CAJA
MAYNAS
Cree en ti!

GERENCIA MANCOMUNADA SUPERA UTILIDADES PROYECTADAS ESTE AÑO

Año del despegue

Este 2018 será el año del despegue de la Caja Maynas, según los integrantes de la Gerencia Mancomunada. Los tiempos difíciles ya están pasando y ahora, mediante una política de expansión sectorizada, y la elaboración de un adecuado plan estratégico, se busca fortalecer a la institución en la región Loreto, donde es una empresa líder, como también en otras regiones del país.

Ricardo Augusto Velásquez Freitas, gerente central de Finanzas y Captaciones.

FINANZAS

Ricardo Augusto Velásquez Freitas, Gerente Central de Finanzas y Captaciones revela que de acuerdo a los estados financieros de la Caja Maynas, al mes de agosto de este año, se muestran rendimientos importantes, especialmente en el tema de la utilidad neta por más de 4 millones de soles, pero lo más importante es que se han incrementado los ingresos financieros, reduciendo al mismo tiempo los gastos financieros y las provisiones, lo que indica que están en una buena posición con respecto a los meses anteriores.

El alto ejecutivo afirma que se está gestionando eficientemente la cartera de créditos.

Eso significa que el ratio del capital global está en casi 17% con un margen financiero del 79%. Estas cifras revelan que hay oportunidad de crecimiento y el desafío está en transformar el escenario económico para augurar mejores tiempos.
Al final del período se espera alcanzar los 7 millones de utilidades. Considerando los tiempos difíciles que vivió y aún vive el país, especialmente la región Loreto, aún por los factores exógenos que afectó a la región loretana.

Debido a la situación difícil, este año la estrategia fue diferente.

Se buscó un crecimiento de la institución hacia afuera con muy buenos resultados.

Precisamente, las últimas 6 agencias creadas en los últimos dos años ahora están dando sus primeros frutos.

La tarea en la actualidad es "optimizar" lo mejor que tienen elaborando el nuevo Plan Estratégico que permitirá rediseñar toda la cultura hacia la mejor atención al cliente.

Para eso están trabajando temas de acercamiento al cliente, mejor trato y atención más rápida.

Toda esta estrategia sobre el buen trato al cliente ha generado la elaboración de un plan que va desde los recursos humanos, aprendizaje, conocimiento, capacitación.

También mejorar la parte operativa de la institución y los procesos de la caja y ver el tema de los gastos financieros que les permita llegar a una mayor rentabilidad en los próximos años.

Ricardo Velásquez es Economista y fue director de la Caja Maynas por COFIDE cuando se apostaba mucho por el crecimiento regional.

Oscar Mercado Alza, gerente central de Administración.

ADMINISTRACIÓN

Para el Gerente Central de Administración, Oscar Mercado Alza, es satisfactoria la forma cómo se viene trabajando en la Institución, dado que el propio Directorio, después de haber fijado políticas de un buen gobierno corporativo, viene aplicándolas y fomentándolas. Esto ha llevado a que la Gerencia Mancomunada presente un nuevo enfoque estratégico que permitirá lograr un crecimiento sostenible y seguro los próximos cinco años. Dentro de este contexto lo más importante es poder trabajar con la libertad necesaria dentro el núcleo mancomunado. "Hoy por hoy estamos impulsando las razones claras del ¿para qué están los colaboradores en la Caja Maynas?, es decir nos estamos focalizando en generar la toma de consciencia y el buen manejo en gestión de las emociones. Se busca que el colaborador de la Institución se sienta realmente feliz; queremos que nuestros colaboradores sean íntegros, conscientes, auténticos y coherentes con lo que piensan, dicen y hacen; queremos que crean que son los mejores; por ende es importante interiorizar en cada uno de ellos nuestro slogan que dice: cree en ti", afirma el Gerente de Administración.

Estoy convencido que la Caja Maynas en los próximos años marcará la diferencia con lo que ahora es y tiene; con lo que desea hacer y tener.

