestra cooperativa, ya que en el modelo cooperativo el capital social cada vez crece en menos proporción, dado que el grado de aporte por cada socio es mínimo durante el año (promedio S/. 120.00 año).

Recomiendo a todas las cooperativas que enfoquen su gestión en darle tratamiento a dichas preguntas para mejorar sus cifras en el tiempo, del mismo modo recomiendo que trabajen de la mano con toda la parte operativa de la institución, capacitándolos con el único objetivo de sensibilizar el impacto que conlleva un mal otorgamiento de crédito afectando de manera directa los ingresos financieros, el incremento de provisiones, incremento de gastos operativos y perdida de capital; en ese entender sugiero que se incluya la variable provisiones en la determinación de las metas, tanto al Área de Negocios, como al Área de Recuperaciones, buscando siempre que ambas áreas sean autosostenibles.

Según información de la SBS, del 100% del número de las cooperativas de ahorro y crédito inscritas, el 60% (241 Coopac) corresponden a las Coopac del Nivel 1 (Total Activos hasta 600 UIT), el 38% (160 Coopac) corresponde a las Coopac del Nivel 2A (Total Activos > 600 UIT a 32,000 UIT) y 2B (Total Activos > 32,000 UIT a 65,000 UIT) y solo el 2% (10 Coopac) corresponden a las Coopac del Nivel 3 (Total Activos Superiores a las 65,000 UIT).

Solo las Coopac del Nivel 1 en su conjunto asocian en promedio activos totales que fluctúan entre los 350 MM de soles y 500 MM de soles, cifras que deben de tomarse en cuenta, ya que están en riesgo, en la misma proporción los ahorros de cientos de miles de ciudadanos. Es por ello por lo que siempre decimos en cada una de nuestras visitas que las Coopac más pequeñas, están obligadas a equivocarse menos y hacer las cosas de mejor manera, porque al menor descuido el riesgo es severo y la probabilidad de perdida de patrimonio es alta.

CONTACTO:
WhatsApp+51980718472
E-Mail:
dennys.cjumo@cenfoban.com
Web: www.cenfoban.com

LA CORRUPCIÓN FRENA DESARROLLO Y BIENESTAR SOCIAL DE LA POBLACIÓN

Urge cumplir normas de controles internos

© DIARIO CERTEZA

Los actos dolosos frenan el verdadero desarrollo social y afecta a los que tienen menos recursos económicos.

La falta de ética y las prácticas deshonestas en los diversos estamentos de la gestión pública y del sector privado, afectan al desarrollo social y son al mismo tiempo, las más difíciles de ser probadas porque los delincuentes de "cuello y corbata" generalmente nunca dejan pruebas.

Urge entonces hacer cumplir las políticas de controles internos que desde la perspectiva de la administración de riesgos y buen gobierno organizacional son necesarios para el desarrollo nacional.

La corrupción no sólo es un acto inmoral y lesivo a los intereses del país, sino que fomenta el subdesarrollo, analfabetismo, pobreza, desnutrición, delincuencia, desempleo y otros males sociales. Frena el crecimiento económico y el bienestar social de la población.

En el Perú por lo general, la corrupción siempre estuvo ligada a la actividad política, desvirtuando de esta manera, el importante rol que cumplen los partidos políticos en la democracia. Es cierto que algunos malos funcionarios del gobierno central, regional y local han abusado de su autoridad para cometer actos delictivos, pero los hechos dolosos también están presentes en el sector privado, instituciones civiles, organizaciones populares y hasta en grupos religiosos.

La corrupción tiene matices y está en todos los ámbitos.

Está en el juez que recibe soborno de los litigantes, en el chofer que paga coima a la policía, en el profesor que acepta dinero de sus alumnos, en la licitación pública poco transparente y en el periodista que cobra por difundir una noticia. También en el título académico falsificado, en el pastor evangélico que exige ofrendas a sus creyentes para su beneficio personal, en el sacerdote que se apropia de bienes comunales y en los políticos que mienten con promesas falsas para lograr sus objetivos.

Asimismo, en empresarios que pagan para ganar concursos públicos, en adquisiciones sobrevaluadas, en la evasión de impuestos, en los delitos económicos y financieros, y en empleados que roban tiempo y materiales de sus centros de trabajo. La corrupción es casi inherente a nosotros. Hemos crecido con ella y la tenemos cerca de nosotros.

De ahí que la corrupción podría convertirse en una institución. La cultura de "Pepe el vivo" es el modelo de vida de algunos peruanos. El Poder Judicial es casi sinónimo de corrupción, e incluso, hay quienes celebran los "logros" alcanzados. Si queremos que el país cambie empecemos cumpliendo las normas que ya están escritas. El propio Estado para prevenir actos dolosos y evitar escándalos, ha desarrollado estrictas normas de control interno, pero lamentablemente no se cumplen.

Letra muerta

Para muestra un botón. Algunas empresas están en la obligación de tener manuales internos para brindar información sobre transacciones vinculadas con el lavado de activos, pero no cumplen la norma. La obligación es para todas las personas y empresas que desarrollan acciones como compra y venta de divisas, servicio de correo y courier, comercio de antigüedades, joyas, metales y piedras preciosas. También monedas, objetos de arte y sellos postales, préstamos y empeño.

