

GONZALO BEGAZO: CINEPAPAYA SE VENDIÓ EN 'BANCARROTA'



FINANZ@S

PORQUE LAS FINANZAS NO SOLO SON PARA EXPERTOS

**RADIOGRAFÍA
DE LAS CAJAS
MUNICIPALES**

**COBRANZA
VÍA ROBÓTICA
CON BIOMETRÍA
DE VOZ**



LA BILLETERA MÓVIL

S/ 12.00



Año 1 No 5
Marzo-Abril 2017

Director: Oscar González Estrada

UN NUEVO PRODUCTO DE
Gan@Más
Revista para emprendedores

- EL BANCO COOPERATIVO DE ESTUDIANTES QUE DIRIGE UN NIÑO DE 12 AÑOS •
- "EN EL SECTOR INMOBILIARIO SE PUEDE GANAR DINERO SIN COMPRAR INMUEBLES" •

1^{ER}

CONGRESO LATINOAMERICANO DE CRÉDITO Y COBRANZA

PROGRAMA:

- Conferencia 1: "Balance y Perspectivas del Sistema Financiero Peruano"
- Conferencia 2: "Mejores prácticas en la Industria del Crédito y Cobranza en Latam"
- Conferencia 3: "Los desafíos de la 'Uberización' en la oferta de crédito"
- Conferencia 4: "Buenas Prácticas en el Ciclo del Crédito"
- Conferencia 5: "La Era Virtual para los ejecutivos de Crédito y Cobranza"
- Conferencia 6: "Cobranza Vía Robótica con Biometría de Voz y Cálculo de Probabilidad de Pago"

ORGANIZAN:



SPONSORS:

PLATINO

ORO



AUSPICIOS INSTITUCIONALES:



Persona de contacto:
Patricia Romero, Gerente General de Gan@Más
Correos:
patriciaromero@revistaganamas.com.pe / eventos@revistaganamas.com.pe
Teléfonos: +51 1 7055564 / RPM: +51 995818603

SOL DE ORO HOTEL & SUITES
CALLE SAN MARTÍN 305,
MIRAFLORES
LIMA, PERÚ

17 DE MAYO DE 2017

EXPOSITORES



CAMILO ECHEVERRY CUBILLOS
GERENTE DE COBRANZA CARTERA
DE CONSUMO EN BANCO DE
OCCIDENTE



MARTÍN NARANJO LANDERER
GERENTE GENERAL DE FINANCIERA
CONFIANZA



ENRIQUE VITAR FAJRE
GERENTE DE COBRANZA
LA POLAR



JUAN PABLO KARMY VALDERRAMA
GERENTE GENERAL
DE CROSSNET



FLAVIO COVACICH
GERENTE DE INTELIGENCIA
DE NEGOCIOS, BECLEVER



RAMÓN HEREDIA
DIRECTOR DE DIGITAL
BANK LATAM

14 INNOVACIÓN

Bartelana: El Banco Cooperativo de Estudiantes que dirige un niño de 12 años

El proyecto consiste en brindar alimentos, útiles escolares, o microcréditos, a cambio de objetos que contaminan el medio ambiente.

26 TRANSACCIONES

Cuatro buenas razones para utilizar los cajeros automáticos

Este es uno de los canales más utilizados por los clientes y público en general, según El Consultorio Financiero de Mibanco.

32 MERCADO DE CAPITALES

Emisiones de bonos soberanos siguen dinámicas

Estas operaciones ayudan a mejorar el perfil de deuda del país a través de la mayor participación de la moneda local en el portafolio de la deuda pública y a plazos más largos.

34 OPINIÓN

¿Qué puede aprender la banca tradicional de las fintech?

La colaboración con el sector Fintech puede promover la modernización de los bancos, pero deben existir regulaciones apropiadas que faciliten este relacionamiento.

44 FINANZAS

¿Cómo administrar tus finanzas en la etapa inicial de tu negocio?

Mientras más capacidad de pago tengan, mejores serán los créditos y no solo el monto, sino la tasa de interés que las entidades financieras pueden cobrar.

50 DATOS FINANCIEROS

Asobanca lanza plataforma sobre el sistema financiero latinoamericano

DataLab Asobanca es un Sistema de Inteligencia Financiera que provee datos y estadísticas del Sistema Bancario y Financiero de Ecuador e indicadores de otros países de la región.



10
ENTREVISTA
Carolina Trivelli



22
ENTREVISTA
Mario Esquivel



18
OPINIÓN
Alejandro Magdits



36
NEGOCIACIONES
"Cinepapaya se vendió en bancarrota porque no tenía oxígeno"



20 FONDO PRIVADO DE PENSIONES
La caída de las acciones de Graña y Montero y las AFP



28
OPINIÓN
Paulo Pantigoso



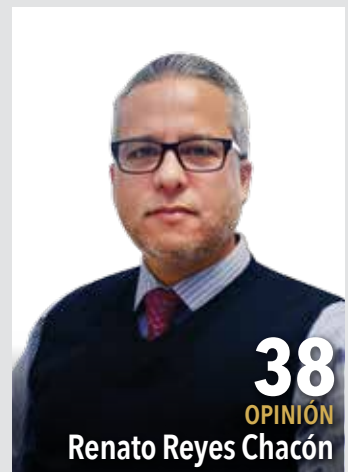
16 ENTREVISTA
Renzo Zapata



42
MICROCRÉDITOS
Créditos que cambian vidas



24
OPINIÓN
Enrique Vitar Fajre



38
OPINIÓN
Renato Reyes Chacón



Oscar González Estrada
 Director
 ogonzalez@revistaganamas.com.pe
 @OscarGonza23

“EL GOBIERNO TENDRÁ UNA GRAN OPORTUNIDAD DE HACER MEJOR LAS COSAS EN LA ETAPA DE RECONSTRUCCIÓN”.

REPROGRAMARÁN DEUDAS DE DAMNIFICADOS

La situación que está viviendo el país nos agarró desprevenidos a todos, y en especial al Gobierno. No estuvimos preparados para prevenir los estragos que están ocasionando las intensas lluvias, desbordes de ríos y huaycos en gran parte del país. Algunos pueden decir que el “Niño Costero” es un fenómeno distinto al Niño Tradicional y era difícil advertirlo, pero lo que estamos viendo muestra que no se implementaron medidas de prevención y contingencias de desastres.

Los daños ocasionados por los fenómenos naturales serán cuantiosos, en número de damnificados, carreteras destruidas, hectáreas de cultivos perdidas, comercios afectados, como el turismo, agroexportaciones, etc. Hay estimaciones que dan cuenta de que los daños superarán los S/ 3,000 millones y el impacto en el PBI será de una caída superior a un punto, aunque esto último dependerá de la reacción que tenga el Gobierno en todas las obras de reconstrucción que serán necesarias cuando pase la emergencia.

Se debe destacar la solidaridad y la ayuda humanitaria que están demostrando la mayoría de peruanos y muchas empresas, estos momentos de emergencia y destrucción nos han unido para colaborar y apoyar a los que necesitan y algo que debería quedar grabado en todos es ver el gran valor que tiene el agua y cuidarla haciendo un uso racional.

También se debe resaltar las medidas que están adoptando algunas instituciones como la Sunat y las entidades financieras para aliviar los compromisos de los damnificados. Así los bancos que pertenecen a ASBANC reprogramarán las obligaciones crediticias a los clientes afectados para evitar el deterioro de su clasificación crediticia. Los plazos y condiciones de estas reprogramaciones serán establecidos por cada uno de los bancos asociados a sus clientes que estaban al día en sus pagos. Las cajas municipales aplicarán similares facilidades.

Luego de la emergencia quedará un gran trabajo por desarrollar en las etapas de rehabilitación y reconstrucción de las zonas afectadas. Esperemos que no se repitan las malas experiencias ocurridas con el terremoto de Pisco y otras desgracias. El Gobierno tendrá una gran oportunidad de hacer mejor las cosas en la etapa de reconstrucción. +

» Director: Oscar González Estrada » Comité Editorial: Enrique Vitar Fajre • Juan Arroyo • Carlos Urrunaga » Colaboradores: Alejandro Magdits, Enrique Vitar, Paulo Pantigoso, Renato Reyes » Gerente General: Patricia Romero (patriciaromero@revistaganamas.com.pe Celular: #995818603 » Fotografía: José Quintana » Impresión: Lettera Gráfica » Correo Redacción: redaccion@revistaganamas.com.pe » Revista editada por: Comunic@mas SAC - Lima - Perú - Av Fray Luis de León 515 Of. 206 - San Borja » Central telefónica: 705-5564
 Las opiniones de los columnistas son puntos de vista personales y no expresan necesariamente las de +Finanz@s

Costos de las transferencias interbancarias

Si bien las transferencias interbancarias en el Perú no son tan elevadas como en otros países, la comisión que los bancos cobran por enviar fondos a “otra plaza” puede llegar hasta S/ 227,5 (US\$ 69,7).

El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) explica que analizando otros países de la región, en Argentina y en Chile las transferencias interbancarias vía CCE (Cámara de Compensación Electrónica) no tienen costo para un cliente. En Brasil y en Colombia cuesta entre US\$ 2,5 y US\$ 5 si es por ventanilla, y alrededor de US\$ 2,5 si es por un medio electrónico.

Por su parte, en Perú cuesta alrededor US\$ 1,2 por ventanilla y US\$ 1,1 si es electrónicamente mientras que en México, US\$ 1,5 si es por ventanilla y US\$ 0,2 por un canal electrónico. Sin embargo, en Perú se cobra una comisión por transferir fondos interbancariamente a cuentas en “otra plaza”, la cual puede llegar hasta US\$ 69,7, y constituye una práctica inusual en la región. +

COMISIONES POR TRANSFERENCIAS VÍA CCE (EN US\$)

País	Presencial	Electrónico
Argentina	0.0	0.0
Brasil	4.9	2.6
Colombia	2.8	2.3
Chile	0.0	0.0
México	1.5	0.2
Perú (Misma plaza)	1.2	1.1
Perú (Otra plaza) 1/	5.3-69.7	4.9-69.7

Fuente: BCRP

Perú es referente en reducción del efectivo

FELABAN recientemente elaboró un estudio titulado “Reducción del efectivo: tendencia, hechos estilizados en América Latina y experiencias internacionales”. Según el documento, el Perú es un referente en la reducción del efectivo, puesto que, los principales indicadores que lo miden en el país, presentan una expansión interanual con una tendencia decreciente.

El informe resalta que los beneficios de la reducción del efectivo superan sus costos y en cuanto a las dificultades, éstas pueden ir desapareciendo con un entorno macroeconómico sólido y un trabajo conjunto entre el Estado y el sistema financiero. De lograrse esto en el Perú, se crearía un escenario idóneo que podría reducir las actividades ilegales, la informalidad y la delincuencia, además de mejorar la inclusión y la educación financiera, destacó Asbanc. +

La Tecnología Cognitiva para mejorar la atención de clientes

Es importante destacar que el BCP, como parte de su estrategia de transformación digital viene desarrollando una estrategia de Inteligencia Artificial y Tecnología Cognitiva a fin de ofrecer a sus clientes mejores y más eficientes experiencias.

Arturo Johnson, gerente de Área de Canales Alternativos del BCP, explicó que tanto la inteligencia artificial como la tecnología cognitiva permiten a las computadoras aprender para resolver problemas con cada interacción que sostienen con un usuario.

En ese sentido, el Banco presentó a Arturito BCP, el primer chatbot del sistema financiero peruano que atiende consultas financieras a través de Facebook Messenger. Johnson detalló que Arturito BCP es un canal seguro para realizar consultas, pues cuenta con un proceso de validación sencillo y efectivo, que consiste en el envío de un código de seguridad al teléfono móvil o correo consignado en la base de datos del BCP. +



Cuidado con el destino de los fondos retirados de las AFP

Es importante analizar el destino al que se están dirigiendo los recursos retirados por los afiliados, tanto por quienes al cumplir los 65 años retiran hasta el 95,5% de su fondo, como por los que usan el 25% para la cuota inicial o amortizar un crédito hipotecario. Según encuestas realizadas por las propias AFP, el 10,8% de esos fondos se invertiría en productos financieros; el 45,5%, en un negocio; y el 13,4%, a pagar deudas. Para el BCRP, ello podría conllevar a futuras presiones sociales para cubrir las demandas de aquellas personas jubiladas que, luego de retirar el 95,5% de su fondo de pensiones, hayan malgastado y/o perdido sus fondos.

En ese sentido, el ente emisor sostiene que se debe tener presente que en la medida que los fondos retirados no se usen para el fin previsional para el que fueron constituidos puede también generar un efecto riqueza negativo (pobreza) en dichos afiliados, de modo que demanden en el futuro recursos fiscales para su subsistencia. +

La Billetera Móvil tiene grandes desafíos

Falta resolver algunos temas para que Bim logre convertirse en una herramienta efectiva de inclusión financiera en el Perú.



Hoy día se cuenta con una red operativa de más de 3 mil agentes, ubicados sobre todo en Lima.

La Billetera Móvil de Dinero Electrónico (BIM), operada por la empresa Pagos Digitales Peruanos (PDP), cumplió su primer año, el 16 de febrero de este año. Las metas que se plantearon para el primer año, reconociendo que era de pruebas y ajustes, eran lograr 276 mil billeteras, que 30% de ellas fueran activas y que el promedio de transacciones por usuario activo llegara a 3.1 transacciones por mes. De estas metas, se ha cumplido solo la del número de billeteras, las otras dos aún están en proceso, precisa PDP.

El número de transacciones por usuario es muy heterogéneo. En los últimos dos meses, hay una tendencia interesante en este aspecto, pues el número de transacciones viene creciendo en algo más de 50% cada mes, señala la Presidenta del Directorio de Pagos Digitales, Carolina Trivelli (**ver más información páginas 10 y 11**).

A setiembre de 2016, Bim registraba 175,117 usuarios afiliados y se tenía una red de cajeros correspondientes de 6,134 a nivel nacional. Actualmente, operan más de 20 emisores de dinero electrónico y se ofrece las funcionalidades de “poner más plata”, “sacar plata”,

“mandar plata” (transferencias entre personas) y recarga de celulares.

PDP viene desarrollando nuevos servicios, entre los que se tiene el pago de impuestos (RUS). Asimismo, con el apoyo de las empresas Backus, Lindley y Gloria se está implementando un piloto para incluir los pagos de los comercios a dichas empresas de consumo masivo. Este piloto abarcará mil comercios ubicados en San Juan de Lurigancho que recibirán capacitación para realizar sus pagos utilizando el celular.

Asimismo, los reguladores vienen evaluando modificaciones o precisiones al marco regulatorio

para apoyar el desarrollo del dinero electrónico como instrumento de inclusión financiera.

Bim es una billetera electrónica que opera en cualquier teléfono móvil, incluso en modelos básicos, prepago, aun cuando estos no tengan saldo (minutos disponibles). Permite realizar transferencias, pagos, compras y obtener información sobre la actividad del usuario.

PDP explica que gracias a la normativa, para este tipo de cuentas, el usuario final solo requiere su documento de identidad y un teléfono para activar su Bim.

Si bien su cuenta tiene topes, esta puede convertirse en una cuenta general, sin límites, si el usuario cumple con determinados requisitos de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo que la regulación exige a su proveedor de Bim.

Las billeteras Bim son administradas centralmente utilizando la Ericsson Wallet Platform (EWP). Sin embargo, cada usuario al momento de activar su billetera debe seleccionar qué proveedor (qué emisor de dinero electrónico) respaldará su Bim. Con ello, cada billetera está asociada a un cliente (usuarios final) y a un proveedor (emisor de dinero electrónico).

A la fecha, hay cinco Empresas Emisoras de Dinero Electrónico (EEDE) autorizadas por la SBS:

- » Servitebca, ofrece la Tarjeta “La- Todo” asociada a Mastercard.
- » Júpiter Technology, ofrece la cuenta “Tu Dinero Móvil” asociada a un teléfono celular (Movistar) o una tarjeta (Mastercard).
- » GMoney, ofrece la billetera “aPanda tu dinero móvil”, a través de un teléfono celular (Claro o Movistar) y su propia red de agentes aPanda. GMoney también es emisor participante en BIM.
- » Tarjetas Peruanas Prepago, ofrece la tarjeta “La Mágica” asociada a VISA.

» Empresa Peruana de Soluciones de Dinero Electrónico, ofrece la “Cuenta móvil Jet Point”, a través de un teléfono celular (Movistar, Claro o Bitel) y a una tarjeta prepago VISA, su modelo de negocio incorpora a los receptores de remesas internacionales.

LOS DESAFÍOS

PDP reconoce que el primer año no ha estado libre de problemas y con ello hay desafíos en proceso de ser atendidos.

Entre las dificultades iniciales, la más importante ha sido la dificultad para generar una red suficientemente amplia de agentes para hacer cash in/out. Ante la restricción en la cantidad de agentes muchos usuarios finales vieron frustrados sus intentos iniciales de usar Bim y dejaron de hacerlo. “Revertir esta situación ha sido el principal desafío del primer año. Hoy día se cuenta con una red operativa de más de 3 mil agentes, ubicados sobre todo en Lima, pero que resulta aún insuficiente para escalar la operación de Bim”, comenta Trivelli.

Sin una red de agentes, suficiente, se decidió detener las campañas de comunicación masivas y con ello la presencia de Bim en medios de comunicación se ha reducido. Esto deberá retomarse en el segundo año.

Para PDP un segundo desafío era que solo se tenían pocos casos de uso que exigían convertir dinero en efectivo, en electrónico, y luego reconvertirlo nuevamente en efectivo. Para ello se han desarrollado nuevos casos de usos que permitan al usuario final, pero sobre todo a los pequeños comercios, recibir dinero electrónico y gastarlo sin necesidad de volver al cash.

Finalmente, un tercer desafío viene dado por el esquema de afiliación de nuevos clientes. En este primer año la mayor parte de los usuarios finales se auto registraron y un grupo menor abrió su Bim a



través de un agente. El auto registro es efectivo, pero también está asociado a la existencia de muchas cuentas inactivas, pues algunos usuarios se activaron y no tenían acceso suficiente a información y motivación sobre el uso posterior. El proceso de registro a través de un agente implica una conversación, una pequeña capacitación y con ello una mayor probabilidad de uso. Es posible que en el segundo año se deba potenciar y priorizar el proceso de afiliación a través de agentes reclutadores o agentes Bim antes que solo el auto registro, subraya PDP.