Actualmente estamos fortaleciendo la gestión del talento humano y hemos comenzado por la gestión por competencias necesarias para cada colaborador, evaluándolas con la finalidad de fortalecerlas. Nuestro plan de capacitaciones se centra en dos líneas claves de acción que es la gestión Negocios y el otro en Liderazgo Transformacional. "Ya tenemos un primer grupo de gerentes de agencias que han realizado una especialización de Microfinanzas en la Universidad ESAN y el otro grupo viene capacitándose en temas de liderazgo por una escuela especialista en esta disciplina y conceptos; cabe precisar que estas temáticas son parte de la generación de una cultura de trabajo y se despliega en otros programas y/o talleres con características propias para cada proceso de cambio y recae en todos los niveles de la Caja", argumenta Mercado Alza.

Hoy el Directorio, la Gerencia, los funcionarios y todos los colaboradores de la Institución venimos elaborando un nuevo plan estratégico 2019-2023 que permitirá lograr el cambio trascendental que se desea. Esto lo llamamos "la hora de reinventarnos". Buscamos lograr una transformación del ser para poder hacer y lograr tener, con el propósito de tener la eficiencia, calidad de servicio y reducción de costos esperados.

Nos estamos orientando en dos líneas estratégicas: la primera que va por la excelencia operacional y la segunda en consecuencia de lograr una mayor intimidad con nuestros clientes. Nuestro reto principal es lograr una clasificación de riesgos "B" y para esto, como lo mencioné; no se podrá hacer mucho si no comenzamos con las personas que hacen que las cosas cambien haciendo que en paralelo los procesos también cambien. La base principal es sembrar nuevos pensamientos y creo que habiendo pasado esta etapa el efecto será el ideal: fortalecer la transformación digital, que es de lo que hoy tanto se habla.

Para los próximos años estamos planificando en tener un nuevo software financiero de última generación. Estamos evaluando que la base d esta aplicación sea a través de un enfoque de gestión de procesos adaptativos inteligentes, es decir a través de una suite Business Process Management (BPM). Ya en el tiempo les estaremos dando las novedades de este proyecto.

Asimismo, dentro esta misión de reinventarnos hablamos de que la CAJA MAYNAS debe tener presencia en nuevas zonas y esto se traduce en un nuevo plan de expansión es así que para el próximo ejercicio esperamos tener unas diez nuevas agencias. Es un reto y conceptuamos que no es imposible; cabe precisar que nuestra meta para el 2023 es registrar una cartera de 1,000 millones de colocaciones, lo que supone que este lustro será un marco referente para su desarrollo.

Precisamente la Caja Maynas es una de las Instituciones que menos agencias aperturó en la última década dentro del sistema, hoy nuestros ratios de gestión, los resultados económicos y el buen gobierno corporativo nos avala a no tener ningún inconveniente a que la Superintendencia de Banca, Seguros, Administradoras de Fondos de Pensiones y Cooperativas, nos autoricen dichas aperturas.

Finalmente estamos mentalizados en que nuestro éxito es para los que creemos lo que podemos hacer y que la mejor forma es haciéndolo a través de hechos; La Caja Cree, Crea y Crece; ¡¡¡y vamos por más!!!
Oscar Mercado, es Ingeniero de Sistemas; cuenta con especializaciones de alta gerencia, planificación, gestión de procesos y calidad, además registra certificaciones internacionales de coaching ejecutivo, neurolingüística y en resolución de problemas de manera creativa.

Edgar Berrocal Vargas, gerente central de Créditos.

NEGOCIOS

El Gerente Central de Créditos, Edgar Berrocal Vargas, afirma que para que la institución sea más competitiva están incluyendo más tecnología en el proceso de admisión, seguimiento y cobranzas de los clientes. La mayor tecnología les permite llegar también a una mayor cantidad de usuarios en el menor tiempo y con menores costos, que a la larga es una ganancia de eficiencia, lo que también significa ganar rentabilidad en estos tiempos. En el proceso de evaluación de prospectos, definitivamente les interesa conocer la trayectoria del cliente y sus proyecciones futuras. Para alcanzar esos objetivos desarrollan varios métodos y modelos predictivos, utilizando los scoring de las centrales de riesgos, pero también usan información interna de la Caja Maynas. De la amalgama de esa información y otras metodologías pueden predecir el comportamiento del pago del cliente con bastante precisión, y eso permite que las posibilidades de no pagar se reduzcan. Sin embargo, estos modelos se van perfeccionando diariamente, incorporando las nuevas incidencias, haciendo que el modelo sea exitoso.