Asimismo, agencias de viajes y turismo, hoteles y restaurantes, notarios y martilleros públicos, y organizaciones que reciben donaciones o aportes de terceros. Por último, servicios de cajas de seguridad y consignaciones, laboratorios y empresas que producen o comercializan insumos químicos que se utilizan para la fabricación de drogas o explosivos, y aquellos que se dedican a la compra-venta o importaciones de armas, materiales explosivos y empresas mineras. ¿Quiénes de estas empresas cumplen la normatividad? Hasta en el fútbol la corrupción está latente con la elección de dirigentes cuestionados o la suplantación de nombres.

En el ámbito del narcotráfico o comercio ilícito de drogas, es importante saber que, según la Unidad de Inteligencia Financiera, el directorio y la gerencia general de las organizaciones son los responsables de implementar sistemas para detectar operaciones sospechosas de lavado de activos o del financiamiento al terrorismo. El incumplimiento de esta norma motiva la observación por parte de la Unidad de Inteligencia Financiera a la organización que no cumpla con la norma, pero todo es letra muerta.

Prevenir ahora para no lamentar después

La aplicación de adecuados controles internos con enfoque de riesgos en la administración pública es vital para reducir actos e intentos de corrupción gubernamental.
Hay crecientes preocupaciones entre empresarios y académicos respecto a la corrupción, especialmente aquellos delitos llamados "crímenes de cuello blanco". Se busca conocer modernas estrategias para detectar delitos económicos y aplicar con antelación determinadas herramientas.

Existen presuntas irregularidades que están desarrollando nuevas y sofisticadas técnicas de corrupción. De ahí la importancia para declarar una lucha frontal contra la corrupción.

Los estudios internacionales revelan que solo el 15% de los actos de corrupción en una organización pública es causada por fraudes cometidos por empleados de nivel bajo, el 20% son realizados por gerentes, directores y funcionarios, y el 65% por ejecutivos o empleados de nivel medio. Según las investigaciones, los delitos inherentes en el Perú son el soborno, malversación, nepotismo, dolo, suplantación, falsedad genérica, robo, defraudación de impuestos y abuso de autoridad.

Las decisiones para sancionar drásticamente los actos de corrupción merecen todo nuestro apoyo, pero no debe orientarse sólo a los corruptos, sino a toda la administración sea pública o privada para que cumplan con los dispositivos que están escritos pero que no se obedecen, como por ejemplo las Normas de Control Interno, Resolución 320-2006 CG, publicada el 3 de noviembre del año 2006. De haberse cumplido esta normatividad basada en los principios de COSO-ERM, difícilmente se habrían cometido irregularidades en los programas de compras estatales, no sólo para evitar posibles actos de corrupción, sino por obliga a trabajar con transparencia en las licitaciones.

Urge que funcionarios y empleados estén informados sobre la aplicación de los adecuados controles internos con enfoque de riesgos para que actúen con diligencia en las siguientes compras estatales y licitaciones públicas, cumpliendo de esta manera con los estándares internacionales que se exigen.

El control interno es un instrumento de gestión que se debe utilizar para proporcionar garantías razonables en el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones. El cumplimiento de estas normas fomentará que las dependencias públicas se administren de una manera más transparente y con mayor eficiencia, redundando en un mayor valor para la propia organización, pública o privada.

Generalmente los actos de corrupción no se generan de la noche a la mañana y tampoco lo realiza una sola persona. Son procesos que toman tiempo y dónde participan dos o más personas.

Si bien es cierto que hay normas que cumplir y procedimientos por hacer, la honestidad debería ser una práctica elemental de las personas. No se requiere rigor para cumplir con las normas. Por ejemplo, si la ley dice que no se debe manejar en estado etílico, no se debería manejar en estado ebrio. Hacer trámites en el Poder Judicial al parecer "cuesta" dinero para agilizar los papeleos.

Los Foros Interamericanos de la Microempresa realizados

CHILE 2015. El FOROMIC se realizó en el Centro de Convenciones "Casa Piedra" en Santiago, la capital chilena. Fue inaugurado por la entonces presidenta Michelle Bachelet y el presidente del BID, el economista colombiano Luis Alberto Moreno.

ARGENTINA 2017. Como es usual, siempre la delegación peruana es la más numerosa. En la foto vemos a David Zea Gutiérrez, Jhony Aurelio Pacheco Medina, Marcelino Encalada Viera y Walter Leyva Ramírez en el Hotel Sheraton de Buenos Aires.

JAMAICA 2016. La cumbre se realizó en la ciudad balneario de Montego Bay. En la foto están algunos directores y gerentes de la Caja Arequipa del Perú entre ellos Wilber Dongo Díaz.

URUGUAY 2010. En la foto se observan a algunos participantes en un almuerzo realizado en Montevideo, la capital uruguaya.

COLOMBIA 2018. Peruanos en el Centro de Convenciones "Puerta del Cielo" en Barranquilla. En la foto están Jorge Solís EspinoZa y José Núñez entre otros.

COSTA RICA 2011. La ciudad de San José, la capital costarricense fue la sede de la cumbre. En la foto están los guatemaltecos Carlos Felipe Tzoc Rosales, Anselmo Agustín Rosales Tzoc y Edgar Agustín Rosales Tzoc.

MÉXICO 2013. La alegre y bulliciosa ciudad de Guadalajara, en el estado de Jalisco, albergó a los participantes del FOROMIC.

COLOMBIA 2018. Los gerentes mancomunados de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, Francisco Salinas Talavera y Darío León Urribarri, juntamente con Manuel Alfonso Ulrich están en Barranquilla.