Para Trivelli, el segundo año de Bim viene marcado por cuatro desafíos: ampliar y diversificar su red de agentes y puntos de cash in/out; implementar campañas de comunicación para volver a posicionar Bim como un canal transaccional, enfatizando su uso para transferencias P2P (persona a persona), potenciar y escalar los pilotos (B2B, pagos de empresa a empresa y P2G, pagos de personas a Gobierno), y diversificar los casos de uso para incluir pagos de servicios y micropréstamos (hoy muy concentrados en la compra de tiempo aire). Esperemos que se logren! +

Se han superado las metas de nuevos servicios y de emisores que ofrecen la Billetera Móvil (Bim). “Esto es clave, porque tenemos que ofrecer a los usuarios finales más usos del dinero electrónico”, subraya a **+Finanz@s** Carolina Trivelli, Presidenta del Directorio de Pagos Digitales, empresa que opera Bim, al hacer un balance del primer año de este instrumento financiero.

A un año de la puesta en marcha de la Billetera Móvil en nuestro país ¿qué balance puede hacer de este proyecto?

El primer año de Bim ha sido un gran año de aprendizajes. Bim se lanzó en febrero del 2016. Al comienzo era ofrecida por 9 emisores de dinero electrónico (entidades financieras y una entidad emisora de dinero electrónico) y tenía unas pocas funciones. Hoy, un año después, es ofrecida por 22 emisores de dinero electrónico y además de transferencias teléfono a teléfono y recargas de minutos, ya se puede pagar el RUS, se pueden hacer compras en algunos establecimientos (aún en fase piloto), las bodegas pueden pagar a sus proveedores y más. También desde dos entidades financieras (BCP e Interbank) se puede enviar dinero desde cuentas de ahorro a Bim de manera directa.

¿Cuáles son los principales resultados que se pueden mostrar en cuanto al número de afiliados y transacciones?

Hoy más de 300 mil peruanos ya tienen su Bim. Es solo el principio, pero tenemos mucho entusiasmo, pues si bien aún se

“El primer año de Bim ha sido de ensayos, pilotos y aprendizajes”

Sin dejar su negocio, sin costo para ellos y sin hacer colas, hoy cualquier microempresario puede pagar su RUS desde su Bim.



Carolina Trivelli, Presidenta del Directorio de Pagos Digitales.

realizan menos transacciones de las esperadas, estas vienen creciendo a ritmos de 50% al mes.

Estos resultados ¿están dentro de las metas previstas que se tenían?

De los estimados que se tenían, al lanzamiento, se ha alcanzado la meta de afiliaciones, pero aún no se alcanza la meta de número de transacciones. Viendo lo que sucede en los últimos meses, esta meta se logrará este año de todas maneras. La meta de agentes Bim está en proceso y está siendo reforzada con los “bimers”. Hemos superado las metas de nuevos servicios y de emisores que ofrecen Bim. Esto es clave, porque tenemos que ofrecer a los usuarios finales más usos del dinero electrónico.

¿Cómo van con la red de agentes?

Bim ha enfrentado algunos problemas también. La red de agentes que hacen cash in y cash out, es decir, quienes convierten y reconvierten dinero electrónico en dinero en efectivo, es aun insuficiente, y si bien viene creciendo necesitamos una red más amplia. Para enfrentar este problema se está haciendo un piloto con los llamados “bimers” que son usuarios que pueden también hacer estas funciones, claves para poner y sacar dinero de nuestra Bim.

Podemos decir que este primer año ha sido un año de ensayos, pilotos y aprendizajes. Sin embargo, la tendencia que venimos observando, en los 3 últimos meses, nos hace pensar que la expansión está en camino.

¿Cuáles son los siguientes pasos para consolidar este instrumen-

“LA RED DE AGENTES QUE HACEN CASH IN Y CASH OUT, ES DECIR, QUIENES CONVIERTEN Y RECONVIERTEN DINERO ELECTRÓNICO EN DINERO EN EFECTIVO, ES AUN INSUFICIENTE”.

to importante para la inclusión financiera?

Hoy día la agenda pasa por consolidar y ampliar la red de agentes y “bimers” como prioridad. Además de ello hay que continuar con los pilotos que tenemos en marcha en San Juan de Lurigancho y ampliarlos a otros distritos. Ahí ya hay bodegas donde se puede comprar con Bim. Además estamos lanzando otras iniciativas, por ejemplo, un primer caso de uso de Bim para desembolsar y cobrar microcréditos.

De los casos de uso hay que promover el uso de transferencias teléfono a teléfono y casos únicos como el pago del RUS. Sin dejar su negocio, sin costo para ellos y sin hacer colas, hoy cualquier microempresario puede pagar su RUS desde su Bim.

En todo el camino recorrido, ¿cuáles han sido las principales dificultades que han tenido que superar?

Diría que hay tres dificultades que hay que enfrentar:

1 La red de agentes para poner y sacar plata. Es un proceso que toma tiempo, que requiere mucha capacitación y más y mejor señalización.

2 Hábitos de los usuarios cambian lentamente. Hay que capacitar, incentivar y sobre todo informar a los nuevos usuarios sobre todo lo que se puede hacer con Bim. Este es un proce-

so continuo y permanente, que además requiere mucho apoyo comunicacional.

3 El trabajo con los pequeños comercios, para que ellos usen Bim, no solo como agentes, sino como usuarios, exige trabajo de relacionamiento uno a uno, esto es costoso y requiere un esfuerzo permanente.

Pese a los grandes esfuerzos de todos los actores, públicos y privados, por promover los pagos digitales, el efectivo sigue predominando en el país ¿cuáles son las principales razones para que suceda esto?

Y así será por mucho tiempo todavía. Somos una economía basada en el uso de efectivo, cambiar eso exige tiempo, prueba y error, incentivos, y una estrecha coordinación entre los actores privados y públicos, entre los reguladores y los hacedores de políticas. En el Perú estas coordinaciones se hacen en el marco de la Estrategia Nacional de inclusión financiera (ENIF), y ahí el sector público y los reguladores tienen un rol protagónico.

Todos tenemos que comprometernos con la ENIF para realmente ver avances. Cuando usemos menos efectivo habremos logrado mayor eficiencia, mayor seguridad y formalidad, todas aspiraciones de la mayor parte de los actores económicos. +

La regulación de los pagos minoristas y el Modelo Perú

El BCRP regula los Acuerdos de Pago de Dinero Electrónico (Modelo Perú), para fortalecer su seguridad y eficiencia, y promueve un sistema favorable a los pagos electrónicos.

La Ley de Dinero Electrónico, promulgada en el 2013, no solo estableció el marco legal para el desarrollo del dinero electrónico como instrumento de inclusión financiera en el Perú, sino que dio facultades al Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) para regular y supervisar los acuerdos de pagos, que son los procedimientos para transferir fondos, en los que participan tres o más entidades, siendo al menos una de ellas una empresa del sistema financiero.

El Modelo Perú surgió en el contexto de la Ley de Dinero Electrónico, como un ejemplo de colaboración único en el mundo entre las empresas del sistema financiero y las Empresas Emisoras de Dinero Electrónico (EEDE), para la implementación de una plataforma centralizada que procese y compense pagos móviles con dinero electrónico, resalta el BCRP en un reciente informe.

La Asociación de Bancos (AS-BANC) lideró desde el 2014 el proyecto de Modelo Perú, bajo

un esquema de “competencia colaborativa” entre las diferentes empresas del sistema financiero a favor de la inclusión financiera. Para ello, contrató a Ericsson que diseñó la plataforma electrónica.

Adicionalmente, para administrar el Modelo Perú creó la empresa Pagos Digitales Peruanos (PDP) en abril de 2015 con

“EL PERÚ TIENE UN MARCO LEGAL QUE FAVORECE LA INNOVACIÓN Y EL ACCESO Y USO DE PAGOS DIGITALES MINORISTAS”.

un capital de S/ 19 millones: el 51% aportado por el Centro de Estudios Financieros (CEFI-AS-BANC) y el 49% aportado por 18 empresas del sistema financiero y dos gremios (ASOMIF y FEPCMAC1), cuyos asociados también pueden participar como emisores en Modelo Perú.

VENTAJAS DEL MODELO PERÚ

El Modelo Perú ofrece una amplia red de cajeros correspondenciales para llevar a cabo las operaciones de carga y retiro, de manera independiente de quién es el emisor, lo que facilita las operaciones de cash-in (carga) y cash-out (retiro) con dinero electrónico y da seguridad a los clientes de que pueden retirar su dinero cuando lo requieran.

Adicionalmente, Modelo Perú ofrece interoperabilidad en sus operaciones, de manera tal que los clientes pueden realizar sus transacciones, independientemente del emisor y proveedor de telecomunicaciones. Con dichas ventajas, las personas tienen un claro incentivo para abrir una cuenta de dinero electrónico, afirma el informe del BCRP.

Dichas ventajas también pueden ser aprovechadas por las empresas. Así, las compañías de consumo masivo pueden beneficiarse al reemplazar el efectivo por dinero electrónico en la recaudación de sus ingresos por ventas a comercios. Esta estrategia tiene por finalidad reducir sus

costos y riesgos de recaudación. Tal es el caso de empresas como Backus, Grupo Lindley y Grupo Gloria, quienes vienen realizando un programa piloto con PDP en San Juan de Lurigancho, capacitando a mil comercios para realizar el pago de recaudación con dinero electrónico.

REGULACIÓN DE LOS ACUERDOS DE PAGO DE DINERO ELECTRÓNICO (APDE)

El BCRP explica que un APDE es el conjunto de acuerdos o procedimientos para procesar las Órdenes de Transferencia de Dinero Electrónico y realizar su Compensación; así como para la correspondiente Liquidación de las obligaciones resultantes de dicha Compensación, características y funcionalidades que tiene Modelo Perú.

Como se indicó, la Ley de los Sistemas de Pagos y de Liquidación de Valores otorga facultades al BCRP para que, cuando estime necesario, dicte normas, reglamentos, principios y estándares, aplicables a los Acuerdos de Pago; así como para supervisar su cumplimiento.

El desarrollo de los APDE tiene un gran potencial en el fomento de la inclusión financiera y el desarrollo de los pagos minoristas digitales, ambos objetivos importantes para el BCRP. Asimismo, la compensación de las transferencias de fondos entre clientes de diferentes emisores y su liquidación involucran a casi todas las empresas del sistema financiero. En ese contexto, es importante que el BCRP establezca un marco regulatorio para este tipo de Acuerdo de Pagos, con la finalidad de fortalecer su eficiencia y seguridad, menciona el informe.

Así, el BCRP emitió en junio del año pasado el Reglamento de los APDE, cuyos principales aspectos son:

Estándares internacionales: Basados en los Principios Aplicables a las Infraestructuras de los Mercados Financieros del Banco de Pagos Internacionales (2012). En el caso de los pagos minoristas, se ha considerado aplicar 11 principios, con base en la experiencia del Banco Central Europeo.

Obligaciones del Administrador: El reglamento establece que las principales responsabilidades del administrador del APDE están relacionadas a la gestión de las cuentas de dinero electrónico, el registro de los cargos y abonos derivado de las Órdenes de Transferencia de Dinero Electrónico, la compensación de las operaciones entre emisores y la verificación del cumplimiento de la liquidación.

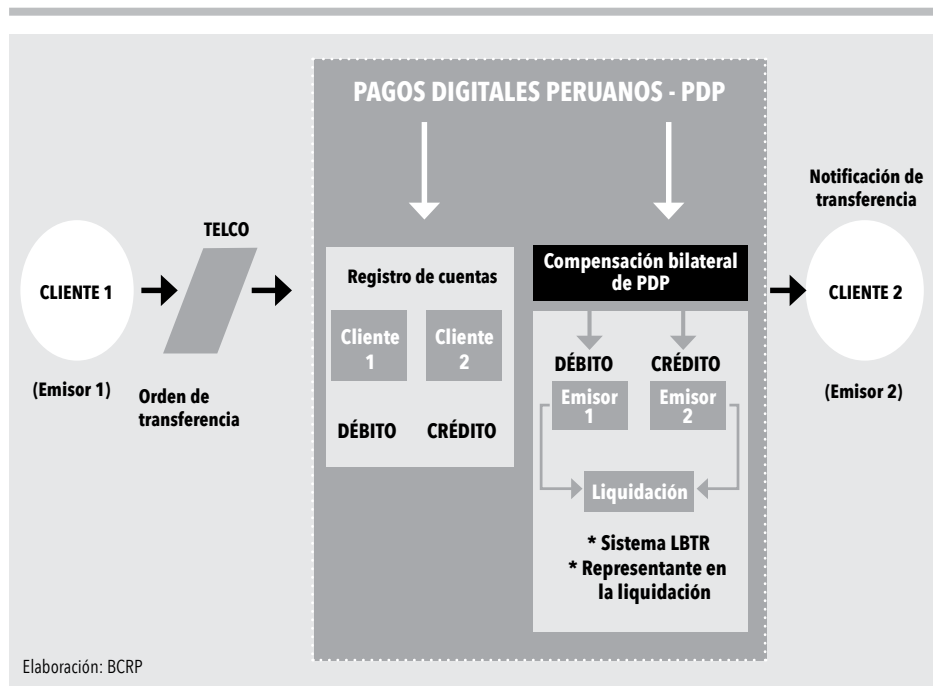
Responsabilidades del Emisor Participante: Incluye el monitoreo del proceso de emisión de dinero electrónico, la liquidación oportuna de la posición deudora que le corresponda y mantenimiento de la infraestructura y la red de comunicaciones que el APDE determine.

Procesos de compensación y liquidación: El administrador del APDE realiza la compensación de obligaciones entre Emisores Participantes y determina la posición neta de cada uno para que procedan a realizar la liquidación en el Sistema LBTR o a través de un representante en la liquidación.

Representante en la liquidación: El Representante en la Liquidación es un Emisor Participante conectado al Sistema LBTR vía la Aplicación Participante LBTR. Es responsable de la liquidación de las obligaciones resultantes de la Compensación de Dinero Electrónico, por encargo de otro emisor.

El informe del BCRP finaliza señalando que el Perú cuenta con un marco legal y normativo que favorece la innovación y el acceso y uso de pagos digitales minoristas, siendo una pieza clave el desarrollo de los pagos móviles sobre la base del dinero electrónico. ✚

PLATAFORMA DE DINERO ELECTRÓNICO (MODELO PERÚ)



Bartselana: El Banco Cooperativo de Estudiantes que dirige un niño de 12 años

El proyecto consiste en brindar alimentos, útiles escolares, o microcréditos, a cambio de objetos que contaminan el medio ambiente.



José Adolfo Quisocala Condori.

El gerente del primer Banco Cooperativo de Estudiante “Bartselana” es José Adolfo Quisocala Condori, un niño de doce años que reside en Arequipa y que ya es miembro de la comisión de asuntos de la juventud de las Naciones Unidas por la región de las Américas y El Caribe, finalista del Innóvate 2016 y ganador del premio internacional Financial Youth Finance Landscape en el 2014.

El pequeño gerente contó a +Finanz@s la experiencia que lo motivó a idear esta innovadora propuesta, las dificultades que tuvo y las metas que desea alcanzar a su corta edad. También co-

mentó que su proyecto consiste en brindar alimentos, útiles escolares, o microcréditos, a cambio de plásticos, papeles, cartones y otros objetos que contaminan el medio ambiente.

“Los niños llevan sus cuadernos viejos a la cooperativa Punto Verde que funciona cuando es el ingreso y salida del colegio. Nosotros los pesamos y les damos a cambio útiles escolares o alimentos de primera necesidad”, subrayó.

Asimismo, resaltó que los niños reciben su tarjeta de apertura, auspiciada por el Banco Azteca, cuando almacenan cinco kilos de material reciclable. Ello les permite intercambiar su microcrédito con productos electrodomésticos.

Después de cinco años desde que inició su emprendimiento, José Adolfo detalló, en el marco de la feria Innóvate 2016, que decidió emprender cuando cursaba el segundo grado de primaria y logró ser el alcalde de su ex institución educativa.

“Todo inició cuando observé a mis compañeros malgastando su dinero comprando figuras de álbumes y botando las envolturas en el piso de mi colegio. Pensé que debía enseñarles la importancia de ahorrar el dinero y de cuidar el medio ambiente”, señaló.

Mientras el pequeño emprendedor fue desarrollando su idea recibió el soporte principalmente

de sus padres. Sin embargo, gran parte de su familia creía que su plan iba a fracasar.

“Al principio conté con el apoyo de veinte personas que fueron las primeras que se inscribieron en mi proyecto, por eso decidí nombrarlo “Bartselana”, la fusión de las iniciales de sus nombres”.

LOGROS Y EXPECTATIVAS

José Adolfo contó los reconocimientos y logros que ha recibido desde hace siete años, cuando inició su creativa idea. “La primera vez que viajé tenía 8 años y fue a Estambul, Turquía porque quedé finalista en el Concurso Internacional de Inclusión Financiera para niños, luego tuve la oportunidad de ser reconocido en Nueva York para recibir mi primer premio por parte de la UNICEF”.

Hasta la fecha, José Adolfo ha captado, a través de su propuesta, a dos mil niños, la mayoría son de su ciudad, Arequipa, y cuenta con el apoyo de las cajas municipales que donan útiles escolares o alimentos. Su meta es llegar a un número mucho más alto y enseñar a los menores a emprender.

“Con este proyecto pretendo combatir la pobreza, el trabajo infantil y sobretodo que los niños aprendan a cuidar el ecosistema”, mencionó.

Finalmente recomendó no botar los residuos sólidos y cuidar el medio ambiente. +

1° Foro Internacional de Microfinanzas

22 Y 23 DE JUNIO

SOL DE ORO HOTEL & SUITES | LIMA - PERÚ



APROVECHE DESCUENTOS
HASTA EL 25 DE ABRIL

30%

CLIENTES DE AUSPICIADORES Y
ASOCIADAS DE APOYOS INSTITUCIONALES

S/ 1,190

20%

INSCRITOS EN GENERAL

S/ 1,360

VALOR DE INSCRIPCIÓN GENERAL
DESDE EL 26 DE ABRIL

S/ 1,700

10%


ASOCIADAS Y
CLIENTES DE AUSPICIADORES

S/ 1,530

TODOS LOS PRECIOS INCLUYEN ICV

PARA MAYOR INFORMACIÓN SOBRE INSCRIPCIONES Y AUSPICIOS COMUNÍQUESE CON NOSOTROS

 info@asomifperu.com

 (51 1) 262 1439

“Solo el 25% de vehículos cuenta con un seguro todo riesgo”

Nuestro reto es apoyar al mercado a mejorar la baja penetración que tiene el seguro vehicular, subraya Renzo Zapata.