Por ahora se están mejorando los diversos productos, de manera que el cliente reciba un producto mejorado y se sienta satisfecho. También están ampliando la red de atención. Son la empresa líder en Loreto con cinco agencias y más de 30,000 clientes. En total tienen 40 puntos de atención en todo el país, de las cuales 19 son agencias propias. En Loreto son los líderes con más del 60% del mercado, situación que los motiva a estar más cerca del cliente con más agencias, mayor cantidad de cajeros corresponsales, banca móvil e internet, de manera que ellos sepan que están al lado suyo, generando una fuerte lealtad por parte de los clientes. En la actualidad están desarrollando una agresiva política de expansión que les permita reforzar lugares estratégicos donde la Caja Maynas tenga una mayor presencia, específicamente el oriente y centro del país. Edgar Berrocal Vargas, Economista y Magister en Finanzas considera que el proceso de expansión debe contemplar las zonas emergentes, comerciales y populosas. Por ejemplo, en la región Callao, en el estudio están Ventanilla, Ciudad del Pescador, Mi Perú y otras zonas de la región de Lima, que han crecido de los años setenta como los barrios populares. Como ellos son líderes en la región de Loreto, están considerando reforzar las regiones de San Martín y Ucayali. La idea es reforzar la relación con el cliente de esas zonas. Asimismo, para cubrir toda la zona aledaña a los ríos usan como base la oficina que está en Requena y mediante su lancha-oficina "El Nanito", pasan de pueblo en pueblo bajo el proceso de visitación y colocación que demanda una alta inversión necesaria para promover la inclusión financiera. Los costos son altos: sólo el motorista cobra 200 soles por día, el galón de combustible cuesta 15 soles, una hora consume entre 3 y 4 galones. Es decir, estar toda una mañana se consume como 30 galones que en dinero suman como 400 soles, más el costo del motorista, ya sobrepasan los 600 soles. A ello hay que agregarle las horas-hombres de los analistas, representa que un viaje corto tenga un costo de casi 3,000 soles, de tal manera que el gasto operativo es considerable, pero vale la pena con tal de lograr la inclusión financiera de la región.

AL CELEBRARSE 31 AÑOS, FORTALECERÁN LA ZONA DEL TRAPECIO AMAZÓNICO-ANDINO

José Luis Alegría Méndez, presidente de la Caja Maynas.

Crecimiento garantizado

La Caja Maynas, una institución que tiene 31 años en el mercado peruano ha vivido dos "momentos". El primero se refiere a los primeros 15 años de institucionalidad, donde la organización buscó el horizonte y la visión que como entidad financiera debió focalizarse.

La segunda etapa son los últimos años donde se tiene muy en claro cuál va a ser la meta de la Caja Maynas, sostuvo el Presidente del Directorio de esa entidad financiera, José Luis Alegría Méndez.

Si bien está entre las cinco cajas con menores activos, ocupa el noveno lugar en el ranking de las cajas municipales de ahorro y crédito, el presidente cree que con la nueva visión y esfuerzo que tiene, con el apoyo de la gerencia mancomunada, directorio y junta general de accionistas, los próximos años serán tiempos de consolidación.

En la actualidad están trabajando el plan estratégico, la mejora de la clasificación en las centrales de riesgos y también la mejora de los saldos de colocaciones. También están creciendo en eje denominado "trapecio amazónico-andino", de tal manera que tienen asegurado un crecimiento para los próximos años de la Caja Maynas.

En torno al socio estratégico, el presidente afirmó que ese tema aún no lo ven cercano. El primer paso que realizarán es analizar cuál es su posición. En el Plan Estratégico que están elaborando y que debe ser aprobado en los próximos meses está definir esa situación y buscar el valor que requieren. Por ahora el enfoque es fortalecer la organización.