CHILE 2015. Autoridades de Chile y Jamaica posan en Santiago anunciando el siguiente FOROMIC en Jamaica.

ARGENTINA 2017. Los peruanos Pedro Chunga y Marcelino Encalada participan en la cumbre en Buenos Aires.

Nro.	AÑO	TEMA	CIUDAD	PAÍS
1	1998	(No hubo tema central)	México DF.	México.
2	1999	(No hubo tema central)	Buenos Aires.	Argentina.
3	2000	(No hubo tema central)	Madrid.	España.
4	2001	(No hubo tema central)	Santo Domingo.	República Dominicana.
5	2002	(No hubo tema central)	San Pablo.	Brasil.
6	2003	(No hubo tema central)	Guatemala.	Guatemala.
7	2004	(No hubo tema central)	Bogotá.	Colombia.
8	2005	(No hubo tema central)	La Paz.	Bolivia.
9	2006	(No hubo tema central)	Quito.	Ecuador.
10	2007	El reto de la oportunidad: Financiando emprendimientos.	San Salvador.	El Salvador.
11	2008	Microempresa: Del margen a la inclusión.	Asunción.	Paraguay.
12	2009	Crisis global: Oportunidades locales.	Arequipa.	Perú.
13	2010	Finanzas sociales: Microfinanzas y políticas públicas.	Montevideo.	Uruguay.
14	2011	Acceso e inclusión de pequeños negocios a fuentes de financiamiento.	San José.	Costa Rica.
15	2012	Impulsando el espíritu emprendedor: Hacia soluciones innovadoras.	Bridgetown.	Barbados.
16	2013	El reto de la oportunidad: Financiando emprendimientos dinámicos.	Guadalajara.	México.
17	2014	Finanzas inclusivas: Modelos de negocios para todos.	Guayaquil.	Ecuador.
18	2015	El futuro de la inclusión financiera.	Santiago.	Chile.
19	2016	Creando oportunidades a través de la inclusión financiera.	Montego Bay.	Jamaica.
20	2017	Un impulso a la inclusión financiera.	Buenos Aires.	Argentina.
21	2018	Reinventando la inclusión.	Barranquilla.	Colombia.
22	2019	Reinventando la inclusión (Repite tema)	Punta Cana.	República Dominicana.

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

A pocos días de la Asamblea Anual de la FELABAN

© DIARIO CERTEZA

La cumbre se realizará en el Diplomat Hotel de Hollywood, Florida.

Todo quedó listo para que se desarrolle con éxito 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 y 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 mejores 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 incluye 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.

COMPROMISO DEL SECTOR ANTE LA IMPORTANCIA DEL PACTO GLOBAL DE LA ONU

Defensa del medio ambiente y el desarrollo cooperativo

© DIARIO CERTEZA

Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Para el movimiento cooperativo regional la defensa del medio ambiente es fundamental en el desarrollo de las finanzas populares.

Por esa razón fue clave que la organización hemisférica Cooperativas de las Américas, región de la Alianza Cooperativa Internacional, se adhiera al Pacto Global que patrocina las Naciones Unidas.

Los principios del Pacto Mundial o Global están basados en declaraciones y convenciones universales aplicadas en cuatro áreas:

- Derechos Humanos.
- Medio Ambiente.
- Estándares Laborales.
- Anticorrupción.

Al ámbito de los Derechos Humanos pertenecen los dos primeros principios que dicen:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Los cuatro siguientes corresponden a los Estándares Laborales:

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

También están los referidos a los de Medio Ambiente:

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

El último principio está vinculado al ámbito de la Anticorrupción:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

¿Qué es el Pacto Global?

El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas.

Por su número de participantes, 12,000 en más de 145 países, el Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo.
El Pacto es un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de las corporaciones y los mercados.

Aquellas empresas que se adhieren al Pacto Mundial comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomenten sociedades más prósperas.
Las empresas, el comercio y la inversión son pilares esenciales para la paz y prosperidad. Pero en muchas áreas las empresas están ligadas a serios dilemas, como pueden ser la explotación, la corrupción, la inequidad y otras barreras que frenan la innovación y el espíritu empresarial.

Las acciones empresariales responsables construyen confianza y capital social, al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo y mercados sustentables.

El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria que incluye dos objetivos:
Incorporar los diez principios en las actividades empresariales que la empresa realiza, tanto en el país de origen, como en sus operaciones alrededor del mundo.

ES UNA EFICAZ Y MODERNA HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN FINANZAS POPULARES

Las cooperativas impulsan el desarrollo de Latinoamérica

© DIARIO CERTEZA

Las empresas cooperativas construyen un mundo mejor.

Las cooperativas son muy importantes para el desarrollo económico de los países, razón por la cual, en la actualidad, por iniciativa de las Naciones Unidas celebraron el "Año Internacional de las Cooperativas" y se vive la "Década del Cooperativismo". En el mundo hay muchos casos de cooperativas que son exitosas en los diferentes ámbitos del desarrollo empresarial. El trabajo de las cooperativas es tan impactante que muchas empresas transnacionales son organizaciones cooperativas.

Por eso, bajo el lema, "Las empresas cooperativas construyen un mundo mejor", los gobiernos del mundo en coordinación con las organizaciones cooperativas vienen trabajando diversas estrategias para impulsar el movimiento cooperativo como herramienta de gestión en microfinanzas.

Las cooperativas dan empleo a más de 100 millones de personas en todo el mundo, lo que representa un 20% de lo que aportan las empresas multinacionales en esta materia.