Ocho de cada diez conductores limeños conducen con agresividad, según la reciente investigación publicada por Tracklink y empleada por Pacífico Seguros para crear su producto “Seguro Vehicular Pacífico con GPS Smart”. Renzo Zapata, Gerente de Productos Vehiculares de Pacífico Seguros, conversó con **+Finanz@s** sobre este y otros temas.

Desde su perspectiva, ¿Cuál es el balance del mercado de seguros vehiculares?

El mercado de seguros, en el último año, se ha visto un poco golpeado por la venta de autos nuevos, es así que no ha habido un crecimiento importante, solo un avance pequeño de 1.8%. En ese contexto, Pacífico Seguros ha sobresalido al tener el mayor crecimiento del mercado (7.8%). Sin embargo, lo más importante de la industria no es cuánto crece, sino la penetración del seguro que existe dentro del parque automotor.

¿Cuál es la penetración que se tiene?

Actualmente solo el 25% de vehículos cuenta con un seguro todo riesgo, es decir, un seguro que cubre los daños que le ocurren al vehículo por choque o robo, agravio que se ocasione a



Renzo Zapata, Gerente de Productos Vehiculares de Pacífico Seguros.

otra persona o auto, chocar con un poste, por ejemplo, además, de los accidentes que pueden ocurrirle a los que están dentro del vehículo como a los que están fuera. Este porcentaje es bastante preocupante. Con respecto al SOAT o seguro obligatorio contra accidentes de tránsito, a pesar de ser obligatorio solo llegamos como industria a generar un 75% de penetración, es decir, hay un 25% de vehículos que no tienen siquiera seguro obligatorio.

¿Cuál es la situación de la venta de seguros vehiculares?

La principal vía de entrada del seguro vehicular es la venta de autos nuevos. En el 2015 se ha visto un estancamiento en la venta de vehículos en el mercado, ese es el principal motivo que afecta la venta de este tipo de seguros.

Acaban de lanzar un seguro para educar a los conductores, ¿de qué trata el Seguro GPS Smart?

Es un nuevo producto que se

basa en la innovación tecnológica. Buscamos que los conductores limeños sean conscientes de que deben mejorar sus hábitos de manejo en la ciudad. Este seguro, además de proteger el auto frente a robos y accidentes, mide el estilo de manejo a través de tres variables que descubrimos en nuestra última investigación: las aceleraciones, frenadas y curvas bruscas. El seguro trabaja con una aplicación disponible para Android y iOS que califica a los que están en el volante semanalmente y después de cada viaje con un puntaje que va desde el 1 hasta el 10.

¿Cuál es la principal conclusión de la investigación sobre la que se basa esta solución?

El 81% de los accidentes de tránsito es un choque a terceros. La conclusión principal es que la agresividad determina la probabilidad de accidente, no se trata de la hora en la que manejes o cuántos kilómetros recorres. Es el estilo de conducción lo que define un accidente de tránsito.

¿Cuántos accidentes vehiculares planean reducir con este nuevo seguro?

Creemos que se puede reducir un 5% o 10%. Como Pacífico Seguros registramos 60 mil siniestros al año aproximadamente.

¿Qué beneficios otorga este seguro?

La asistencia proactiva, la localización que es tradicional en cualquier GPS, el coaching y el servicio de e-call. Este último es un sistema que envía una señal al detectar un gran impacto determinado por parámetros internacionales, lo que permitirá que el seguro se comunique inmediatamente con el conductor y

verifique que se encuentre bien, en el peor de los casos, automáticamente enviará una asistencia médica.

En el plano de las ventas, ¿cómo calculan que les irá con este nuevo producto?

El objetivo principal de esta campaña no es vender el seguro o incrementar las colocaciones, sino concientizar a la ciudadanía sobre seguridad vial y poder hacer de esto un coaching para evitar accidentes. En la medida que se vaya adoptando generará una retroalimentación en el sistema que debe ser sostenible. Parte del problema por el que no crecemos es la poca penetra-

regalará 200 dólares en productos de Pacífico Seguros, anualmente, y tendrán la posibilidad de renovar su póliza. Asimismo, cada tres meses recibirán 3 mil kilómetros Lanpass si obtienen un puntaje óptimo.

¿Qué recomienda usted para aprovechar al máximo este nuevo seguro?

Hacerle caso a lo que dice la herramienta. Ha sido un gran proyecto donde hemos trabajado con proveedores muy importantes a nivel mundial, uno de ellos es Octo Telematics, una empresa italiana que trabaja en 39 países y tiene millones de vehículos que trabajan con la misma solución que hoy lanzamos.

“BUSCAMOS QUE LOS CONDUCTORES LIMEÑOS SEAN CONSCIENTES DE QUE DEBEN MEJORAR SUS HÁBITOS DE MANEJO EN LA CIUDAD”.

ción del seguro de vehículos. La forma de incrementar esta colocación es ejecutarla a través de los canales adecuados y al mismo tiempo determinar precios asequibles.

Además de colocar a un precio asequible, ¿cómo esperan llegar a la gente?

Lo que se espera es que el estilo de conducción mejore y se incremente como una bola de nieve. Creemos que se reducirá la cantidad de siniestros y por lo tanto generará una reducción de su precio. Además están los beneficios que recibirán los que contratan este seguro y que obtengan una buena calificación en su estilo de conducción. A estos se les

¿Cuáles son los planes de Pacífico Seguros para este año?

Confiamos en que la gente es consciente de que existe un problema de seguridad vial y creemos que dándoles las herramientas necesarias van a mejorar su estilo de conducción y van a ser conscientes de cuál es su aporte dentro de la sociedad y qué es lo que pueden hacer desde sus volantes para mejorar el tránsito en la ciudad. Además, el reto para lo que resta del año es apoyar al mercado a mejorar esta penetración baja del seguro vehicular, por eso hemos lanzado iniciativas como el “ABC del seguro” para que la ciudadanía entienda para qué sirve el seguro, cuándo lo debe usar y cómo lo debe usar. ✚

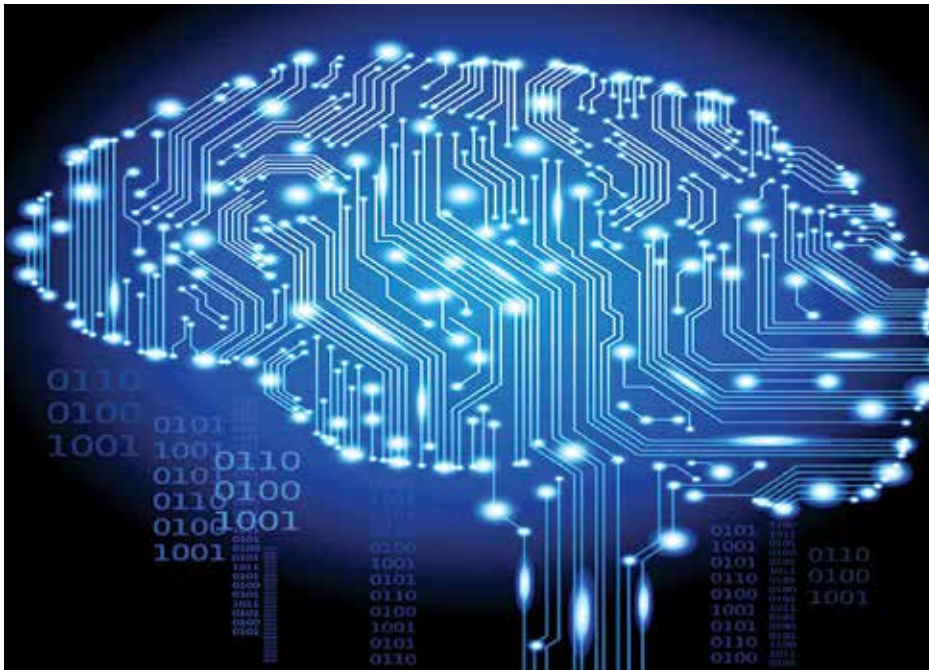
 **ALEJANDRO MAGDITS**

Socio de Consultoría para la Industria Financiera de EY Perú



ROBOTICS: TECNOLOGÍA DE CAMBIO Y EFICIENCIA

Los bancos son candidatos al uso de la robotización en su esfuerzo por mejorar constantemente su eficiencia operativa.



Cuando hablamos de robots en la oficina primero nos asalta una imagen de un humanoide, una máquina con ruedas, o un brazo hidráulico con una tenaza. Pues no es nada de eso. Se trata de la evolución de una tecnología que existe desde la invención de la computadora personal. El robot del que hablamos es un programa que funciona en una computadora personal, que simula la actividad de una persona ejecutando una labor operativa, típicamente repetitiva, con reglas

operativas pre establecidas y que tiene un alto volumen de trabajo, el cual ocupa todo el día a una o más personas.

Los programas robots que aparecieron en los años 80, por ejemplo, podían ser utilizados para simular la actividad de una persona entrando a un sistema de información desde una localidad remota midiendo el tiempo respuesta del sistema ubicado en el computador principal en las oficinas centrales de la empresa. Esto lo hacía cada cinco minutos registrando en un archivo el tiempo que demoraba en res-

ponder el computador central a cada instrucción ingresada desde el computador personal en la localidad remota. Esta información servía para evaluar la calidad del servicio y hacer ajustes en la red de datos, de ser necesario.

EL POTENCIAL DE ROBOTICS

Hoy en día, los robots pueden hacer muchas cosas más. Pueden hacer la revisión de los datos en un documento electrónico en formato PDF comparando la información del documento contra los datos existentes accediendo a sistemas de información, confirmando la calidad de un documento a ser enviado a un cliente. Puede comparar información proveniente de dos fuentes diferentes, conciliando esta información y reportando las diferencias en un archivo. Puede leer correos electrónicos, seguir las instrucciones que el contenido del correo indica, ejecutarlas (por ejemplo hacer una consulta de información en un sistema), y contestar el correo con el resultado de la consulta o enviar un WhatsApp con un mensaje.

Esta automatización con robots, no requiere cambios en los sistemas existentes, ¿qué tal? Solo requiere que el computador personal en el que se instala el programa robot tenga acceso a la red de la empresa y al programa

aplicativo que va a usar, de manera que el usuario y su clave asociada, una vez reconocidos en la red y en el sistema, le dejen trabajar. Esto le permite al programa y a la configuración del trabajo, preparada en él, realizar las tareas predefinidas que deberá ejecutar con datos existentes, usando los sistemas de la empresa y en un horario establecido (pudiendo ser 24x7). La programación del robot es la simulación de la actividad de una persona y debe considerar todas las variantes de esta actividad. Atención, el programa no hará un juicio de valor -por ahora- para decidir qué hacer en un momento cualquiera, accionará una respuesta predefinida para cada respuesta del sistema que encuentre.

¿Qué sucede con las personas que hacían la labor que ahora hace el robot? Es muy probable que la satisfacción por el trabajo que realice una persona, siendo esta una actividad rutinaria y repetitiva sea baja, y eventualmente considere cambiar de trabajo dentro o fuera de la empresa. El uso de robots es una oportunidad para aprovechar las cualidades, habilidades, actitudes y aptitudes de las personas en actividades de mayor nivel. Desde la perspectiva de recursos humanos, es la oportunidad de mejorar el clima laboral y aprovechar el potencial de las personas en otras áreas de la empresa sin costo de reclutamiento.

LA GESTIÓN DE LOS ROBOTS

¡Listo, pues entonces a automatizar las actividades! ¡Alto la acción, no tan rápido! Hay cosas que se deben considerar para hacer un uso efectivo y eficiente

de los robots tal como los hemos definido. En los procesos o actividades a ser automatizadas, es posible que sea necesario evaluar si aún estas pueden ser mejoradas desde el punto de vista de la simplificación (menos tiempo, menos duración, menos recursos, menos controles, menos tareas). Sin embargo, para no entrar en la parálisis por análisis, si bien es conveniente hacer una revisión de los procesos para identificar oportunidades de simplificación; hay procesos y actividades que es evidente que pueden ser automatizados, liberando personas, haciendo un trabajo más rápido, continuado, y proporcionando resultados con mayor velocidad y precisión. En realidad se abren dos frentes de análisis, por un lado la robotización de actividades que proporcionan éxitos rápidos; y por otro, la robotización de procesos que requieren un análisis sesudo.

A su vez, el uso de los robots requiere también de una administración y control que tiene como propósito el desarrollo y mantenimiento de las configuraciones de trabajo en cada robot, manteniendo su operatividad, coordinada con el área a la que pertenece y con el área de sistemas, para identificar si hay cambios en los sistemas de la empresa y como estos afectan la rutina de trabajo del robot (tal como afectarían la rutina de trabajo de la persona que venía haciendo esto). Adicionalmente, se necesita establecer la existencia de un grupo de trabajo responsable por la aplicación de la robotización en la empresa para maximizar la eficiencia opera-

tiva y los ahorros derivados de su aplicación. Este grupo debe saber sobre las aplicaciones funcionales del robot y tener conocimiento exhaustivo de los procesos de la empresa y de los costos asociados a su ejecución, de manera que pueda estimar los beneficios derivados de la robotización.

LOS BANCOS Y LOS ROBOTS

El sector financiero, en particular los bancos, son candidatos al uso de la robotización en su esfuerzo por mejorar constantemente su eficiencia operativa para enfrentar los nuevos retos

“EL USO DE ROBOTS ES UNA OPORTUNIDAD PARA APROVECHAR LAS CUALIDADES, HABILIDADES, ACTITUDES Y APTITUDES DE LAS PERSONAS EN ACTIVIDADES DE MAYOR NIVEL”.

del mercado. En este sentido se están viendo aplicaciones en bancos de todo el mundo, en los cuales la robotización está propiciando eficiencias en la parte administrativa y en la atención a clientes en los diversos canales empleados. En el Perú, los Bancos también están considerando hacer uso de esta tecnología y obtener provecho de ella. Los avances tecnológicos y los beneficios de su aplicación motivan a que esta sea una tendencia en la que triunfarán los que la apliquen de la manera más inteligente y la administren de la manera más efectiva. ✚

La caída de las acciones de Graña y Montero y las AFP

El valor de los fondos de pensiones se redujo en S/ 700 millones por la caída de las acciones de la constructora.



La diversificación de los portafolios de inversión ha permitido generar una rentabilidad de S/ 12,896 millones en el último año, señaló Jorge Mogrovejo.

La caída de las acciones de Graña y Montero, ocurrida luego de la revelación del ex representante de Odebrecht, Jorge Barata, ha preocupado a los afiliados a las AFP, ya que estas administradoras de fondos de pensiones, tienen parte de sus fondos invertidos en acciones de la empresa constructora.

Ante esto, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)

tuvo que salir a explicar el tema. Así, Jorge Mogrovejo, Superintendente Adjunto de Administradoras de Pensiones de la SBS, reconoció que evidentemente hay una reducción de valor de los fondos de pensiones por la caída de las acciones de Graña y Montero.

Dijo que las inversiones de las AFP en acciones de la constructora representaban el 1.09% de los fondos privados de pensiones, al cierre de diciembre de

2016, porcentaje que disminuyó a 0.56% al cierre de febrero, debido, principalmente, a la reducción del valor de las acciones y ADRs de la constructora (**ver cuadro**).

En el caso del fondo 3 las acciones y ADRs representaban 2.68% en diciembre 2016 y bajaron a 1.05% en febrero de 2017, en el fondo 2 bajó de 0.68% a 0.36%, y en el caso del fondo 1 bajó de 1.54% a 1.23%. Buena

parte de la reducción es por la caída del precio de las acciones y también por algunas ventas realizadas.

En soles, en el caso del fondo 2, estamos hablando de un monto de S/ 498 millones, a diciembre de 2016, y en febrero de 2017 se redujo a S/ 188 millones. En los tres fondos, en total, se dejó de ganar S/ 700 millones al 28 de febrero. “Está mal decir que hubo una pérdida porque lo que tenemos es el valor contable en un momento determinado comparado con otro, habría una pérdida cuando uno realiza la acción, es decir, cuando la vende. Si finalmente, las AFP o cualquier inversionista vende esos papeles a este menor valor ha perdido. Sin embargo, la visión de las AFP es siempre a largo plazo, es decir, ver cómo van a rendir las acciones más adelante. Por eso es que hay que ver qué medidas tomará la empresa y cómo recupera el tema reputacional en el menor plazo”, subrayó Mogrovejo.

RENTABILIDAD

El funcionario resaltó que los fondos privados de pensiones, administrados por las AFP, continuaron reportando ganancias en lo que va del año, en beneficio de los afiliados al Sistema Privado de Pensiones (SPP), manteniendo así la tendencia observada en el 2016.

La rentabilidad nominal anual al cierre de febrero de 2017 fue de 14.82% para el Fondo Tipo 3, 12.34% para el Fondo Tipo 2 y 7.42% para el Fondo Tipo 1.

Dijo que la diversificación de los portafolios de inversión ha permitido generar una rentabilidad de S/ 12,896 millones en el último año. “La diversificación del fondo en diferentes instrumentos de inversión contribuye a reducir los riesgos de los fondos de pensiones, brindando protección ante eventos inesperados”, agregó Mogrovejo.

INVERSIONES DE LOS FONDOS PRIVADOS DE PENSIONES EN GRAÑA Y MONTERO

Tipo de Fondo	Tipo de instrumento	En % de las carteras administradas		
		Dic-16	Ene-17	Feb-17
Fondo Tipo 1	Acciones y ADRs	0.45%	0.24%	0.14%
	Títulos de Deuda	1.08%	1.10%	1.09%
	Total	1.54%	1.34%	1.23%
Fondo Tipo 2	Acciones y ADRs	0.51%	0.31%	0.19%
	Títulos de Deuda	0.17%	0.17%	0.17%
	Total	0.68%	0.48%	0.36%
Fondo Tipo 3	Acciones y ADRs	2.67%	1.68%	1.05%
	Títulos de Deuda	0.00%	0.00%	0.00%
	Total	2.68%	1.69%	1.05%
SPP	Acciones y ADRs	0.84%	0.51%	0.32%
	Títulos de Deuda	0.25%	0.25%	0.25%
	Total	1.09%	0.76%	0.56%

RENTABILIDAD NOMINAL ANUALIZADA DE LOS FONDOS PRIVADOS DE PENSIONES

Tipo de Fondo	Feb 2017/Feb 2016 1 año
Fondo Tipo 1	7.42%
Fondo Tipo 2	12.34%
Fondo Tipo 3	14.82%

“LA MIRADA CORRECTA DEL RENDIMIENTO DE LOS FONDOS TIENE QUE SER SIEMPRE A LARGO PLAZO Y NO VER LO QUE SUCEDE EN UNA SEMANA”.