Poseen créditos subordinados mínimos. Básicamente sus colocaciones se sustentan en sus captaciones. Por ahora no necesitan adeudados, de tal manera que poseen el mejor ratio de capital global. Después de la Caja Trujillo tienen el mejor ratio que los empodera como la mejor caja. Eso les permite tener solidez en cuanto a su ofrecimiento.

Por esas razones no es el momento de tener un socio estratégico, e incluso, a juzgar por uno de los expositores del XI Congreso Internacional de Microfinanzas que se realizó en Iquitos, estos tiempos no son los adecuados para tener un socio estratégico.

Sin embargo, reconoce que hay cajas que tienen todo el empoderamiento y que sí están en condiciones de tener un socio estratégico. Tampoco descartan esta posibilidad en el futuro.

El crecimiento sí es posible para la Caja Maynas en corto plazo. Al mes de agosto de este año, ha crecido en más de 25 millones de soles con respecto al saldo del mes de diciembre del año pasado. Buscan cerrar este año con aproximadamente 400 millones de soles en colocaciones que va a significar un crecimiento de más de 50 millones de soles en el año. En realidad, aspiran a crecer entre un 6 y 7 por ciento de la cartera. En el tema de captaciones están buscando alinearse a los saldos de colocaciones. Es decir, cuánto más colocaciones tengan, mayor será el número de captaciones. De tal manera que el ratio de depósitos se mantenga dentro de los niveles que establecieron ante la Superintendencia de Banca, Seguros, Administradoras de Fondos de Pensiones y Cooperativas.

Para el presidente José Luis Alegría Méndez, la Caja Maynas es una marca ya posicionada. Este año tendrán 20 agencias y más de 40 puntos de atención, lo que representa una solidez.

Apuntan básicamente a su nicho natural que es la "Amazonía Andina", donde precisamente en noviembre se inaugurará la agencia Nro. 20 ubicada en Aucayacu que está entre Tingo María y Tocache, zona que antes tenía mucha presencia de cultivo de coca, pero ahora existen cultivos alternativos. Precisamente, están apoyando a cientos de agricultores de cultivos alternativos en diversas zonas de la Amazonía que producen cacao y café.

"Queremos entrar a ese nicho. Ya tenemos una oficina en Tocache que está resultando bastante atractiva a pesar del poco tiempo que tiene. Además, operan en Pillco Marca que está cerca de Huánuco y que también está dinamizándose. Eso significa que la marca se ha posicionado en el colectivo de la población.", afirma el Presidente del Directorio.

Por ahora vienen desarrollando un gobierno corporativo donde la gerencia y el directorio estén alineados. La gerencia mancomunada se ha fortalecido con la presencia del nuevo Gerente de Administración. También el directorio ha mirado el futuro de la Caja Maynas con total responsabilidad y cubriendo la falta de un representante. Con los seis directores han llegado al convencimiento que con el esfuerzo y dedicación que le deben brindar a la Gerencia Mancomunada, lograrán los objetivos planteados.

MERCADO LIMEÑO

Con respecto al mercado limeño, aunque por ahora no es la prioridad, buscarán fortalecer su presencia que tienen en el Callao (Centro Comercial Minka). El plan de expansión priorizará en trapecio amazónico-andino. Están considerando salir de Minka y migrar a otra zona del Callao más emprendedora como Ventanilla o alguna zona más comercial como la Av. Colonial.

Están buscando los distritos más comerciales de Lima para incursionar en el futuro, precisamente donde haya poblaciones de la región en la capital. En cartera están Ventanilla (Callao), Ate (Lima) y otros de la zona de Lima Norte.

AMAZONÍA

Por ahora están fortaleciendo su región natural, como San Martín, donde operarán en el distrito de Morales, cercano a Tarapoto y Shilcayo que es otro distrito de la zona. Ya tienen Moyobamba, Yurimaguas, etc. Primero es su zona, por ejemplo, la zona de Iquitos representa casi la mitad de la cartera de colocaciones. Otras ciudades atractivas son Huánuco, Tingo María, Aguaytía, Pilcomarca, Tocache, etc. Por ahora son los líderes en las regiones de Loreto, Ucayali y San Martín. Tienen agencias informativas en Amazonas y Cajamarca, donde harán inclusión financiera.