BRASIL

En Brasil, la mayor economía de América Latina, las cooperativas producen el 72% del trigo, el 43% de la soja, 39% de la leche, 38% del algodón, 21% del café y el 16% de la producción del país es producida por las cooperativas y sus exportaciones son superiores a los US$ 1,300 millones.

BOLIVIA

Lo mismo podemos decir de Bolivia donde sola una cooperativa de ahorro y crédito maneja alrededor de la cuarta parte de los ahorros nacionales.

ARGENTINA

En Argentina existen más de 18,000 cooperativas que reúnen a una cifra superior a los 9 millones de miembros.

COLOMBIA

Solamente en Colombia el 10% de la población es miembro de una cooperativa y las cooperativas de salud atienden a un 25% de la población del país. En Colombia una cooperativa de salud es la segunda empresa en el ránking nacional de generación de empleo.

COSTA RICA

De igual manera en Costa Rica, también el 10% de la población es socia de una cooperativa. Por ejemplo, la Caja de ANDE (Asociación Nacional de Educadores) es una cooperativa que agrupa a casi todos los maestros y posee diversas filiales y empresas en todas las regiones de Costa Rica.

URUGUAY

En Uruguay las cooperativas producen el 90% de la leche y sus derivados, el 34% de la miel y el 60% del trigo nacional. En este país oriental, las cooperativas dan empleo directo o indirecto a más de 40,000 personas, cifra equivalente a casi un 3% de la población económicamente activa en el país.

ESTADOS UNIDOS

En los Estados Unidos un 25% de su población es miembro de una cooperativa y existen más de 30 cooperativas con una facturación anual superior a los US$ 1,000 millones. Además, un 30% de la producción agrícola nacional es comercializada a través de más de 3,400 cooperativas activas en todo el país. El cooperativismo supera ampliamente al sindicalismo.

CANADÁ

En ese país, las cooperativas dan empleo a más de 160,000 personas y una de cada tres personas es miembro de una cooperativa. Solo el movimiento Desjardins en Quebec reúne a más de 5 millones de socios.

Radiografía en Europa

Sólo en Europa los bancos cooperativos emplean a más de 700,000 personas. Por ejemplo, en Bélgica hay como unas 35,000 cooperativas y las cooperativas farmacéuticas tienen una participación en el mercado de 19.5%. Lo mismo ocurre en Eslovenia donde las cooperativas agrícolas son responsables del 72% de la producción lechera, 79% de la ganadera, 45% de la de trigo y 77% de las papas. En Finlandia las cooperativas son responsables de la producción de un 74% de los alimentos, un 96% de los lácteos, un 50% de la producción de huevos, 34% de la producción forestal y manejan un 34% de los depósitos en el sistema financiero.

En Polonia las cooperativas producen el 75% de la leche y derivados y en el Reino Unido la mayor agencia de viajes independiente es una cooperativa. Lo mismo se puede decir de Hungría, donde las cooperativas de consumo son responsables del 14.4% de las ventas minoristas de artículos generales y alimentos; mientras que, en Letonia, las cooperativas tienen una participación del 12.3% en el sector de la industria alimenticia y en Moldavia, las cooperativas de consumo son responsables del 6.8% del comercio minorista.

En Noruega las cooperativas producen el 99% de la leche y derivados, las cooperativas de consumo manejan el 25% del mercado, las pesqueras son responsables del 8.7% de las exportaciones nacionales y las forestales tienen una participación del 76% en el sector. Uno de cada tres habitantes del país noruego es miembro de una cooperativa. En Suecia las cooperativas de consumo tienen una participación de 17.5% en su mercado.

Ahora que en la Unión Europea la crisis financiera está afectando la economía, algunos países están reforzando a sus cooperativas. Por ejemplo, en Eslovaquia las cooperativas emplean a más de 75,000 personas y en Francia 21,000 cooperativas dan empleo a más de 700,000 personas.

Asia y África

En el continente más poblado del mundo, también las cooperativas impulsan el desarrollo económico. En India los miembros de cooperativas superan los 240 millones de personas y en Japón una de cada tres familias es cooperativista. En Vietnam la actividad de las cooperativas representa un 8.6% al Producto Bruto Interno.

En Singapur, donde los cooperativistas son 1.400.000, representa una tercera parte de su población. En este país desarrollado, las cooperativas de consumo tienen una participación del 55% en el sector de supermercados y facturan una cifra superior a los US$ 700 millones anuales. Algo parecido ocurre en Corea del Sur, donde las cooperativas agrícolas reúnen a más de 2 millones de productores rurales (un 90% del total) y facturan anualmente una cifra superior a los US$ 11,000 millones. Adicionalmente las cooperativas pesqueras coreanas tienen una participación en el mercado de un 71%.

En Chipre las cooperativas representan el 30% del sector bancario y son responsables de la comercialización del 35% de su producción agropecuaria. Y en Kuwait, las cooperativas de consumo manejan el 80% del comercio minorista del país.

ÁFRICA

Depende de cada país, pero en Kenia una de cada cinco personas es socia de una cooperativa y éstas tienen una participación del 45% en el PBI del país y gestionan el 31% de los depósitos y ahorros nacionales. Además, producen un 70% del café, un 76% de los productos lácteos y un 95% del algodón. En Kenia las cooperativas emplean a más de 250,000 personas.