Para el funcionario, la mirada correcta del rendimiento de los fondos de pensiones tiene que ser siempre a largo plazo y no ver lo que sucede en una semana o un mes. Por eso es que la SBS publica las rentabilidades anuales, corridas de cada mes, frente al mes del año anterior.

INVERSIONES

Mogrovejo comentó que es

importante hacer notar que todas las inversiones realizadas por las AFP en las concesiones donde estaba Graña y Montero con Odebrecht son del año 2014 para atrás. O sea mucho antes de que se supieran los escándalos de corrupción. Las AFP invierten en las acciones de Graña y Montero desde el año 1997.

La regulación lo que dice es que las AFP pueden invertir en papeles en bolsa que tienen cierto requerimientos de liquidez. “Podemos discutir en cuanto a la decisión que pudo tomar la empresa, a mediados del 2016, pero la acción como tal cumplía con la regulación”.

Además, añadió, no se puede regular todos los casos posibles, pero sí se puede hacer una adecuada vigilancia de cómo se gestiona esa inversión. “La participación de las AFP, en total, es casi un tercio de las acciones de Graña y Montero, tampoco pueden vender porque nos exponemos a una pérdida mayor. Por eso es importante fomentar una mayor diversificación y que se pueda invertir en otros sitios para evitar que surjan problemas como estos. La regulación debería cambiar y ampliar su visión, para poder invertir en empresas del exterior”, finalizó. ✚

“En el sector inmobiliario se puede ganar dinero sin comprar inmuebles”

Mario Esquivel comenta sobre las opciones de inversión que funcionan bien en el mercado peruano.



Mario Esquivel, emprendedor y coach en inversiones inmobiliarias.

Mario Esquivel es emprendedor y coach en inversiones inmobiliarias. Luego de desarrollarse por años en este sector, ha propuesto un modelo de negocio en el que no es necesario comprar inmuebles para emprender en bienes raíces. A través de siete técnicas explicadas en su libro “Ganar dinero sin dinero en bienes raíces”, Esquivel enseña a desarrollar una forma de emprender que puede generar hasta cuatro veces más de utilidades que ejecutando la manera tradicional de inversión.

A continuación la entrevista concedida a **+Finanz@s**.

¿Cuáles son los principales desafíos que los emprendedores enfrentan cuando se inician en el sector inmobiliario?

Hay tres retos principales. El primero es la confianza en uno mismo. Cuando me fue mal en mi primer emprendimiento, además de perder el dinero, perdí autoestima y las ganas de continuar. No creer en tus capacidades para los negocios es la primera dificultad. La segunda es la preparación. Emprender sin saber vender es un suicidio, todo dueño

de un negocio debe saber cómo comercializar su producto. Normalmente no le dan la importancia necesaria, se enfocan más en el diseño, la publicidad y el marketing. El tercero es la trampa del autoempleo, una trampa en la que es muy fácil caer en este rubro. Cuando nosotros queremos tener un negocio, lo más común es querer controlarlo todo porque pensamos que el negocio no funciona si no estamos presentes y eso es una trampa que puede atráparte durante varios años en un mismo nivel de emprendimiento. Recomiendo entrenar un equipo de trabajo que respalde al

emprendedor si le sucede un inconveniente o limitación, así no se arriesga a dejar de ganar.

Para usted ¿cuáles son las inversiones más rentables que se pueden hacer en el mercado?

En el mercado peruano, pienso que son tres inversiones que funcionan bastante bien. La primera es el esquema de subarriendo. Algunos de mis alumnos ganan de 800 a 1,500 dólares mensuales rentando inmuebles que no son de ellos, es pasivo y ahorras porque no tienes que comprarlos. La segunda son las remodelaciones. Sé de dos casos de éxito en dos de mis alumnos que sin comprar el inmueble ganaron 18 mil y 200 mil dólares. La tercera, en el caso de tener capital, son los remates bancarios donde se puede llegar a ganar 30% o 40% del valor del inmueble.

¿Qué técnicas recomienda para vender de forma rápida?

Muchas personas creen que esto es obvio pero no lo aplican. El secreto de la venta rápida de un inmueble es el buen precio y promoción, sino no se venderá. Por ejemplo, en las remodelaciones, si le asignamos un precio promedio según el mercado y lo promovemos vía internet o a través de otros métodos, el inmueble termina vendiéndose en un periodo no mayor a tres meses. Si no lo promueves, no se va a vender aunque tenga un precio excelente. Asimismo si aplicas una promoción increíble, pero el precio está alto tampoco se venderá.

En América Latina, ¿cuáles son los mercados más atractivos para las inversiones inmobiliarias?

Pienso que ejecutando las téc-

nicas no tradicionales que propongo cualquier país puede ser atractivo para invertir porque no es necesario comprar inmuebles. En cualquier caso si aplicas la técnica de remodelación ganarás dinero. Tiene que analizarse en qué lugar se prestan más los remates bancarios, prácticamente todos los países ganan lo mismo, o sea, 30 o 40% del rendimiento.

¿Qué percepción cree que tienen los inversionistas sobre el mercado inmobiliario peruano?

Sobre la comercialización en el sector donde me desarrollo, hay un gran atractivo en el mercado peruano. He escuchado de una franquicia que se ha expandido muy bien

“UN INMUEBLE ES ATRACTIVO PARA INVERTIR SI NECESITA REMODELACIÓN, SI NECESITA VENDERSE O SI ES UN INMUEBLE COMERCIAL QUE NECESITA RENTARSE”.

en México y tienen entre sus planes llegar al Perú por toda la oferta, demanda inmobiliaria y compraventas que se están haciendo.

¿Cuáles son los principales aspectos que se deben tener en cuenta para incursionar en las inversiones inmobiliarias?

El primer aspecto que se debe tener en cuenta es que no necesitas dinero, ese es un gran mito. Sí se puede hacer y es el método tradicional. Pero para qué hacerlo si puedes utilizar el inmueble de alguien más e invertirlo. El segundo factor que recomiendo es aprender el modelo de negocio, no necesitas experiencia de 20 años o maestrías en derecho inmobiliario, solo se requiere co-

nocer bien el modelo de negocio y conversar con los especialistas. Si no sabes hacer promesas de compraventa, el notario sí sabe. Si no sabes tramitar créditos hipotecarios, el bróker sí sabe.

¿Cuáles son los indicadores que evidencian que un inmueble es atractivo para invertir?

El modelo tradicional afirma que un inmueble es atractivo para invertir si su plusvalía está subiendo más del 5% anual, si van a construir centros comerciales o escuelas y si el índice poblacional está subiendo. Son indicadores muy complicados para comprar un inmueble con la ayuda de un crédito. Bajo mi modelo de ne-

gocio, un inmueble es atractivo para invertir si necesita remodelación, si necesita venderse o si es un inmueble comercial que necesita rentarse.

¿Cuál es el momento perfecto para hacer una inversión inmobiliaria?

Muchos de mis alumnos me han hecho esa consulta y creo que casi siempre la mayoría pospone el tomar acción porque no lo ven como una realidad. No basta con saber que existen inversiones, no basta con ser consciente de que puedes ganar veinte mil dólares sin comprar un inmueble o vivir de tu renta con eso. Tienes que tomar acción y buscar las oportunidades. Pienso que el momento exacto no existe, tienes que crearlo. ✚

 **ENRIQUE VITAR FAJRE**
Gerente de Cobranza La Polar



COBRANZA VÍA ROBÓTICA CON BIOMETRÍA DE VOZ

Este será uno de los temas del I Congreso Latinoamericano de Crédito y Cobranzas que se realizará en mayo (*)

Macarena Allendes, Gerente General de una Empresa líder en Latam, se encuentra en Lima Perú participando en el I Congreso Latinoamericano de Créditos y Cobranza (*), donde una de las exposiciones aborda el tema “Cobranza vía Robótica con biometría de Voz”, le interesó el tema y anotó diez ideas que discutirá con su equipo de trabajo.

BORRADOR DE APUNTES DE MACARENA ALLENDES

1 “Las organizaciones del futuro pasarán desde una estructura jerárquica o funcional a una de redes internas basadas en la innovación, automatización inteligente y grupos de trabajo multidisciplinarios”.

2 “La era digital y el uso de inteligencia artificial marcarán el futuro de las organizaciones en especial las que disponen de áreas de crédito y cobranza ya que estas deberán adaptarse al cambio”.

3 “La era digital otorgará a los procesos de créditos y cobranza nuevas oportunidades para replantear sus cadenas de valor y desarrollar ventajas competitivas difíciles de igualar”.

4 “Todos los procesos de créditos y cobranza están orientados a satisfacer los atributos que agregan valor al cliente, en especial los de autoatención, identificación vía huella biométrica, Web con altos estándares de seguridad, diálogos sencillos y rápidos, llamados al celular y envío de documentación vía email”.

5 “Los estudios de percepción de clientes, avances en robótica, aplicación de inteligencia artificial, desarrollos de biometría de voz y los scores de iniciación, seguimiento y cobranza permiten a las empresas innovadoras reinventar las formas tradicionales de cobrar”.

6 “Los avances y desarrollos tecnológicos enfocados en inteligencia artificial han automatizado labores tales como el contacto y generación de compromisos de pago”.

7 “El uso eficiente de la tecnología vigente y de software de alta generación permiten automatizar, mediante árboles de decisión, el reconocimiento de palabras y aplicar un diccionario de respuestas para múltiples situaciones”.

8 “El procesamiento de los diálogos con los clientes permiten al software de reconocimiento de voz lograr un aprendizaje más rápido”.

9 “El software de reconocimiento de voz identifica tonos, inflexiones y palabras utilizadas por los clientes permitiendo otorgarles una probabilidad de que el compromiso de pago se cumplirá”.

10 “la utilización de la robótica, árboles de decisión, biometría de voz permiten obtener menores costo y mayores productividades”.

Macarena, al día siguiente del evento se reúne con su Comité de “Desarrollo & Innovación” y les expone las ideas recabadas y le encomienda a Cristián Bittencourt Gerente de Cobranza:

1 “Explora oportunidades que nos permitan generar ventajas competitivas basadas en la aplicación eficiente de la inteligencia artificial al proceso de cobranza”.

2 “Genera una ventaja competitiva basada en la innovación ya que si le sumamos nuestro personal talentoso... será muy difícil que nuestros competidores logren igualarnos”.

3 “Asegura el proyecto dividiéndolo en fases, donde la primera sea “maximizar los contactos y compromisos”.

“Es difícil cuando los mercados cambian y la gente dentro de la empresa no lo hace”.

Harvard Business Review

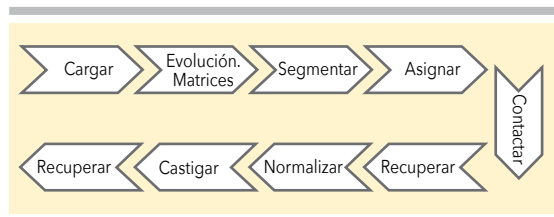
4 “Logra en la fase I minimizar los costos directos y en una fase II integra la biometría de voz”.

Cristián, lidera el equipo de Desarrollo e Innovación y comienza con la etapa exploratoria solicitando opiniones internas y externas, cita a proveedores, desarrolla un mapa del proceso y confecciona un completo bench mundial, lo que le permite conocer las mejores prácticas en “Robótica y biometría de voz aplicadas al proceso de cobranza”.

Cristián, al cabo de tres semanas de indagaciones presenta al Comité lo siguiente:

RESUMEN EJECUTIVO

- Se implementará una cadena de valor para el proceso de cobranza, dando un especial foco a la actividad de segmentación basada en un score de cobranza y la implementación de un cobrador llamado “SmartBot”.



- “Smartbot” es un software de inteligencia artificial que permite maximizar la rentabilidad del proceso de cobranza, mediante el uso de un “ejecutivo virtual” que de forma automatizada logra recibir llamados de cobranza, simular una voz humana, negociar con el cliente, agendar compromisos, derivar llamados para una atención especializada por un cobrador telefónico y efectuar el cierre del contacto.
- “Smartbot” utiliza el espacio de un notebook, corre 24 horas todos los días de la semana y es equivalente a 12-24-36 ejecutivos conectados de forma simultánea, depende de los canales de salida que dispongamos.
- Nuevos canales de cobranza:**

Prioridad	Canal de cobranza	Score	Umbral
1	Smartbot	T0 a T1	Más 4
2	Virtual	> 650	Más 2
3	Digital	> 500	Más 1
4	Call interno	Impago 2 y 3	Full
5	Call externo	< 500	Full
6	Terreno	< 300	Full

Beneficios anuales estimados

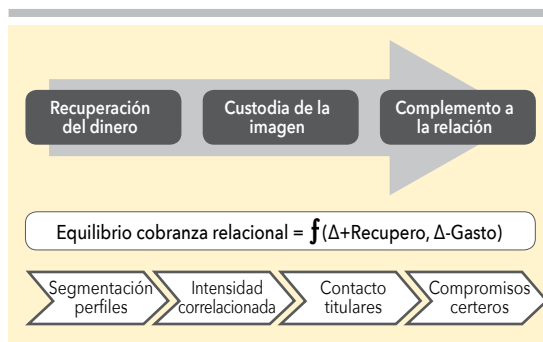
% beneficio	Efecto	Palanca	Ahorro MUS\$	Beneficio
26%	Δ -	TMO	7	< Gasto en minutos
67%	Δ +	Contactabilidad	864	< Gasto en riesgo
65%	Δ -	Horas hombres	344	< Gasto directo
Total anual			1215	

Macarena Allendes, felicita a Cristián y al equipo y aprueba el plan propuesto.

Argumenta su decisión en los siguientes puntos:

- Una de las principales mejoras que se están viviendo en la industria del cobro es la incorporación tecnológica para estrategias de contactabilidad y generación de compromisos. Lo anterior mediante la utilización de herramientas robóticas y de biometría de la voz humana.

Macarena Allendes, solicita a Karina Pulgar Gerente de Televentas que lidere un plan de diversificación de los servicios mediante la innovación en procesos tales como: Ventas telefónica de seguros, encuestas, gestión de reclamos, toma de pedidos, auditoría a Ventas, entre otros +



Fuente:

- Informe anual “global human capital trends 2017: rewriting the rules for the digital Age - Deloitte”
- Genesys - Web
- Presentación Crossnet -2016
- <http://fonetic.com/es/human-ivr/fonetic-apuesta-por-humanizar-la-interaccion-hombre-maquina-en-sistemas-de-atencion-al-cliente/>
- <http://www.sixbell.com/chile/soluciones/biometria-de-voz>
- <http://www.vpts.a.cl/>
- <http://fonetic.com/es/sobre-nosotros/que-hacemos/>
- <http://www.nuance.es/empresas/automatic-speech-recognition/automated-ivr/index.htm>

(*) El Congreso se realizará el 17 de mayo en Lima.
Más información en: eventos@revistaganamas.com.pe / +51 1 7055564 / RPM: +51 995818603.

Cuatro buenas razones para utilizar los cajeros automáticos

Este es uno de los canales más utilizados por los clientes y público en general, según El Consultorio Financiero de Mibanco.

Hoy en día las entidades financieras ponen a su disposición distintos canales de atención que impactan positivamente en la vida de las personas, haciéndola mucho más fácil y sobre todo segura. Uno de los canales más utilizados por el cliente y público en general son los cajeros automáticos.

El Consultorio Financiero de Mibanco brinda cuatro buenos motivos para utilizar un cajero automático y evitar cargar con efectivo:

1 Mayor seguridad y comodidad. Ya no es necesario cargar dinero para pagarle a un cliente o proveedor. Actualmente, todos los bancos, financieras y cajas municipales disponen de una amplia red de cajeros automáticos desde donde se puede retirar efectivo cada vez que sea necesario y donde sea necesario. Es mucho mejor sentirse tranquilo sin exponer su integridad cargando efectivo.

2 Te permiten ahorrar tiempo y dinero. No es necesario ir a una agencia bancaria para ubicar un cajero automático, siempre se puede ubicar uno cerca de su negocio o su vivienda. El tiempo que los emprendedores destinan a su negocio es valioso y no pueden perder



las oportunidades de negocio. Eso lo saben la mayoría de instituciones financieras, quienes tienen convenios con supermercados, cadenas de autoservicios, grifos, farmacias y minimarkets para que sus clientes puedan ubicar uno rápidamente.

3 Los cajeros automáticos son multifuncionales. Un cajero ¿solo sirve para retirar efectivo? Los cajeros automáticos permiten realizar más de una operación. Además de poder retirar efectivo rápidamente, también podrá

hacer depósitos en sus cuentas, a la de sus clientes o proveedores, transferencias entre sus cuentas o a terceros, pagos de servicios, entre otros.

4 Mejoran la cultura financiera. Gracias a su practicidad en las operaciones, es fácil que un usuario empiece a conocer otros nuevos servicios y de esa manera pueda actualizar sus conocimientos sobre banca. También, desde los cajeros automáticos, se pueden realizar retiros y consultas de cuentas las 24 horas del día, los siete días de la semana. +



¡Sorprende a esa **persona especial** con hermosos arreglos personalizados de **rosas naturales estampadas!**



Puedes visitarnos en nuestra tienda en: Calle Coronel Inclán 687 - Miraflores
Puedes llamarnos al 455-5549 / 7155855

Hablanos a nuestro facebook:
 Galafinperu
o escanea el código de messenger



Visítanos en:
www.galafin.pe
o escanea
el código QR

 **PAULO PANTIGOSO**
Country Managing Partner de EY Perú



PROSPERIDAD: APUNTES Y DESAFÍOS

El Perú atraviesa por un umbral de desarrollo por el cual debe de evitar quedar insertado dentro del grupo de naciones atrapadas en la denominada “trampa del ingreso medio”.



Desde el inicio del presente milenio, el Perú ha obtenido, a diciembre de 2016, un impresionante crecimiento acumulado de 126% en su PBI, acompañado de una inflación acumulada en ese mismo período de tan solo 58%; los mejores índices de su naturaleza en toda la región latinoamericana. La pobreza, medida en términos monetarios, se ha reducido a la mitad en los últimos años, incorporando a más peruanos que viven en mejores condiciones y con un mejor porvenir. Hoy, el Perú, con todos sus desafíos actuales y pasados, más de 20 años de una historia de hiperinflación y terrorismo, ha dado paso a una

“ES UNA CHANCE DE CRECER MÁS RÁPIDO QUE EL PROMEDIO, APROVECHANDO LAS PROPIAS VENTAJAS COMPETITIVAS”.

de las mejores condiciones de estabilidad, respeto y promoción de la inversión en su región, previéndose -según el FMI-, que en el 2018 se sitúe como la sexta economía de Latinoamérica per cápita -medida en purchasing power parity o “PPP”, por detrás de Chile, Argentina, México, Brasil y Colombia. El Perú es

uno de los diez principales países proveedores de alimentos en el mundo y se sitúa dentro de los diez primeros países con mejor índice de emprendedurismo. Su explotación y transformación de riquezas está modificando decididamente sus ciudades, su manera de vivir y la articulación del país.

Este crecimiento acarrea el reto propio de su sostenimiento y, ello, al incremento de la productividad basada en la mejora de la calidad de la educación, infraestructura, seguridad interna, eficiencia, modernidad productiva, reducción de trámites y ejecución de necesarias reformas. En efecto, con un PBI per cápita anual estimado en US\$ 13,695

para el 2017 (en PPP, según el FMI), el Perú atraviesa por un umbral de desarrollo por el cual debe de evitar quedar insertado dentro del grupo de naciones atrapadas en la denominada “trampa del ingreso medio”, la cual sobreviene cuando el crecimiento del PBI per cápita se desacelera considerablemente después de un período de rápido crecimiento (generalmente cuando el PBI anual per cápita en PPP alcanza entre US\$ 10,000 y US\$ 15,000), y que se atribuye quizás a un fenómeno de complacencia ante el relativo éxito logrado y ante el cual las continuas y necesarias reformas, se estancan.

Asimismo, el Perú transita actualmente por el inicio de su período de “bono demográfico”, en el cual el 65% de su población entre 15 y 65 años, alcanza su mayor registro de producción, consumo, ahorro e inversión, y por lo cual no puede desaprovecharse este momento histórico y probablemente irrepetible para su consolidación definitiva como un país que pase de ser, de una economía en vías de desarrollo, a un país desarrollado, y que el FMI estima que para su bicentenario, en 2021 el PBI anual per cápita habrá ascendido a US\$ 16,500 en PPP (Chile US\$ 29,200, México US\$ 23,000 y Colombia US\$ 18,000.), y US\$ 20,000 al 2025. Asimismo, se espera que para el 2021 la participación del Perú dentro de la producción mundial no tenga mayor variación, representando el 0.345% del PBI mundial, en PPP.

De esta manera, los desafíos concretos de doblegar a la po-



“EL PERÚ ES UNO DE LOS 10 PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES DE ALIMENTOS EN EL MUNDO Y SE SITÚA DENTRO DE LOS DIEZ PRIMEROS CON MEJOR ÍNDICE DE EMPRENDEDURISMO”.

breza, el privilegiar la inversión en innovación tecnológica, el mejorar la calidad de la educación, el fomentar la inversión privada y en infraestructura, el posicionarse en la región como un pujante “hub” del comercio internacional gracias a la explotación de tratados comerciales estratégicamente suscritos con

las principales economías del mundo y que ya cubren el 94% de sus exportaciones, el sostener una demanda interna potente de casi 32 millones de habitantes, el fomentar la innovación, la diversificación y la especialización de su producción, el consolidar ser un referente mundial en gastronomía, agroindustria y turismo, el mejorar la gestión ambiental, el rediseñar la descentralización y regionalización, el contar con una administración pública reformulada, eficiente y comprometida que viabilice a que los proyectos e inversiones sí ocurran y que se desarrollen lo más pronto posible con trámites optimizados y probos, el combatir la corrupción y el fomentar la inclusión social, son algunos de los retos y oportunidades que el Perú observa como prioritarios para mantener su estabilidad económica lograda, y por el cual en el 2017 se pronostica que su PBI duplicará el crecimiento del de sus socios de la Alianza del Pacífico.

Estar hoy dentro del rango de la “trampa del ingreso medio” es una oportunidad de trabajar fuerte para lograr un mejor “upside” que el resto de países latinoamericanos. Es una chance de crecer más rápido que el promedio, aprovechando las propias ventajas competitivas y comparativas. En poco más de medio siglo, solo 13 economías mundiales lograron dar el gran salto y ser parte del selecto grupo de economías de ingresos altos con ingresos per cápita anuales superiores a US\$ 28,000, en PPP; sumemos a ser la siguiente en serlo y trabajemos por nuestra prosperidad. ✚

Radiografía de cajas municipales de ahorro y crédito

La utilidad neta del conjunto de CMAC ascendió a S/ 397.3 millones a diciembre de 2016, representando un incremento del 11.8%



El sector de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (en adelante “CMAC”) está conformado por 12 empresas en el año 2016 y 2015. Las actividades del sector se encuentran concentradas principalmente por 5 empresas: CMAC Arequipa, CMAC Huancayo, CMAC Sullana, CMAC Piura y CMAC Cusco, y representan el 77.64% del total del sector en el periodo 2016 (74.51% en el periodo 2015).

Las otras CMAC (7) que conforman el sistema lo comprenden las CMAC: Trujillo, Ica, Tacna, Lima, Maynas, Paita y del Santa.

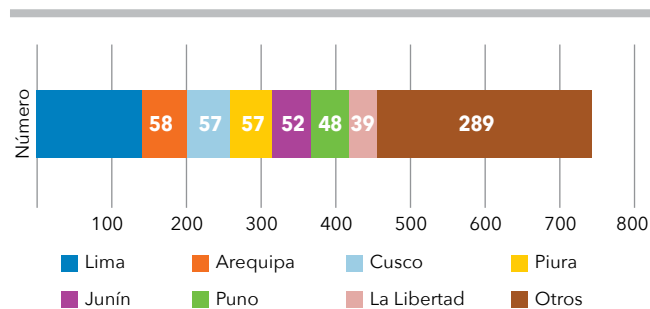
MARCO REGULATORIO

Las operaciones realizadas por las CMAC están normadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (en adelante “SBS”) de acuerdo con la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP – Ley N°26702, y sus modificatorias, sometidas a la ley de Cajas Municipales aprobada mediante D.S. N° 157-90-EF, estando autorizadas a captar recursos del público y realizar operaciones de financiamiento preferentemente a las pequeñas y microempresas.

OFICINAS

La expansión y posicionamiento de las CMAC viene realizándose por medio de la apertura de oficinas en diversas zonas geográficas. La CMAC con mayor número de oficinas en el territorio nacional es CMAC Arequipa con una red de 132 oficinas, seguida por las CMAC: Huancayo, Piura, Cusco y Sullana con 113, 112, 84 y 75 oficinas, respectivamente, de un total de 741 oficinas para el 2016 (692 en 2015).

La concentración de oficinas comprende los departamentos de Lima, Arequipa, Cusco, Piura, Junín, Puno y La Libertad con 141, 58, 57, 57, 52, 48 y 39 oficinas.



Fuente: SBS / Elaboración: Invest Enterprises

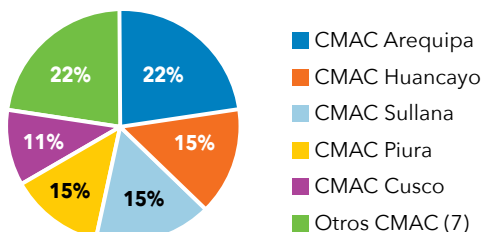
COMPOSICIÓN DE LA CARTERA

Créditos directos

La cartera de créditos directos de las CMAC contienen principalmente aquellos otorgados a pequeñas empresas, microempresas y de consumo (79.66%), mientras que los otros tipos de créditos corporativos, grandes empresas e hipotecarios la complementan (20.34%) de un total ascendente a (en miles) S/17,176,096 a diciembre de 2016.

Con relación al periodo 2015, la cartera de créditos directos se incrementó en 16.89%, principalmente por un mayor incentivo al micro y pequeño empresario, conjuntamente con un posicionamiento de las principales CMAC en el sector. El número de deudores en el 2016 y 2015 fue 1,369,596 y 1,231,768, respectivamente.

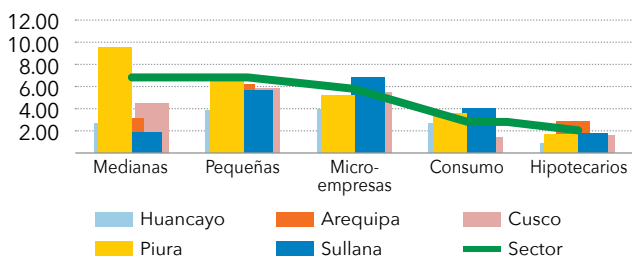
CMAC



Fuente: SBS / Elaboración: Invest Enterprises

MOROSIDAD

El índice de morosidad indica problemas en la recuperación de los créditos otorgados, y a diciembre de 2016, la CMAC Huancayo obtuvo el menor índice de morosidad en los créditos a pequeñas empresas, microempresas, consumo e hipotecarios, en los créditos otorgados a medianas empresas la CMAC Sullana representó el factor menor.



Fuente: SBS / Elaboración: Invest Enterprises

DEPÓSITOS TOTALES

Las captaciones de las CMAC, a diciembre de 2016, estaban conformadas por los fondos percibidos por depósitos a plazo, de ahorros y CTS, con el 57.75%, 24.80%, y 17.45%, respectivamente del total de depósitos ascendentes (en miles) a S/16,749,528. Esta distribución no ha tenido cambios significativos con respecto al periodo 2015.

LIQUIDEZ

Una liquidez adecuada indica los mecanismos implementados que permitirían contrarrestar eventuales problemas, afrontar posibles sobreendeudamientos de clientes y gestionar la competencia. Las CMAC, a diciembre de 2016, presentan indicadores adecuados, ratios de liquidez en moneda nacional y moneda extranjera promedios del sector de 25.15% y 88%, que superan los mínimos exigidos por la SBS, establecidos en 8% para moneda nacional y 20% para moneda extranjera.

Los indicadores de liquidez de las CMAC: Arequipa, Huancayo, Sullana, Piura y Cusco comprenden 22.92%, 30.61%, 18.54%, 23.62% y 17.07% para las operaciones en moneda nacional, y 82.05%, 101.52%, 96.88%, 103.53% y 73.72% para aquellas en moneda extranjera a diciembre de 2016.

SOLVENCIA

El promedio de capital global de las CMAC fue un ratio de 15.23%, cifra superior a los requerimientos indicados, a nivel individual de CMAC: Arequipa, Huancayo, Sullana, Piura y Cusco comprenden: 14.65%, 14.69%, 13.60%, 15.05% y 15.40% a diciembre de 2016.

El ratio de capital global establece como límite global que el patrimonio efectivo sea igual o mayor al 10% de los activos y contingentes ponderados por riesgos (riesgos de crédito, de mercado y operacional). Un indicador de capital global superior al mínimo exigido, permitirá afrontar de mejor forma posibles contingencias.

RENTABILIDAD

La utilidad neta, a diciembre de 2016, del conjunto de CMAC ascendió (en miles) a S/.397,340, representando un incremento del 11.81% con respecto al resultado obtenido en el periodo anterior, esto sucede principalmente por un mejor posicionamiento de las CMAC como opción atractiva de financiamiento para principalmente los pequeño y microempresarios, con un mayor volumen de deudores con relación al periodo anterior y a la diversificación de su cartera y difusión de las operaciones realizadas.

Empresas (en%)	ROE	ROA
CMAC Arequipa	19.32	2.32
CMAC Huancayo	21.64	3.08
CMAC Sullana	15.55	1.63
CMAC Piura	13.42	1.74
CMAC Cusco	16.73	2.61
Promedio Cajas Municipales	14.40	2.00

Fuente: SBS / Elaboración: Invest Enterprises

PATRIMONIO

Las CMAC en su conjunto poseen un patrimonio ascendente (en miles) a S/2,940,445, del cual las CMAC: Arequipa, Piura, Trujillo, Huancayo y Cusco, concentran el mayor volumen con 19%, 13.96%, 13.52%, 13.44% y 12.55% del sistema CMAC en el mercado nacional a diciembre de 2016. +

PRINCIPALES CIFRAS DE LOS EEF (A DICIEMBRE DE 2016)

Empresas (en miles S/)	Activo	Pasivo	Patrimonio
CMAC Arequipa	4,626,043	4,067,490	558,553
CMAC Huancayo	2,919,400	2,524,144	395,256
CMAC Sullana	3,286,101	2,972,950	313,151
CMAC Piura	3,253,926	2,843,335	410,591
CMAC Cusco	2,293,645	1,924,563	369,082
Total Cajas Municipales	21,440,568	18,500,124	2,940,445

Fuente: SBS / Elaboración: Invest Enterprises

Emisiones de bonos soberanos siguen dinámicas

Estas operaciones ayudan a mejorar el perfil de deuda del país a través de la mayor participación de la moneda local en el portafolio de la deuda pública y a plazos más largos.

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), entre enero y febrero de 2017, ha realizado ocho emisiones de bonos soberanos por un monto total de S/ 1,629.8 millones, nivel mayor a las nueve emisiones realizadas en el mismo período del 2016 (S/ 1,447 millones).

Los bonos soberanos son valores de contenido crediticio, nominativos, libremente negociables emitidos por la República del Perú, y están representados por anotaciones en cuentas inscritas en el registro contable que mantiene CAVALI y listados en la Bolsa de Valores de Lima

Estas operaciones ayudan a mejorar el perfil de deuda del país a través de la mayor participación de la moneda local en el portafolio de la deuda pública y a plazos más largos.

Esto se evidenció con la colocación en el mercado internacional del Bono Soberano 2028 por S/ 10,250 millones, realizada en setiembre de 2016, la que resultó ser la emisión en moneda local más grande que haya sido colocada por una economía emergente en los mercados de capitales internacionales y que reabre estos mercados para los emisores latinoamericanos. En esta colocación la demanda ascendió a cerca de S/ 24 mil millones (más del doble del monto colocado).

La operación consistió en intercambiar y/o recomprar bonos globales 2019, 2025, 2033 y 2037, así como bonos soberanos 2017, 2020, 2023 y 2026; mediante la emisión de una nueva referencia, el Bono Soberano 2028. Como resultado de la operación se incrementó la vida media de la deuda pública, se solarizó el portafolio de deu-

TENENCIAS DE BONOS DEL TESORO

	Set. 14		Set. 15		Set. 16	
	Mill. de S/	Estruct.	Mill. de S/	Estruct.	Mill. de S/	Estruct.
Bancos	4517	11.85%	5449	11.59%	6925	12.64%
AFP's	13569	35.60%	17176	36.53%	20193	36.86%
No Residentes	14983	39.31%	17373	36.95%	20484	37.39%
Entidades de Seguro	2695	7.07%	3540	7.53%	4125	7.53%
Personas Naturales	23	0.06%	24	0.05%	22	0.04%
Otros1/	2321	6.09%	3456	7.35%	3035	5.54%
Total	38116	100%	47018	100%	54784	100%

1/ Fondos privados y fondos públicos.
Fuente: MEF

MONTO NEGOCIADO DE BONOS SOBERANOS

Año	Monto anual negociado (millones S/) ^{1/}	Var.% anual
2004	7104	53.0
2005	9636	35.6
2006	10764	11.7
2007	19800	83.9
2008	20292	2.5
2009	33444	64.8
2010	35184	5.2
2011	27744	-21.1
2012	33828	21.9
2013	34368	1.6
2014	44536	29.6
2015	31848	-28.5
2016 (ene-set)	20950	-14.1

1/ No considera operaciones realizadas entre entidades del mismo grupo económico ni aquellas que impliquen algún tipo de operación de reporte.
Fuente: MEF

da al retirar bonos en dólares y emitir bonos en soles. Además, se generaron importantes ahorros y alivios financieros para el país, según el Ministerio de Economía y Finanzas.

Esta exitosa colocación del Bono Soberano 2028 llevó al reconocimiento de dos premios otorgados por la revista especializada en finanzas y economía Latin Finance al Perú. Un reconocimiento fue por "La mejor transacción de administración de deuda soberana del año 2016", galardón recibido por primera vez en la historia del país. La otra distinción fue por la "Mejor transacción en moneda local del año 2016" como reconocimiento a la más grande emisión de bonos soberanos en moneda local llevada a cabo en los mercados globales.

NEGOCIACIÓN

Los montos de negociación de los bonos soberanos en el mercado secundario han tenido un comportamiento negativo en los dos últimos años. En el 2015 estos disminuyeron en 28.5% y entre enero y setiembre de 2016 la caída fue de 14.1%, debido en parte a los mayores montos colocados de estos títulos en el mercado primario, lo que ha impactado en su negociación secundaria. +

PRODUCTOS DE LA MARCA

Gan@Más



REVISTA PARA EMPRENDEDORES

Gan@Más es una publicación mensual de información, análisis y opinión para apoyar el crecimiento de los negocios y motivar nuevos emprendimientos en el país.

+FINANZ@S es una publicación mensual de información, análisis y opinión sobre temas financieros. Con nuestro lema "Porque las Finanzas no son solo para expertos" transmitimos contenidos de manera sencilla y concisa.



CONTENIDOS DE IMPACTO

Generamos contenidos especializados que son de gran utilidad para nuestros lectores.



PORTAL DE NOTICIAS

Somos el principal portal para emprendedores con información completa y de actualidad sobre temas de innovación, tecnología, emprendimientos, finanzas, economía, educación y otros de interés.



CAPACITACIÓN

Gan@Más desarrolla seminarios, talleres, In House y conferencias sobre distintos temas, de gran actualidad y utilidad para ejecutivos, gerentes, empresarios y profesionales de diferentes disciplinas.