AÚN ESTÁ EN LA AGENDA PENDIENTE DE LAS ORGANIZACIONES FINANCIERAS

América Latina y buen gobierno corporativo

© DIARIO CERTEZA

Alfonzo Muñoz Canales, experto en temas de riesgos empresariales integrales.

Al auditar a las diversas organizaciones vinculadas con la industria microfinanciera, observamos que el tema del buen gobierno corporativo aún está lejos de aplicarse adecuadamente en la mayor parte de los directorios de las instituciones financieras y microfinancieras.

Para Alfonzo Muñoz Canales, uno de los aspectos fundamentales para el ejercicio básico de la auditoría es que el auditor evalúe adecuadamente la gestión de los riesgos empresariales. Es en ese sentido, que se nota que los directorios aún no son tan claros para emanar los adecuados instrumentos de control y gestión en las organizaciones microfinancieras de América Latina.

Esa realidad se vive especialmente en América Latina, región líder en las microfinanzas mundiales. Si el auditor no sabe identificar en qué procesos están concentrados los riesgos altos, supone también que los directorios no están haciendo bien su trabajo.

¿Cuál es la función de un directorio? Básicamente, en la industria microfinanciera está basado en tres principios que están en diseñar y evaluar los instrumentos sobre la gestión del riesgo, control y gobierno organizacional.

Por ejemplo, desde el gobierno, uno de los aspectos fundamentales del directorio, es fomentar la ética y los valores que las gerencias deben aplicar a las instituciones. El directorio debe emitir las normas, es decir, un código en el ámbito de toda la organización.

Muñoz Canales, revela que el directorio debe verificar la implementación en toda la organización de los instrumentos de gestión. Es decir, comprobar que se está haciendo bien la gestión. En nuestra cultura, el directorio sólo aprueba y luego evalúa la eficacia de esa norma y en qué medida se mitigan los riesgos.

Los directorios deben adecuarse al tipo de cada organización. El directorio no debe hacer gestión, para eso están los gerentes, pero sí aprobar las políticas y luego evaluarlas para saber cómo están caminando.

Sin embargo, en algunas organizaciones, estos principios se resquebrajan y los mensajes llegan distorsionados a los dueños del proceso. Ello se debe a la injerencia del directorio en la gestión.

Otro concepto importante del buen gobierno corporativo es que los directorios deben asegurar la gestión y la responsabilidad eficaz en el desempeño de la gestión. No olvidemos que al directorio le corresponde el control preventivo (aspecto normativo y previos al inicio del proceso). Se debe analizar qué tipo de controles preventivos se deben dar para asegurar el desempeño de la gestión para que sea sostenida en el tiempo. Esos instrumentos de control son necesariamente preventivos y no deben ser solamente correctivos.

Por ejemplo, el control correctivo restituye el daño como un asalto, robo o accidente mediante un seguro.

Pero en el caso de la industria microfinanciera, donde se trabaja con créditos, ¿cómo se restituyen los daños? Alguien diría que, con hipotecas, pero si bien es cierto que las hipotecas son la cobertura del no pago, un socio o cliente que no paga mediante la hipoteca se recupera en algo. Del 100 % de los créditos, sólo el 20% son cubiertos por hipotecas.

No olvidemos que créditos nacen por el análisis de una buena evaluación, si es así, ¿qué tipo de controles se debe aplica? Por supuesto que el control preventivo. Las IMF deben garantizar que sus controles preventivos aseguren la rentabilidad. Los controles no están automatizados porque no se han detectado los riesgos, pero se minimiza, la probabilidad que se presente un riesgo es menor.

En las IMF, hay un 80% de créditos que no están "cubiertos". Se debe identificar a los riesgos en todos los procesos para minimizar el riesgo.

Instrumentos normativos

Para Alfonzo Muñoz Canales, el buen gobierno corporativo es parte de una política de la gestión integral de riesgos. En base a un manual aprobado por el directorio, se debe personalizarse toda la política y gestión en la organización. Asegurarse que esas normas deben estar funcionando en la práctica. Eso es un riesgo del directorio.

El directorio debe evaluar el cumplimiento del instrumento normativo de manera periódica y saber en qué medida el plan operativo y el plan de negocios se están cumpliendo. ¿Qué ocurre si no se están implementando? Sencillamente, se deben identificar los riesgos que se oponen a esa estrategia.

CONTROL DIRECTIVO

El directorio debe aprobar el apetito de riesgo. Es decir, el nivel de riesgo que asume el directorio para cumplir los objetivos. Por ejemplo, aprobar el crecimiento de la cartera. Hay un riesgo alto que es el cumplimiento de la cartera que terminará en el trabajo del analista.

Desde esta perspectiva, se requieren analistas, gestores de crédito y promotores que sean honrados, competitivos y eficientes. Muchos analistas van de organización en organización, migrando en cortos períodos y en la mayor parte de los casos, son los responsables de las irregularidades. Hay analistas que tienen créditos fantasmas, han realizado fraude, tienen cartera morosa y son contratados por cajas, financieras, Edpyme, cooperativa de ahorro y crédito o bancos.

Debe existir una "central" para que los analistas queden registrados. Ellos no están registrados. El analista por muy moroso e irresponsable que sea, siempre saldrá limpio de la institución. Eso es un problema para las organizaciones. Los mismos vicios que cometió en tal institución, también lo hará en las otras donde será contratado. El sistema de cumplimiento de cuotas del analista es un poco perverso, al final por cumplir con las metas no se sabe la calidad de cartera que trae. Se debe incorporar también el tema de la calidad de cartera. No sólo es la morosidad o si el analista está cumpliendo las normas establecidas, sino también se trata de códigos de ética y valores.