 LAURA ROJAS

Investigadora en temas de innovación, emprendimiento y negocios internacionales

¿QUÉ PUEDE APRENDER LA BANCA TRADICIONAL DE LAS FINTECH? (*)

La colaboración con el sector Fintech puede promover la modernización de los bancos, pero deben existir regulaciones apropiadas que faciliten este relacionamiento.

La tecnología cambió la forma en que se consumen, producen y distribuyen los productos y servicios financieros. Nuevos jugadores como las empresas Fintech están impulsando la innovación en esta industria y las instituciones tradicionales –bancos minoristas y de inversión, microfinancieras, compañías de seguro y otras– deben adaptarse para no ser desplazadas. ¿Cuáles son los desafíos y el camino a seguir?

Las Fintech son empresas que ofrecen productos y servicios financieros a través de modelos de negocio basados en la tecnología y la innovación digital. El sector está formado por gigantes como Google, Amazon, Apple, Vodafone o Alibaba, así como por firmas de más reciente creación que operan en nichos específicos del negocio financiero, tales como pagos y transferencias (AliPay, Vemmo), préstamos (Kabbage), inversiones (Nutmeg), procesamiento de pagos (Adyen), análisis de riesgo (AlgoDynamix) y muchos otros segmentos de la cadena de valor de un banco (ver infografía). Según un informe del Citigroup, la inversión privada en este sector a nivel mundial experimentó un crecimiento explosivo durante el período 2013-2016 alcanzando la cifra récord de 20,9 mil millones de dólares en 2016, 16 mil millones más que en 2013.

América Latina y el Caribe se están convirtiendo en un terreno fértil para el crecimiento del sector Fintech debido a la alta penetración de teléfonos celulares y el alto porcentaje de personas no bancarizadas o desatendidas por los bancos. Según la Asociación Latinoamericana de Capital de Riesgo (LAVCA), el sector atrajo el 40% del total invertido por fondos de capital privado latinoamericanos y extranjeros en tecnologías de información y telecomunicaciones durante el primer semestre de 2016, comparado con el 29% en 2015. Nombres como Nubank, Mercado Electrónico, Afluente, Moneyme, GuiaBolso y BankFacil han recibido atención de inversionistas de Silicon Valley. México se perfila como el centro regional de innovación Fintech más importante en América Latina, seguido por Brasil, Colombia y Chile.

COLABORACIÓN CON LAS FINTECH: 6 RAZONES PARA HACERLO

Para evitar ser desplazadas por las Fintech, las instituciones financieras tradicionales necesitan salir al mercado con mejores productos y servicios, más personalizados y que sean distribuidos a través de canales digitales, especialmente móviles.

En industrias como la de las finanzas, donde la velocidad del cambio tecnológico es alta y los emprendedores independientes

pueden producir innovaciones tan buenas o mejores que las grandes empresas, es eficiente innovar incorporando ideas del exterior y colaborando con otras empresas, lo que se conoce como innovación abierta. Grandes bancos como Citibank, Bank of America, Wells Fargo, Santander, Barclays, Capital One y BBVA, entre otros, han descubierto que pueden colaborar en vez de competir con las empresas Fintech y utilizan la innovación abierta para lograr varios objetivos:

1 Recortar su curva de aprendizaje. Trabajando con las empresas Fintech los bancos están aprendiendo en mucho menos tiempo sobre negocios que son fundamentalmente diferentes a los que ellos han manejado por años.

2 Atraer talento con potencial disruptivo. La colaboración con las Fintech permite que los bancos usen el talento que ellas tienen en abundancia, al mismo tiempo que invierten en formar el recurso humano que necesitan en diferentes áreas como análisis de datos, inteligencia artificial, diseño, seguridad cibernética, blockchain y otras.

3 Promover una cultura más innovadora y colaborativa dentro de la organización. Trabajar con las Fintech ayuda a cambiar

la cultura organizacional de un banco, promoviendo el trabajo en equipo, la experimentación, el asumir riesgos y la agilidad en la implementación de ideas.

4 Reducir los costos y riesgos de salida al mercado con innovaciones propias. Salir al mercado con soluciones Fintech que ya han sido validadas por el mercado o que pueden ser validadas rápidamente, en conjunto con los bancos, es más barato y menos riesgoso que salir a probar innovaciones propias.

5 Identificar eficientemente nuevas oportunidades de negocios, financieros y no financieros. Las incubadoras y aceleradoras, así como las competencias y los hackatones son fórmulas utilizadas por los bancos para identificar empresas y tecnologías en nuevos verticales y mercados.

6 Explotar su tecnología propietaria a través de distintos mecanismos. Los bancos pueden

licenciar o comercializar tecnologías desarrolladas sólo o en colaboración con las Fintech mediante empresas independientes y otras fórmulas.

Bancos como los ya mencionados y otros han incorporado a su cadena de valor y modelo de negocio de múltiples maneras. Otros bancos están creando ecosistemas propios que afilian a empresas Fintech y otras bajo modelos de negocio tipo plataforma, como es el caso del BBVA.

Los gobiernos tendrán mucho que decir sobre cómo se desarrollará el sector financiero en el futuro. Una de las mayores preocupaciones es permitir la innovación de las Fintech al mismo tiempo de proteger los intereses de los usuarios y preservar la estabilidad del sistema financiero. La colaboración con el sector Fintech puede promover la modernización de los bancos y otras instituciones financieras, pero deben existir regulaciones apropiadas que faci-

liten este relacionamiento, como se da en la Unión Europea y en el Reino Unido. Las regulaciones también pueden promover la inclusión financiera, lo que tendría efectos positivos muy poderosos para sectores desfavorecidos.

Los bancos, las microfinancieras y otras empresas financieras de tamaño pequeño o mediano deberían imitar a los grandes bancos y colaborar con las Fintech, pero no lo hacen por temor a los riesgos — operacionales, legales, regulatorios y de reputación— de usar tecnologías y proveedores que no conocen. Parte del problema es que no han desarrollado la capacidad de analizar las soluciones existentes y de evaluar cómo ciertas Fintech podrían mejorar su oferta de productos y su eficiencia operativa. El costo de aprender a trabajar con las Fintech es bajo en comparación al costo de ser desplazados por ellas. Mientras más se demoren en actuar, más difícil les resultará permanecer en el nuevo escenario de las finanzas en la era digital. +

EMPRESAS FINTECH EN LA CADENA DE VALOR BANCARIA



Fuente: La revolución Fintech y el Futuro de la Banca

“Cinepapaya se vendió en bancarrota porque no tenía oxígeno”

Gonzalo Begazo cuenta detalles de cómo fueron las negociaciones para la venta de la startup peruana a Fandango.



Gonzalo Begazo.

El 14 de marzo de este año Cinepapaya pasó a denominarse Fandango (Fandango.lat) en Latinoamérica, adoptando el nombre de la compañía matriz, quien la adquirió en diciembre de 2016. Además de lanzar el nuevo look e identidad de marca para web y app, la compañía tiene pensado desplegar nuevas características y aún más

contenido original y exclusivo para todos los cinéfilos de Latinoamérica. Fandango también continuará innovando para ayudar a sus socios exhibidores a mantenerse a la vanguardia de las últimas tendencias tecnológicas.

“Este lanzamiento supone un nuevo capítulo para nuestra compañía ya que aprovecharemos las sinergias de nuestra casa matriz en USA y su relación con las me-

jores empresas de tecnología así como los estudios de Hollywood para brindar más productos y servicios, y mejorar la experiencia de los amantes del cine en Latinoamérica”, comentó Manuel Olguín, co-Fundador y CEO de Cinepapaya, y actualmente SVP de Fandango Latinoamérica.

El nuevo Fandango Latinoamérica será liderado por el mismo equipo directivo de Cinepapaya. **+Finanz@s** supo que Gary Urteaga, el otro fundador de Cinepapaya, es el Vice-President de Business Development de Fandango Latam.

LOS MOMENTOS DIFÍCILES

Sin duda, la venta de Cinepapaya a Fandango es el exit más importante para el Perú, pero no todo fue color de rosa en el crecimiento de esta startup peruana, que es una de las referentes de nuestro ecosistema emprendedor. Hubo más de cuatro oportunidades en que Cinepapaya estuvo a punto de quebrar.

En esta historia, Gonzalo Begazo, emprendedor e inversionista ángel, fue uno de los primeros que creyó en Cinepapaya. “Uno de los aciertos que tuvimos

como inversores fue invertir en Cinepapaya, fuimos los primeros en hacerlo”, comentó Gonzalo en el marco de un reciente evento convocado por Endeavor y Angel Venture Perú.

“Yo conocí a Gary Urteaga y a Manuel Olguín cuando estaba trabajando en Google. Gary venía de Japón, ya era un emprendedor serial, y Manuel venía de trabajar en España, viendo temas de audiovisuales y películas, y lo que querían era hacer el Netflix de Latinoamérica, en el 2010”.

Gonzalo comentó que se habían dado cuenta de que habían muchas películas, sobre todo en Argentina, donde los derechos eran gratis y habían como 100 mil películas. “Pusimos la plata, empezamos y a los dos meses cambiaron las leyes en ese país y no pudimos seguir con el proyecto. Se nos cayó el negocio, nos llevó 4 meses de análisis y de pensar en cerrar, pero felizmente pudimos cambiar el modelo y se optó por la venta de entradas al cine”.

Otra situación complicada fue cuando la empresa comenzó a crecer y no lograba agarrar fuerza en el Perú, pero sí estaba avanzando en otros países. “Entonces decidimos seguir creciendo en Colombia y eso impactó en la economía de la compañía (en el cash flow). Felizmente ahí entró Five Hundred Startups que nos financió y nos enseñaron a hacer unit economics (costo de adquisición para generar una transacción y el costo de adquisición para obtener un cliente)”.

Otro momento clave, según Gonzalo, fue cuando entró Movable que es el fondo brasileño y ellos prometieron un montón de dinero pero por los problemas que tuvieron pararon su inversión y eso les complicó porque tuvieron que pasar el sombrero entre los socios y tratar de conseguir nuevos socios rápidamente.

“LO PEOR QUE TE PUEDE PASAR ES QUE UN SOCIO, QUE SE COMPROMETE CON UNA INVERSIÓN, LUEGO TE DIGA QUE NO PUEDE”.

“ÉRAMOS MUCHOS SOCIOS Y NO TODOS SE DABAN CUENTA DE QUE ESTÁBAMOS VENDIENDO UNA COMPAÑÍA EN BANCARROTA”.

“Lo peor que te puede pasar es que un socio, que se compromete con una inversión, luego te diga que no puede y te cuelgue cuando ya tienes todo armado y ya has estado invirtiendo esperando en ese ingreso fresco de capital”.

EN BANCARROTA

El último momento crítico de Cinepapaya fue antes de que se concrete la venta con Fandango. “Éramos muchos socios y no todos se daban cuenta de que estábamos vendiendo una compañía en bancarrota. Cada semana o mes que nos demorábamos en negociar, les costaba a los accionistas mucha plata porque bajaba la valorización que estábamos negociando con Fandango. Entonces en ese momento tuvimos que ser ultra diligentes para apoyar a los emprendedores y endulzar las cosas desde adentro, no desde el comprador porque él te dice esto es lo que pagaremos y

ya tú ves cómo te arreglas con tus socios”, reveló Gonzalo.

“Entonces lo que teníamos que hacer era ver qué le molestaba a cada socio para cerrar la venta y empezar a arreglar las cosas. Felizmente nos pusimos de acuerdo y pudimos negociar como grupo”.

En las negociaciones se armaron una especie de bandos y cada grupo tenía su agenda propia. “Entre los grupos habían de los inversionistas ángeles que fuimos los que primero entramos, los VC funds (venture capital) y los lead investors que son los que metieron millones de dólares a una compañía. A veces uno cree que todos quieren salir, sí, pero quieren salir diferente, entonces tienes que acomodar la situación para llegar al exit. Ese fue un momento en que estábamos a punto de vender pero a la vez no teníamos oxígeno y la compañía podía quebrar si se caía la venta. Entonces vender una compañía en bancarrota es complicado y Cinepapaya sí estaba en bancarrota porque no tenía oxígeno”, afirmó Gonzalo.

Subrayó que le encantó invertir en Cinepapaya porque era una industria nueva de la que aprendió mucho, además los emprendedores fundadores eran una combinación mágica. “Gary es el mejor networker que pueda haber en Latinoamérica y Manuel es un tipo que puede ser muy bueno ejecutando y esa combinación fue excelente”.

Al comienzo se reunían todos los miércoles a las 7 de la mañana, en su oficina, para gestionar distintos temas. “Ahora que soy emprendedor llamo a Gary y a Manuel para escuchar lo que me tienen que enseñar. Yo en algún momento les ayudé a gestionar, ahora es al revés, porque en esos 5 o 6 años que Cinepapaya trabajó con distintos inversionistas fue espectacular, y ellos tienen mucho que aportar”. ✚


RENATO REYES CHACÓN

Gerente de Tesorería y Gestión de Activos y Pasivos del Banco Ripley



IMPORTANCIA DE LAS TASAS VARIABLES EN SOLES PARA LA ECONOMÍA

Tener estas tasas traería como consecuencia, menores costos asociados para los agentes y un nuevo impulso a la bancarización del país.

Muchos se habrán preguntado, alguna vez, cuál es la principal diferencia entre la tasa de interés en moneda nacional, que se utiliza para la colocación de créditos y la toma de depósitos en el mercado peruano, y las tasas que se utilizan para realizar similares transacciones en los países industrializados. Si no se han hecho esta pregunta, el presente artículo les puede generar esa inquietud.

La principal diferencia radica en que las tasas usadas en los Estados Unidos de Norteamérica y Europa, por ejemplo, son tasas variables, basadas en el LIBOR y el EURIBOR, respectivamente, siendo estas, tasas variables cuyo valor refleja una estimación de los agentes del mercado, acerca del comportamiento de la inflación y por ende, de la tasa en sí; mientras que en el caso peruano, las tasas son en soles y FIJAS, restándole a los agentes esta importante capacidad de análisis y de decisión.

Pero ¿por qué son importantes las tasas variables en una economía? Porque son vitales para reducir un potencial riesgo sistémico, en caso haya una elevación inesperada de las tasas en moneda nacional, las mismas que afectarían el costo de fondeo de la banca, a la vez que deterio-

ran el crédito de largo plazo, medido a través de los rendimientos de la deuda soberana. Si las tesorerías de los bancos pueden gestionar este activo de forma más eficiente, entonces podrán compartir también mejores condiciones al mercado de crédito para personas naturales y jurídicas. Esta particularidad, también permite acceder a un mercado de capitales más profundo, porque facilitará a los agentes elegir los puntos de la curva donde desean tener exposición al riesgo de tasa de interés y en cuáles no.

En paralelo, con el desarrollo de esta iniciativa, se activaría el mercado de derivados en moneda nacional, a través de la utilización del OIS (Overnight Index Swap) también, el cual permitiría cambiar a los agentes económicos de tasa variable a fija y viceversa, trayendo más profundidad y profesionalismo al mercado.

“MÉXICO Y COLOMBIA SON REFERENTES DE HABER IMPLEMENTADO LA TASA VARIABLE, EN MONEDA NACIONAL EN SUS ECONOMÍAS”.

Sin embargo, para que esta tasa sea representativa del mercado, es necesario que sea una tasa operable, es decir, que no solamente se limite a ser una tasa encuestada, como llegó a ser en algún momento la Limabor, la cual no tuvo el éxito esperado porque los bancos no se comprometían a operarla.

Tenemos a México y Colombia, como referentes de haber implementado la tasa variable, en moneda nacional en sus economías, hace algún tiempo. En el caso de México, funciona la TIIE (Tasa de interés interbancaria de equilibrio) a 28 días como referencia, aunque también se muestra a 91 y 182 días; y en Colombia funciona la IBR (Indicador Bancario de Referencia) a los plazos de Overnight, 1M, 3M y 6M.

El Perú debe mirarse en ese espejo y buscar desarrollar este mercado en el más breve plazo, por lo menos aquel en que se tenga una referencia variable, a un mes, versus la tasa Overnight, para lo cual será deseable el apoyo del Banco Central de Reserva, de forma similar al apoyo que brindaron los bancos centrales en los países mencionados. Esta nueva metodología traería como consecuencia, en un mediano plazo, menores costos asociados para los agentes y un nuevo impulso a la bancarización del país. ✚

Caja Arequipa comprometida con la calidad de servicio a sus clientes

Enfocados en servir mejor a sus clientes, Caja Arequipa desarrolló el "Primer Taller de Experiencia del Cliente", en el que funcionarios y gerentes se reunieron para alinear las estrategias y acciones dirigidas a asegurar la calidad de su

servicio. Los gerentes centrales, Wilber Dongo y Ramiro Postigo, compartieron experiencias y motivaron al equipo gerencial, para lograr este objetivo estratégico. El expositor del taller fue el experto en "Business Excellence" y en "Shoper y Consumer Marketing".



Funcionarios y gerentes de Caja Arequipa, comprometidos con la calidad de atención y servicio a los clientes.

Wilber Dongo, gerente central de Negocios, expone en el "Primer Taller Experiencia del Cliente" de Caja Arequipa.



Ramiro Postigo, gerente central de Finanzas, comparte su experiencia de servicio con los líderes de Caja Arequipa.



Todos los colaboradores de Caja Arequipa, se ponen la camiseta y se comprometen a liderar la calidad de servicio al cliente.



El trabajo en equipo y las dinámicas son la clave para la capacitación de los colaboradores de la microfinanciera líder.

10 habilidades fundamentales de un directivo

Un directivo tiene que ser un líder para sus trabajadores, pero el liderazgo no basta para ser un buen directivo.



Hoy, el sueño de casi todo trabajador es convertirse en el CEO de su compañía, en el Gerente, en un Directivo. Muchos ingresan a la empresa con ascender como único objetivo, sea por el sueldo, por el status, o por cualquier ra-

zón, lo cierto es que a cualquiera le gustaría ser su propio jefe.

Pero lo cierto es que no todo trabajador puede ser un directivo. Un buen directivo no “la tiene fácil”. Uno que hace un buen trabajo tiene que tener tacto, delicadeza y firmeza para saber gestionar el talento humano de su empresa

y ponerlo al servicio de los demás, porque el fracaso o éxito del empresario, en muchas ocasiones, se debe a qué tanto conoce y tiene, habilidades directivas.