A ello hay que agregarle que muchos de esos créditos entregados con una pobre evaluación, contribuirá con la generación sostenible del sobreendeudamiento porque se trata de otorgar créditos a cómo de lugar. Por esa razón, los directorios deben aprobar hasta dónde se debe crecer y hasta cuánto debe perder.

Las aprobaciones de los créditos se hacen en función los antecedentes, registros, etc. Lo adecuado es visitar al emprendedor para asegurar la fuente de repago. Muchas veces y en estos tiempos de bonanza económica, el empresario MYPE sabe que está endeudado, y no lo dice y toma un nuevo crédito. Otros toman créditos simultáneamente, para evitar figurar en una central de riesgos o cuando las instituciones no tienen información en línea.

En el Perú, otra forma que notamos es que la norma de la SBS dice que un cliente no debe estar endeudado en más de 4 IMF, pero algunos sólo tienen dos préstamos, pero por montos mayores. Todas esas políticas de control las debe dar el directorio.

Todos están creciendo y también el sobreendeudamiento. Hay que tener cuidado con ello, porque será un problema más adelante.

LA IMPORTANCIA DE SER UN TRABAJADOR "ENGANCHADO"

Engagement: Cultura de negocio superior

© DIARIO CERTEZA

El éxito de una organización radica en el nivel de compromiso que tiene su capital humano para alcanzar los objetivos y cumplir sus tareas.

¿Alguna vez te has encontrado hablando positivamente de tu empresa, jefe o compañeros? ¿Te sientes orgulloso de tu trabajo y tienes un deseo intenso de seguir haciéndolo? ¿Te has encontrado trabajando horas extras para sacar un pendiente, por gusto? Si tus respuestas fueron afirmativas, en ese caso eres un trabajador "enganchado".

Según Silvia Ahumada, investigadora en asuntos de gestión empresarial, el "engagement" desafía hasta qué punto los empleados, para contribuir a la organización a la que pertenecen, hacen un mejor trabajo del que se les exige. ¿Por qué le interesaría a una empresa contar con personal "enganchado"? ¿Cómo se comportan dentro de la organización los empleados no comprometidos?

El éxito de una organización radica en el nivel de compromiso que tiene su capital humano para alcanzar los objetivos y cumplir sus tareas: trabajar en equipo, utilizar su creatividad y esfuerzo extra, así como en la internalización de los valores de la empresa en el quehacer diario.

Para generar un sentido de "engagement" en tus empleados, es necesario que reconozcas su valor como personas y el valor de su trabajo. Esta situación es de mayor importancia en empleados con dificultades sociales o personales, así como para aquellos que realizan tareas en apariencia "no tan importantes" para alcanzar los objetivos de la organización.

Es por eso por lo que los empleados de la base de la pirámide organizacional, esto es, colaboradores, personal administrativo y de seguridad, analistas, etc., el sentido de "engagement" se presenta en bajos niveles, presentando altos niveles de rotación, pasividad y actitud negativa en el cumplimiento de los objetivos, problemas entre compañeros, ausentismo, desconfianza, entre otros.

Es por eso por lo que consideramos que para que una organización genere ganancias y cumpla con sus objetivos, requiere de la colaboración y compromiso de la totalidad de las personas que laboran en ella, y la vía para lograrlo, es tomando en cuenta sus necesidades, ya sean laborales o personales, valorar su trabajo y fomentar un ambiente y clima laborar positivo, sobre todo de aquellos que no se les reconoce frecuentemente.

Imagínate que el directorio de tu organización te invita a cenar en un restaurante de especialidades exóticas. Tu jefe ordena de menú para compartir contigo escamoles y jumiles (caviar mexicano). ¿Cómo te sentirías?

A diferencia de la cultura organizacional oriental, en occidente nos gusta elegir. Cuanto más nos acercamos a nuestras preferencias, es decir, cuanto mayor sea la vinculación o el encaje, más satisfechos nos sentimos.

El "engagement" es una métrica de desempeño que mide la identidad organizacional que resulta de la vinculación, encaje y compromiso de los colaboradores hacia el entorno y cultura de la organización. Un colaborador "enganchado" está totalmente implicado con la institución en todos sus ámbitos.

El "engagement" refleja entonces la consistencia entre las preferencias y opiniones de los colaboradores alineadas con el entorno, lo que conlleva al aumento del compromiso y satisfacción. El grado de inconsistencia o incompatibilidad entre una persona y su entorno de trabajo puede afectar significativamente su estado emocional y de bienestar, reflejándose en altos índices de rotación, ausentismo y bajo rendimiento en general.

Aunque muchas empresas toman decisiones eficaces para medir el "engagement", lo cierto es que, como toda medida de comportamiento, se dificulta diseñar y administrar acciones de mejora. Para poder medir de forma objetiva se tiene que realizar una clasificación de acciones de mejora documentada.

Por ejemplo: Reconocimiento del talento, desarrollo del talento, comunicación organizacional, conciliación trabajo-familia, capacitación constante, calidad en el servicio al cliente, evaluación de desempeño, integración, etc.

LA AUTORA

Silvia Ahumada es consultora internacional de organizaciones en las áreas de Estrategia y Dirección de Personas, campos a los que se dedica desde 1995 en distintos cargos gerenciales y directivos. Es socio fundador de Ahumada & Partners Consultoría en Dirección de Personas y directora del área de formación y consultoría de "Dirección de Personas" en IEDGE The European Business School.