Un directivo tiene que ser un líder para sus trabajadores, pero el liderazgo no basta para ser un buen directivo. El directivo tiene

que conocer también del negocio en el que está. Un experto en finanzas en una empresa exportadora de tubérculos que no sabe nada sobre el proceso de siembra de los mismos y de las variedades que ofrece su compañía sirve tanto en una mesa directiva como un experto agricultor que no sabe nada sobre cómo hacer negocios.

Desde **+Finanz@s** presentamos las 10 habilidades fundamentales que todo buen directivo debe tener para que su empresa prospere.

1 Liderazgo. Como adelantamos, un directivo tiene que saber guiar, es básico. Tiene que mantener a su equipo motivado y debe buscar que sus trabajadores alcancen las metas de la empresa pero también sus metas personales para que se sientan a gusto con sus trabajos y sean fieles a la compañía. Lamentablemente, hoy un directivo no siempre es sinónimo de líder, aunque debería serlo. Un directivo que sabe liderar no solo da órdenes sino que actúa con el ejemplo.

2 Comunicación. Un buen directivo es aquel que propicia un clima positivo de comunicación en el que los empleados no tendrán miedo de comunicarle cualquier asunto, tiene que haber confianza entre las partes. Ello porque son los trabajadores quienes verdaderamente transmiten el mensaje de la empresa y es el directivo el que debe saber transmitir a sus trabajadores el espíritu de su compañía de manera eficaz.

3 Empatía. Un directivo tiene que ser empático. Esto significa no solo que él sienta que se pone en el lugar de su trabajador, sino que le demuestre a este, con sus actitudes, que realmente lo hace. Un directivo empático es el que trata a sus trabajadores como iguales sin

marcar de manera excesiva la barrera empleado-empleador.

4 Formador. Un directivo debe fomentar el desarrollo de las habilidades de sus trabajadores y compartir sus conocimientos, no solo para que estos se sientan felices y trabajen mejor (de manera más productiva, proactiva y eficiente), sino también por la seguridad de su empresa. Una empresa es como un barco, si solo el capitán sabe como izar las velas, el barco estará en peligro de hundirse cada vez que haya tormenta.

5 Crecimiento. Un directivo aprende de cada problema que logra superar, es decir evoluciona. Porque si no hace caso a su experiencia y no aprende de los problemas que ha logrado

“UNA EMPRESA ES COMO UN BARCO, SI SOLO EL CAPITÁN SABE COMO IZAR LAS VELAS, EL BARCO ESTARÁ EN PELIGRO DE HUNDIRSE CADA VEZ QUE HAYA TORMENTA”.

superar en el pasado, va a seguir cometiéndolos y la empresa va a estancarse.

6 Trabajo en equipo. En la línea con el liderazgo, un directivo que es líder es uno que sabe trabajar en equipo. No solo dirige a su equipo, sino que forma parte de este colaborando. Solo así el directivo podrá tener un equipo fuerte y eficaz, en donde todos los miembros sientan que su trabajo es importante y sus funciones son útiles para la actividad empresarial y la continuidad de la empresa. La empresa funciona como un auto, si solo el motor está operando, el auto no avanzará, necesita de todas las partes para funcionar.

7 Negociación. Un directivo tiene que tener la capacidad de poder llegar a un acuerdo de lo

más satisfactorio y justo para todas las partes involucradas.

8 Creatividad. Un directivo tiene que estar buscando siempre nuevas ideas, nuevas oportunidades de negocios, de crecimiento. Así asegurará la continuidad y éxito de la empresa. Por eso es tan importante que un directivo esté en constante capacitación, al tanto de las últimas tendencias.

9 Flexibilidad. Un directivo que no sabe aceptar cambios es un directivo que no va a durar en la mesa directiva de la compañía. Hoy todo cambia, las compañías están en constante construcción, reconstrucción, deconstrucción. Estar preparado para los cambios o amenazas es esencial, una vez que vea al cambio como una

oportunidad, en lugar de un peligro, podrá afrontarlo mejor.

10 Ética. Finalmente, un directivo antes que directivo es una persona. Y toda buena persona es una persona ética, íntegra, con valores y principios que respeta. Una persona que actúa de manera coherente a su ética y desde su ética traza su camino para alcanzar tanto su éxito como el de su compañía.

Es claro entonces que para que una empresa sea exitosa tiene que tener a un buen líder, que sepa del negocio, que se preocupe por su gente, que forme a su equipo, que trabaje con ellos, que aprenda de cada experiencia, que sepa negociar, que innove, que esté dispuesto a cambiar, que sea íntegro. Es decir, un buen directivo. ✚



Shirley Reyes,
Julia Criollo,
Víctor Hugo
Urcia y César
Vela.

Créditos que cambian vidas

Las socias de Water.org, Mibanco, Caja Sullana y Caja Huancayo, compartieron sus logros en el otorgamiento de créditos para agua y saneamiento.

Water.org es una organización internacional sin fines de lucro que busca romper las barreras de acceso al agua potable y saneamiento, a través de los créditos y financiamiento, y que ya ha transformado positivamente a más de 5 millones de personas en todo el mundo.

Esta organización fundada por Gary White y el actor Matt Damon también está presente en el Perú y tiene como socios importantes a Mibanco, Caja Sullana y Caja Huancayo, entidades microfinancieras que ofrecen

créditos como herramienta de inclusión en agua y saneamiento.

En el foro Acceleration, realizado recientemente, los representantes de estas tres microfinancieras peruanas compartieron sus experiencias y logros desde que son aliados de Water.org.

MIBANCO

César Vela, Subgerente de Productos Inclusivos de Mibanco, encontró cuatro puntos importantes con los que tuvieron que trabajar:

1 **Concientización en la población:** “El problema inicial era

hacer entender a estas personas que las diarreas constantes de sus hijos pequeños no eran normales, eran producto de la mala higiene y falta de agua y desagüe y que ello les producía desnutrición crónica, a los menores de 5 años, con secuelas negativas en el intelecto que no les permitiría desarrollarse con normalidad. Estas familias, a lo mucho, ponían un caño en las puertas de sus casas”.

2 **Valor agregado:** “Nuestro producto desarrollado no son solo números o créditos sino la transformación de vi-

das. Nuestro valor agregado es que nuestros asesores están tan bien capacitados que saben qué ofrecer a los clientes de acuerdo a lo que necesitan. Conocen de construcción, materiales, etc, y pueden detectar si un cliente pide poco o mucho dinero para lo que quiere hacer y direcciona mejor sus necesidades”.

3 **Concientización de los asesores:** “Este fue un reto. Somos una organización de 6,500 personas en campo. Cómo hago para que los asesores interioricen y entiendan que esto es transformar vidas?. Nos ayudó el empuje que nos dieron los directivos porque comprendían que esto va mucho más allá del negocio. Nuestra rotación no es alta porque los analistas ya no ven que están dando un crédito sino sienten que están aportando y transformando vidas”.

4 **Producto perdurable en el tiempo:** “Era necesario generar un proceso para que el proyecto sea perdurable y sostenible, para que tenga vida propia porque las autoridades y directivos cambian, se van, los analistas también, pero el proyecto queda y tiene que continuar. Además, debía ser rentable. La filantropía pura solo la pueden hacer muy pocas organizaciones, pero si se quiere masificar este beneficio debe ser rentable”.

CAJA SULLANA

Shirley Reyes, Jefa del Área de créditos a empresas de Caja Sullana, comentó que para ellos también fue difícil empezar dando créditos exclusivos para agua y desagüe. “Nosotros sabemos vender créditos y los hemos colocado desde hace 30 años, pero estas familias necesitaban argumentos de venta que nos permitieran llegar a ellos. Creímos que entrando con las asociaciones empezaríamos bien, pero no fue

así. Hubo que educar a la gente sobre la importancia de ser buenos pagadores porque no lo eran y de esa forma ayudarlos a mejorar su historial crediticio”.

Shirley comentó que ahora los clientes de este portafolio tienen una buena cultura de pago y esa es una forma de retribución. “Valoran la mejora en su calidad de vida y eso les hace ser conscientes de que cumpliendo sus pagos luego pueden pedir nuevos préstamos y mejorar otros aspectos de sus hogares o vidas”.

Finalmente, la funcionaria dijo que gracias a estos créditos, nuevos clientes ingresan al sistema financiero y eso es parte de la inclusión. Además, en Caja Sullana desarrollaron productos específicos para agua y saneamiento como Vive Mejor, Crédito Agua, Baño Ideal.

CAJA HUANCAYO

A su turno, Julia Criollo, Jefa de Créditos Minoristas Empresarial de Caja Huancayo, refirió que ellos ya contaban con un producto llamado Crediecológico, que les ayudó a emprender la carrera hacia el financiamiento de agua y saneamiento.

Luego con Crediyacu han podido llegar a los sectores C, D, E, que son los que más necesitan de los servicios de agua y desagüe. “Esta es una oportunidad de negocio porque nuestro público objetivo son los sectores C, D, E, que no tienen baño digno, instalaciones adecuadas, redes instaladas, etc. Viendo esa necesidad apostamos por Crediyacu. Los asesores ingresan a las casas de nuestros clientes y les sugieren lo que necesitan”.

Julia agregó que su fuerza de ventas recibió capacitación previa, sobre todo para sensibilizarse, y que el producto ha permitido captar clientes nuevos con montos pequeños, pues el ticket promedio de crédito está en 1900 soles. “Las palabras pueden mo-

ver pero el ejemplo arrastra. Entonces si un cliente ve que el otro ha mejorado su calidad de vida, eso hace que se anime a lograr lo mismo y solicitar su crédito”.

Caja Huancayo busca una relación larga con su cliente, lo fideliza y eso le permite tener sostenibilidad que no es solo económica, sino social y medio ambiental, dijo Julia, refiriendo que su sociedad con Water.org se alinea con ello. “Buscamos que nuestro cliente mejore en todo aspecto y hoy la juventud es la que quiere mejorar más su calidad de vida. Por eso nosotros planificamos estrategias para llegar a esa población joven”.

Para terminar, la representante de Caja Huancayo contó que también se están enfocando en las mujeres de la selva central que están incursionando en el rubro de la construcción. Con ellas harán talleres y con la población joven encaminarán los financiamientos. +

“SI UN CLIENTE VE QUE EL OTRO HA MEJORADO SU CALIDAD DE VIDA, ESO HACE QUE SE ANIME A LOGRAR LO MISMO Y SOLICITAR SU CRÉDITO”.



¿Cómo administrar tus finanzas en la etapa inicial de tu negocio?

Mientras más capacidad de pago tengan, mejores serán los créditos y no solo el monto, sino la tasa de interés que las entidades financieras pueden cobrar.



Jorge Machuca Vilchez, analista principal de inclusión financiera de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), aconsejó algunas técnicas de dominio de finanzas para administrar los ingresos óptimamente.

Para el especialista, la voluntad y capacidad de pago son dos conceptos que deben conocer todas

las personas que deseen manejar correctamente su capital.

“El emprendedor peruano siempre se enfrenta a una realidad que es la necesidad de capital. Para ello debe aprender a diferenciar la voluntad de pago de la capacidad de pago, solo así entenderá cómo lo analiza una entidad del sistema financiero”.

El por qué y el para qué son las preguntas que responden a

la capacidad y voluntad de pago respectivamente. Mientras que el primero se refiere al estado de cuenta y a la predisposición para pagar, el segundo está más vinculado a la motivación de los usuarios para generar una transacción.

VOLUNTAD DE PAGO

Esta actitud es la que debe ser más importante. La razón radi-

ca en “se puede ser una persona con mucha capacidad de pago, pero aun así evadir las deudas pendientes”.

Las entidades financieras preponderan la voluntad de pago sobre la capacidad de pago antes de otorgar un crédito. Por esa razón, la SBS, a través de su portal web, ayuda a las personas que desean iniciar su negocio brindándoles la información de su reporte de deudas.

“Para observar nuestro reporte de deudas necesitamos el DNI. Antes de establecer lazos con un socio, recomiendo a los emprendedores ingresar los datos de dicha persona debido a que de esa forma asegurará que no tiene problemas con el sistema financiero”.

La ayuda de la SBS se evidencia a través de las calificaciones que resumen el estado de las personas que tienen deudas. Estas pueden ser normal, problemas potenciales, deficiente, dudoso o pérdida.

De esa forma las entidades financieras monitorean el comportamiento de sus posibles usuarios con el fin de garantizar la confianza. Según el experto, el crédito es riesgoso cuando las causas que impulsan a solicitarlo son inmediatas, como por ejemplo, la realización de un evento.

“Si el crédito es para pagar una casa o emprender un negocio este será viable porque nadie deja de pagar su casa porque si deja de hacerlo ya no tiene donde vivir, caso similar a cuando se saca adelante una empresa, puesto que esta generará utilidades”.

Por otro lado, son las mujeres las que generan más confianza a las instituciones financieras debido a la experiencia que ha dejado su alto compromiso con el pago de sus deudas.

La SBS solo proporciona información crediticia y no de depósitos. Esos datos son recaba-



“LA AYUDA DE LA SBS SE EVIDENCIA A TRAVÉS DE LAS CALIFICACIONES QUE RESUMEN EL ESTADO DE LAS PERSONAS QUE TIENEN DEUDAS”.

dos por las Centrales de Riesgo Privadas.

CAPACIDAD DE PAGO

Los que deseen emprender deben acreditar su capacidad de pago. Para ello deben determinar los productos que les conviene.

“Mientras más capacidad de pago tengan, mejores serán los créditos y no solo el monto, sino la tasa de interés que los bancos, cajas o financieras les pueden cobrar”, comentó.

Con el fin de proporcionar las mejores ofertas de crédito a los usuarios, la SBS compara las tasas de interés de todas las entidades financieras que se desarrollan en el Perú. Por eso, Machuca recomendó a los emprendedores informarse constantemente sobre estos datos para evitar pagar de más.

Otro tip es enterrar la idea de que si no se tiene un crédito será más probable que obtengan uno. Es importante generar un historial crediticio antes de solicitar el que financiará el desarrollo de un proyecto.

Los mecanismos líquidos y no líquidos evidenciarán la capacidad de pago de cada usuario. El primero está relacionado a los ahorros, ingresos, utilidades, entre otros, mientras que el segundo se refiere a los bienes que los usuarios poseen.

“Aquí se toma en cuenta todo lo que acredite que una persona es capaz de recibir financiamiento. A través de la web de la SBS se pueden comparar los costos y rendimientos de depósito”, dijo Machuca.

Además, la SBS brinda, a través de su portal, información estadística sobre el sistema financiero, privado y seguros con el fin de conocer cuál es más solvente.

Finalmente, Machuca aconsejó que antes de solicitar un crédito visiten el portal web de la banca escogida y observen a través de la opción “simulador de productos” cuál sería la tasa a pagar.

Esta opción debe ser proporcionada por todos los bancos del país ya que la norma establecida por el Estado los obliga a que así sea. +

“Las inversiones mineras siguen creciendo a pesar de los conflictos”

Solo entre el 2011 y 2015 invirtieron US\$ 24,000 millones, hay que ver cómo estos proyectos obtuvieron las licencias sociales, afirma Marcial García, Socio de Impuestos de EY Perú.

EY, en conjunto con ProInversión y el Ministerio de Relaciones Exteriores, recientemente publicó la “Guía de Inversión Minera 2017”, bajo el liderazgo de Marcial García, experto en tributación minera y Socio de Impuestos de EY Perú. La guía fue distribuida gratuitamente en el Prospectors & Developers Association of Canada (PDAC 2017) y contiene información general sobre el país (como el tipo de gobierno, la geografía, población, entorno de negocios, etc.), el sector minero (potencial minero, recientes desarrollos, tendencias, entre otros), marco legal y tributario y asuntos varios (cómo iniciar un negocio, contabilidad, aduanas, entre otros). **+Finanz@s** conversó con Marcial García al respecto.

¿Qué busca la Guía de Inversión Minera 2017?

Esta guía, que ya se encuentra en su quinta edición, es la primera y más completa de su tipo y está diseñada para brindar información a inversionistas de todo el mundo, por eso está en inglés, para que puedan tomar decisiones de inversión, exploración y desarrollo de nuevos proyectos en el país. Por eso ha sido distribuida de manera gratuita en el PDAC 2017 en Canadá, la con-

vinción minera más importante en el mundo. Tengo más de 20 años de experiencia asesorando inversionistas del sector minero así que sé qué es lo que quieren saber para invertir en Perú.

¿Qué importancia tiene el sector minero en la economía peruana?

El Perú es un país minero, el sector minero sigue siendo el motor de la economía del país representando la segunda actividad económica más importante con una participación del 14% del PBI. Del crecimiento de nuestra economía el año pasado (3.9%), casi la mitad es gracias al sector minero.

Hay 47,000 millones de dólares en proyectos mineros según el Ministerio de Energía y Minas, y de estos 14,000 millones de la cartera de inversión planean ser ejecutados en los siguientes 5 años.

“PARECIERA QUE EL CANON MINERO NO HA FUNCIONADO ADECUADAMENTE Y PRUEBA DE ELLO SON LOS CONFLICTOS SOCIALES”.

¿En qué productos se sostiene el sector?

Principalmente en cobre, pero también en molibdeno, plata y hierro. Nuestra producción de cobre ha crecido en 70% en los últimos 2 años gracias a Las Bambas, el proyecto minero más grande de la historia del país con una inversión de 10,000 millones, Cerro Verde, la planta concentradora más grande del mundo, Toromocho, Constancia, Antamina, entre otros. Todo ello ha contribuido a que el sector haya crecido en 21.2%. El Banco Central de Reserva espera que este año produzcamos 2.5 toneladas de cobre y el 2018, 2.7 para mantener nuestra posición como segundos productores en el mundo, solo superados por Chile.

En cuanto al cobre, nuestro principal producto de exportación, Waldo Mendoza decía que “durante las elecciones todos los candidatos deberían estar atentos a las variaciones del precio del cobre pues este resuelve la mayoría de los problemas de los gobiernos”.

El cobre aporta bastante, pero ya no tanto al punto de resolver los problemas del Perú. De hecho, en la Guía mostramos que el aporte de la minería a la recaudación ha venido cayendo en los últimos años, de 48.6% en el 2007 a 4.7% ahora, 10 veces menos en 10 años. Esta reducción se debe



Marcial García, experto en tributación minera y Socio de Impuestos de EY Perú.

no solo porque los precios de los minerales han bajado, sino también porque otros sectores han crecido. Así que ahora dependemos menos del cobre y de los minerales porque las fuentes de recaudación se han diversificado.