Dicta cursos, seminarios y talleres a personas y empresas en Argentina, España y México. Silvia Ahumada es Máster en Desarrollo Organizacional por Pepperdine University en Estados Unidos, en colaboración con la UDEM en Monterrey, México. También es autora de numerosos trabajos de investigación sobre psico trading, comportamiento humano y organizacional.

¿Qué es el Engagement?

Engagement es un galicismo que puede asimilarse a compromiso o implicación utilizado en el ámbito de la mercadotecnia, las relaciones laborales y la cultura organizacional que se identifica con el esfuerzo voluntario por parte de los trabajadores de una empresa o miembros de una organización.

En redes sociales, el engagement es el grado en el que un consumidor interactúa con tu marca. El compromiso entre la marca y los usuarios. Esto se basa en crear cierta fidelidad y motivación para que nuestros usuarios defiendan y se sientan parte de la marca, y de esta manera nos refieran nuevos usuarios.

En márketing, la palabra engagement proviene del inglés y su traducción literal es «compromiso». No obstante, el término se utiliza en marketing online para denominar el grado de implicación emocional que tienen los seguidores de una empresa en redes sociales con dicha empresa.

TODO INDICADOR DEBE EVALUARSE PERMANENTEMENTE PARA LOGRAR EL ÉXITO

La calidad de la gestión empresarial en las CMAC

© DIARIO CERTEZA

Walter Leyva Ramírez, director del Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN y consultor internacional en Microfinanzas.

Administrar una agencia de una entidad microfinanciera en estos tiempos de globalización, requiere no solamente experiencia y destreza, sino también un amplio conocimiento y Know how del entorno geográfico, clientes, negocio y colaboradores. El profesor Walter Leyva Ramírez, director del Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN, nos comparte algunos conceptos a vuelo de pájaro.

Hay factores claves para el éxito en la gerencia microfinanciera, que, si se aplican adecuada y correctamente, se tendrá un buen resultado, excepto cuando los factores exógenos alteran la gestión de las agencias de las diversas IMF.

Para Walter Leyva Ramírez, docente de postgrado de la Universidad ESAN, el uso efectivo de recursos con estrategia de crecimiento sostenible, rentabilidad y desarrollo de mercado está en primer orden. Esos indicadores deben evaluarse permanentemente para lograr el éxito en la gestión.

En segundo lugar, está el uso de la tecnología microcrediticia, las políticas, los procesos y los procedimientos adecuados. De ello dependerá también la buena marcha de la agencia.

Luego, la optimización de la estructura de costo, es decir, los bajos costos fijos, los costos directos variables (incentivo a la productividad) se ubican en tercer orden. Para todo responsable de agencia, es fundamental que domine estas áreas.

En cuarto lugar, tenemos la selección del segmento de mercado donde se operará. Saber cuáles son los clientes que tienen capacidad y están dispuestos al pago, otorgar créditos acordes a los ingresos de los clientes y saber el ciclo del negocio.

Sin embargo, hay otros indicadores que se deben tener presente. Los administradores tienen como objetivo convertir sus agencias en oficinas competitivas que coloquen mayores créditos, tengan baja morosidad y la cartera sea buena. Pues, no se trata de colocar por colocar, sino buscando siempre una sana cartera que le permita nuevos y mayores portafolios a futuro.

Pero no siempre las cosas pasan como las hemos previsto. Por ejemplo, ¿por qué la morosidad se incrementa? Walter Leyva ensaya algunos criterios. Primero, porque los administradores de las agencias intentan mantener el crecimiento de la IMF que por cierto es uno de los fines de toda gerencia. Otra causa del incremento de la morosidad se debe a la expansión geográfica que se desarrolla sin una mayor profundidad. También está en el otorgamiento de los créditos no minoristas y en la selección de personal, sin el debido control de riesgos.

Sin embargo, la pregunta es compleja y requiere varias respuestas en función a los análisis realizados.

La respuesta también podría estar en los niveles salariales de las personas, generando una pérdida de la competitividad y, por lo tanto, un impacto en la calidad de la cartera. También está el componente variable de la remuneración que fuerza a una mayor colocación por los beneficios recibidos.

Asimismo, la rotación de los recursos humanos que impactan también en la compra de carteras. Sin embargo, la respuesta también estaría en la falta de soporte para el crecimiento y la expansión, así como en los clientes que cada día tienen mayor conocimiento y poder de negociación. Como hemos visto, según el experto, la causa de morosidad tendría varios componentes. Eso es sólo un aspecto en la administración de una agencia microfinanciera.

Administración efectiva

Entre los principales indicadores para una administración efectiva están:

Maximización de utilidades

• Incremento de volumen de colocaciones.
• Adecuado manejo de la tasa promedio ponderada.
• Calidad de cartera.
• Control de gastos.
• Tasa de rentabilidad: Utilidad / Monto de cartera.
• Sería recomendable calcular la tasa de rentabilidad en función a la inversión realizada en la agencia.

Incremento de clientes y saldos

• Metas adecuadas acorde al mercado.
• Personal comprometido y profesional.
• Campañas de créditos.
• Procesos y políticas flexibles y competitivas.
• Monitoreo constante de resultados.

Incremento de tasas de aceptación

• ¿Los clientes están contentos con el servicio que le ofrecemos? ¿El analista cumple con su rol de asesor?
• Se genera la fidelización del cliente.
• Hay un efecto multiplicador.

Reducción de deserción

La retención de clientes implica:
• Relaciones duraderas y rentables
• Menor esfuerzo en actividades de promoción
• Costos más bajos que captar un nuevo cliente.
• Se debe trabajar un plan de fidelización que comprenda:
• Segmentación de cartera
• Atención y monitoreo constante a mejores clientes.
• Programas o campañas especiales
• Calidad en atención
• Conocimiento de la competencia

Agilización del proceso crediticio

• Medición de tiempos de respuesta
• Analizar etapas que no generan valor
• Revisión de la productividad por analista, tiempo promedio de atención por operación.
• Uso, soporte y apoyo de tecnología.

Control de pérdidas

• Mejorar metodología de admisión.
• Prioridad en la gestión de cobranza
• Medición de analista: cosecha de trabajo (morosidad y castigos)
• Capacitación y control permanente

Gestión de riesgos

• Capacitación y control constante
• Decisiones en base a información
• Cartera diversificada
• Cobro de tasas en función al riesgo
• Comités de crédito y de mora
• Análisis de causas de morosidad / retroalimentación

Análisis de información:

• Cosecha de campañas
• Reporte de morosidad relacionado a número de entidades con las cuales trabaja cliente
• Reportes de mora por excepción
• Reportes de mora por giro de negocio

Diez errores de las microfinanzas

1. Hacer microcrédito sin una perspectiva de masificación.
2. Ofrecer servicios de capacitación y/o asistencia técnica como prioridad.
3. Hacer el microcrédito como el crédito de consumo tradicional.
4. No establecer incentivos adecuados al personal.
5. No tener perseverancia en la realización de controles.
6. Falta de austeridad en los gastos.
7. Operar con tarifas no ajustadas al “mercado”.
8. Realizar un crecimiento a toda costa.
9. Imitar a otros sin analizar la real situación de la IMF.
10. Falta de propietarios con interés en rentabilidad.

Café &

© DIARIO CERTEZA

Asamblea FELABAN
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 en 2018.

Punta Cana 2018
Daniela Sosa Pérez, participante de la Asamblea Anual de la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN) que el año pasado se realizó en Punta Cana, República Dominicana. Ella representa al BCP del Perú.

Banqueros uruguayos
Banqueros y altos ejecutivos uruguayos en la Asamblea Anual de la FELABAN, entre quienes están: José René Rodríguez (Banco Trabajo), Roberto Borrelli Marchi (gobernador de Uruguay) y Mariano de Larrobla (Estudio Larrobla y Asociados).

FELABAN 2016
La Asamblea Anual de la Federación Latinoamericana de Bancos de 2016 se realizó en la capital argentina de Buenos Aires. En la foto observamos al peruano Giorgio Trettenero Castro, secretario general del gremio bancarios.

Alto vuelo
Jorge Guillermo Solís Espinoza, presidente de la Caja Huancayo y past presidente de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, con Silvia Pavoni, editora de la revista The Banker de propiedad del The Financial Times.

Banco panameño
Alexis Bethancourt, Elia Rodríguez y María Fernanda Langman, representantes del Banco General de Panamá, institución financiera con corresponsales de diversos bancos de América Latina y los Estados Unidos.

& Negocios

Premio Citi 2018
El gerente central de Negocios, Wilber Dongo Díaz y el gerente central de Finanzas y Planeamiento, Ramiro Postigo Castro, junto al director Carlos Domingo Cano Núñez con las ganadoras del Premio Citi a la Microempresa.

Experiencia en Burós
Consultores en Microfinanzas, entre ellos Abel Chávez Espino y Jhon Robert Sarmiento Tupayachi, ambos con amplia experiencia en buros informativos y estrategias innovadoras de evaluación de clientes.

Caja Maynas
José Luis Alegría Méndez, presidente de la Caja Maynas; y Lorena Armas Cueva, jefe de Tesorería de la Caja Trujillo; y Ricardo Augusto Velásquez Freitas, gerente central de Finanzas y Captaciones de la Caja Maynas.

CADE 2018
Participantes de la CADE Ejecutivo 2018 que se realizó en Paracas. Están de izquierda a derecha: Jimena Becerra (Pacífico Seguros), Erick Stewart (Seguros La Positiva), Sergio Pestana (Pacífico Seguros) y José Tudela.

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.

Lavado de activos
Walter Nieri Rojas Echevarría, gerente central de Negocios de la Caja Cusco, participando con otros expertos en el Congreso Internacional "Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo" que organizó la Asociación de Bancos del Perú.

cajapiura.pe

PRÉSTAMO PERSONAL

MEJORA TU VIDA Y TODO A TU ALREDEDOR

OBTÉN TU PRÉSTAMO RÁPIDO Y FÁCIL

y si estás al día en tus pagos, participas por increíbles premios:

3 CAMIONETAS, 5 MOTOTAXIS, 5 MOTOFURGONES, 12 PAQUETES DOBLES TURÍSTICOS NACIONALES Y

+ DE 1500 ELECTRODOMÉSTICOS

CAJA PIURA
Tu oportunidad es ahora

Información sobre tasas de interés, comisiones y gastos en: Tarifarios de la red de oficinas y en www.cajapiura.pe, conforme a Res. SBS N° 3274-2017, Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero. Información sobre términos y condiciones del sorteo en www.cajapiura.pe.