En cuanto al aspecto tributario, ¿qué tan atractivo está el Perú?

La carga tributaria peruana no se ha modificado. Como se explica en la Guía, parte de los cambios que se han dado en el marco de la delegación de facultades, gracias a los decretos legislativos, se refieren a la modificación de la tasa del Impuesto a la Renta. La carga combinada de este está en 33.03% y sumada a los demás gravámenes,

la carga total para el inversionista en el Perú está entre 42% y 52%, dependiendo de las utilidades de las compañías puesto que tenemos un sistema progresivo.

En comparación con los demás países latinoamericanos con los cuales competimos, superamos a Colombia, México y Argentina y somos superados por Chile que tiene una carga ligeramente menor (2-3 puntos porcentuales menos).

Pero no solo las cargas tributarias influyen en los flujos de inversión, sino también los conflictos sociales, el ruido político, entre otras variables. ¿Cómo estamos en ese aspecto?

Hace poco se ha publicado la úl-

tima encuesta del Instituto canadiense Fraser que muestra que el Perú ha avanzado varias posiciones en el ranking de países atractivos para la inversión minera, siendo el segundo de la región. Este ranking considera el marco regulatorio, el potencial geológico, entre otros factores.

Y todos los factores influyen y contaminan, a los demás. Hace algunos años Perú estaba en el puesto No 5 como país con mejor potencial geológico pero poco a poco fuimos bajando hasta el puesto No 25 cuando la geología no cambió, sino que influyeron los otros factores como la regulación y los conflictos sociales que son los principales disuasivos de la inversión.

Pareciera que el Canon minero no ha funcionado adecuadamente y prueba de ello son los conflictos sociales que han llevado a la paralización de proyectos como Tambo Grande hace 15 años, hasta Tía María y Conga. Pero durante ese tiempo, a pesar de los conflictos, se han logrado proyectos importantes. Solo entre el 2011 y 2015 invirtieron 24,000 millones de dólares. Entonces hay proyectos que han salido adelante, hay que ver cómo estos obtuvieron las licencias sociales para replicar la fórmula.

Finalmente, ¿qué balance y perspectivas tienes para el sector?

Hay intentos por reducir trabas burocráticas y por resolver conflictos sociales y además hay un factor externo que hace más atractiva la inversión, en países con un potencial geológico enorme como el Perú, que es que los precios de los minerales se están recuperando porque esta industria es cíclica. La perspectiva es positiva. ✚

Ciberataques a las infraestructuras del mercado financiero

Cada vez se hace más necesario fortalecer y revisar continuamente los aspectos relacionados a la administración de riesgos cibernéticos, recomienda el BCRP.



En el mundo de hoy, de tecnología siempre conectada y sin suficiente conciencia de seguridad de parte de los usuarios, los ataques cibernéticos ya no son una cuestión de “si nos ocurri-

rá” sino más bien de “cuándo nos ocurrirá”.

Según la Encuesta Global de Seguridad de la Información 2016-17 de EY, el 90% de las organizaciones en Perú no tiene un programa de inteligencia de amenazas.

La publicación subraya que los criminales cibernéticos están trabajando en técnicas para evadir la seguridad de las organizaciones, accediendo a todo, desde información de propiedad intelectual hasta información individual del consumidor. Hacen esto para causar daño, irrumpir data sensible y robar propiedad intelectual.

Las entidades financieras no están ajenas a estos ataques, por el contrario son las más amenazadas y tienen que tener mayor capacidad de respuesta ante estos eventos.

En este sentido, el documento “Guidance on Cyber Resilience for Financial Markets Infrastructures”, elaborado por el Committee on Payments and Market Infrastructures (CPMI) del Bank for International Settlements (BIS), presenta una guía para fortalecer a las infraestructuras de las entidades financieras frente a los ciberataques.

Un informe elaborado por el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) agrega que el BIS enfatiza que el objetivo es lograr que el tiempo de recuperación de una infraestructura ante un

ciberataque sea de dos horas. El documento propone 5 categorías que se deben tomar en cuenta para la administración de riesgos:

Gobernabilidad: Consiste en la creación de un marco de resistencia ante ciberataques que debe definir objetivos, requerimientos (personas, procesos y tecnologías) y la comunicación y colaboración de los involucrados.

Identificación: Las infraestructuras deben identificar sus funciones críticas de negocio y sus activos de información por orden de prioridad. La identificación de las funciones permitirá reconocer su importancia para ser protegidos y la identificación de activos de información permitirá mantener un inventario y conocer qué activos soportan las funciones del negocio.

Protección: La resistencia a ciberataques depende de la efectividad de la seguridad en proteger la confidencialidad, integridad y accesibilidad a los activos y servicios mediante controles y diseño de resistencia en tecnologías de comunicación. Los controles de seguridad tienen como función minimizar la probabilidad y el impacto de un ciberataque sobre una función de negocio o activo de información identificada.

Detección: La detección de un ciberataque provee tiempo para contrarrestarlo e implementar mecanismos de seguridad apropiados. El monitoreo es una herramienta importante para detectar actividades anómalas y su alcance debe incluir la línea de negocio y funciones y transacciones administrativas. Su cobertura debe incluir personas, procesos y tecnología.

Respuesta y recuperación: Las infraestructuras deben ser capaces de reasumir los sistemas críticos de forma rápida, segura y con



información exacta para mitigar el riesgo sistémico. Una infraestructura debe reasumir actividades críticas y habilitar sus operaciones en aproximadamente dos horas después del ciberataque y habilitar hacia el final del día la liquidación completa.

Asimismo, se analizan 3 componentes que se deben tomar en cuenta en la elaboración del marco de resistencia ante ciberataques:

Pruebas: Una infraestructura debe establecer un programa de pruebas para validar todos los elementos del marco de resistencia a ciberataques. Emplear metodologías y prácticas de testeo que contengan la evaluación de vulnerabilidades, escenario base

para simulación de ciberataques extremos, test de penetración de los sistemas, etc.

Conocimiento de la situación: Se refiere al entendimiento completo de las amenazas a ciberataques. Este entendimiento permite reevaluar la dirección de la estrategia, la asignación de recursos, procesos, procedimientos y controles.

Aprendizaje y evolución: Una infraestructura debe implementar un marco de resistencia adaptativo que evolucione con la naturaleza dinámica de los riesgos cibernéticos. Se debe identificar y aprender de eventos cibernéticos que han ocurrido dentro y fuera de la organización y se debe trabajar para lograr capacidades predictivas y proactivas capturando información de múltiples fuentes internas y externas.

Debido al avance tecnológico y a la mayor importancia que tienen las infraestructuras en la estabilidad del Sistema Financiero, cada vez se hace más necesario fortalecer y revisar continuamente los aspectos relacionados a la administración de riesgos cibernéticos, esfuerzo que no puede ser aislado sino que debe involucrar a empresas y regulados que participen, finaliza el BCRP. +

“LAS ENTIDADES FINANCIERAS NO ESTÁS AJENAS A ESTOS ATAQUES, SON LAS MÁS AMENAZADAS Y TIENEN QUE TENER MAYOR CAPACIDAD DE RESPUESTA”.

Asobanca lanza plataforma sobre el sistema financiero latinoamericano

DataLab Asobanca es un Sistema de Inteligencia Financiera que provee datos y estadísticas del Sistema Bancario y Financiero de Ecuador e indicadores de otros países de la región.

Más de 250 millones de unidades de información bancaria provee DataLab de la Asociación de Bancos del Ecuador (Asobanca), una herramienta gratuita que informa, compara y difunde datos propios del sistema financiero de América Latina.

Juan Pablo Erráez, Director del Departamento Económico de Asobanca, presentó esta innovación en el marco del reciente Digital Bank en Ecuador y reveló que es la primera asociación de bancos que ha desarrollado una solución que reúne información sobre el sistema bancario y financiero de Ecuador y otros países.

Allí se pueden consultar balances, volúmenes de crédito y el estado del sistema financiero internacional con la ayuda de los indicadores y balances propios de cada banco. Asimismo indica los establecimientos donde la banca otorga créditos, compara los servicios de las entidades de América Latina y analiza las prestaciones ofrecidas en Ecuador.

DATOS FINANCIEROS

El DataLab Asobanca reveló que desde febrero de este año hasta el 9 de marzo los 23 bancos que operan en Ecuador han ganado 35 mil millones de dólares de activos. “Podemos observar específicamente la cartera, los



Juan Pablo Erráez, Director del Departamento Económico de Asobanca

depósitos, los pasivos, los patrimonios, la distribución de los tipos de depósito cuentas corrientes, a plazo, los depósitos de cuentas de ahorro”, detalló Erráez.

Estos datos pueden ser filtrados por la plataforma de acuerdo al banco que el usuario desee. En febrero 8 de cada 10 depósitos al Banco Solidario de Ecuador correspondieron a cuentas de depósito a plazo. “Con respecto al banco Pacífico observamos que casi la mitad de sus depósitos corresponde a una cuenta corriente durante el mes pasado”.

Otra beneficio del innovador programa es la información sobre los

bancos que tienen una gran cantidad de pasivos, cuentas de segundo nivel y depósitos con el público desde el 2005 hasta febrero de este año.

CRÉDITO

Los lugares donde se ofrece crédito y la evolución de este servicio son datos que brinda DataLab de manera interactiva y rápida.

“En términos generales, en los 23 bancos que trabajan, en todo el país, se otorgó 2 mil 500 millones de dólares en diciembre del año pasado. Sin embargo, ese monto no sigue la misma distribución de bancos, ni de actividades económicas”, contó.

Para demostrar su afirmación, Erráez redujo el ámbito geográfico de la información bancaria a la ciudad de Ambato y descubrió que en diciembre las entidades de este lugar otorgaron 47 millones en crédito. “Antes el volumen de crédito era liderado por el banco Pichincha. Ahora esa posición fue tomada por Produbanco”.

DataLab también muestra la distribución del crédito en las mil actividades productivas que se desarrollan en Ecuador. Erráez informó que ocho de cada diez préstamos se dirigen al sector comercial o productivo.

“Por ejemplo, en Ambato la plataforma nos muestra que se desarrollan distintas industrias. Al escoger plásticos encontramos que el único banco que brindó préstamos en ese sector fue Produbanco con dos millones de dólares”.

Gracias a los filtros que ofrece esta página web los usuarios conocerán qué bancos otorgaron créditos y qué tipos de préstamos efectuaron en los últimos diez años.

OTRAS VARIABLES

La cantidad de cajeros automáticos es otra variable que DataLab mide e informa. Para probar esto, Erráez aclaró con la ayuda de la plataforma que por cada cien mil habitantes Uruguay tuvo 59 cajeros automáticos hasta junio del 2016. “Si delimitamos el mismo tiempo y la misma cantidad de personas, el país que tiene menos cajeros automáticos es Nicaragua. Mientras que Ecuador posee 24 cajeros”, subrayó. +

ALQUILER DE OFICINAS

para Emprendedores



desde:

s/. 150

**Mensuales en
Surco y Miraflores**

La solución para hacer...

CRECER su Emprendimiento

¡Llámenos Ahora!

707-3500

www.centrosvirtuales.com

Venda más recibiendo clientes en una oficina A1

 **Centros
Virtuales**



Pedro Varas, CEO Founderlist, junto a tres ganadores de una competencia organizada por Founderlist.la, y Sebastian Arias, COO Founderlist.la

¿Cómo las startups pueden levantar inversión?

El CEO de Founderlist aconseja a los emprendedores sobre cómo enfrentar una solicitud de financiamiento.

Para una startup levantar inversión puede ser un proceso tedioso por el riesgo a fracasar. Por ello, Pedro Varas, CEO de Founderlist, aconsejó a los emprendedores sobre cómo enfrentar una solicitud de financiamiento y cuáles son los temas que deben dominar antes de reunirse con inversionistas.

Founderlist es una institución que ayuda a conseguir fi-

nanciamiento a emprendimientos de Latinoamérica gracias a convenios con fondos de inversiones que se desarrollan en la región.

Las sugerencias de Varas se sustentan en las experiencias que Founderlist ha reunido durante cuatro años luego de asesorar a 2,500 compañías y más de 18 mil emprendedores en 16 países donde han realizado eventos para emprendedores.

Por ello, Varas afirmó que “por lo general, cuando un inversionista siente que no es afín con el proyecto te dice que lo vuelvas a buscar en un tiempo más, lo más probable es que tengan que buscar otras fuentes de inversión como las iniciativas del gobierno o las incubadoras”.

Varas sintetizó, en cuatro características, todas las cualidades que deben tener los emprendimientos para entusiasmar al

financista: producto o servicio atractivo, equipo creativo, conocimiento del mercado y compromiso con la sociedad.

CARACTERÍSTICAS

Tracción. Esta condición se refiere al estado en el que se encuentra la startup, es decir, cuántos clientes y usuarios registrados tienen, cuánto tráfico ha alcanzado su plataforma online, la cantidad de ingresos y alianzas que han logrado. Este requisito dependerá de la industria donde se desarrolle el emprendimiento.

“Por ejemplo, si es que tienen una página web deben aclarar cuántas visitas tiene, si se trata de una aplicación, cuántas descargas han obtenido. En el caso del turismo se emplea una métrica particular, ahí se debe explicar con cuántos cooperadores locales se está trabajando, cuántos paquetes turísticos ofrezco, entre otros”, sostuvo Varas, en el marco del evento “Estás listo para recibir inversión”, organizado por Wayra Chile, CORFO y Magma Partners.

Equipo. Este factor trata sobre el compromiso con la evolución de la startup por parte del grupo de personas que la conforman. Mientras más fracasos haya superado el equipo, tendrán más posibilidades de ser atractivos ante los ojos del inversionista.

Para ello, lo recomendable es que la startup tenga un tiempo de vida de un año o dos como mínimo con el fin de reunir la mayor cantidad de experiencias que los respalden en la solicitud de inversión.

La adaptabilidad, capacidad de escucha y buena comunicación son otras aptitudes que el equipo de trabajo debe dominar y demostrar ante el financista.

“Generalmente, el inversionista pone a prueba al equipo insertándolo en un estado en el cual este pueda evidenciar su personalidad y reacción ante

los problemas que se les pueda presentar”.

Este requisito es detectable cuando se nota la energía con la que explican todo lo concerniente a su emprendimiento porque eso demuestra su convicción para resolver las trabas que puedan presentarseles.

Producto o servicio innovador.

Para desarrollar una solución innovadora, se deben conocer tres aspectos: entender al cliente, comprender el problema que se quiere solucionar y saber el tamaño del mercado.

“Para determinar el perfil de tu cliente debes estar en contacto con ellos durante mucho tiempo. Por eso pienso que conocerán todo lo relacionado a su producto o servicio después de haberse desarrollado por lo menos dos años en el mercado”.

Compromiso con la sociedad. A los inversionistas les atrae mucho un proyecto en la medida en que este solucione problemas que afectan a la sociedad. Según Varas, esta materia es de mucha utilidad para atraer al primer inversionista de una startup.

Otras circunstancias que pueden ayudar a concretar un financiamiento son la reputación de

“LOS EMPRENDEDORES DEBEN CONOCER CUÁL ES LA VALORIZACIÓN DE SU EMPRESA, QUÉ PARTICIPACIÓN VAN A NEGOCIAR, CUÁNTO DINERO NECESITAN, A QUÉ INVERSIONISTAS APUNTAN, ETC.

los clientes de la startup, las inversiones previas que ya se han recibido, las publicaciones en medios de comunicación, entre otros.

“Es favorable que la prensa les dé un espacio para publicar cuáles son las soluciones que ustedes resuelven como startup o para difundir los convenios que obtienen con empresas importantes”.

TESIS DE INVERSIÓN

El desconocimiento del fondo de inversión o inversionista al cual se le solicita financiamiento puede ocasionar pérdida de tiempo y de contactos.

“Deben fijarse en qué etapa se encuentran y en qué busca invertir el inversionista o fondo de inversión, qué montos financia, en qué industria y las características que debe tener el equipo para atraer al financista”.

El inversionista tomará en cuenta principalmente el país en que reside la compañía y el mercado en el que invertirá.

CONSEJOS PARA INICIAR UNA RONDA

Pedro Varas aconsejó crear una estrategia de inversión antes de iniciar una ronda. La razón es que la mayoría de veces una startup necesita más de una ronda para seguir evolucionando.

Para eso, los emprendedores deben conocer cuál es la valorización de su empresa, qué participación van a negociar, cuánto dinero necesitan, a qué inversionistas apuntan, etc.

“Antes de iniciar una ronda de inversión deben tener claro todo lo que respecta a su empresa y ser sinceros con ustedes mismos para saber si están preparados o no para solicitar una inversión”.

Finalmente aseguró desde su experiencia, que los emprendedores deben adoptar una conducta decidida mientras conversan con el posible financista. Deben ir dispuestos a conversar abiertamente y con la mayor voluntad posible. ✚

Los 95 años de creación del Banco Central

La estabilidad monetaria es el principal aporte que el Banco Central puede hacer a la economía del país.



El 19 de marzo de 1922 se promulgó la Ley 4500 que creó el Banco de Reserva del Perú, y el 4 de abril de ese mismo año inició sus actividades.

Durante los años siguientes, las tareas del Banco se fueron precisando mediante diversas normas. La actual Constitución Política de 1993 establece como finalidad única del BCRP la de preservar la estabilidad monetaria y le señala cuatro funciones: regular la moneda y el crédito del sistema financiero, administrar las reservas internacionales, emitir billetes y monedas e informar sobre las finanzas nacionales. Para

cumplir con su misión, la Carta Magna le confiere autonomía en el marco de su Ley Orgánica.

Este marco legal ha hecho posible que en las últimas décadas el BCRP, a través de un manejo estrictamente técnico, logre la estabilidad monetaria. Cabe destacar que la inflación promedio anual de los últimos 20 años fue de un dígito, situación que no se registraba desde el inicio de la banca central en el Perú, en el período 1921-1940.

Para que el BCRP pueda cumplir con su finalidad es necesario que sea autónomo. Es decir, es indispensable garantizar que las decisiones del Banco

Central de Reserva del Perú se orienten a cumplir el mandato constitucional de preservar la estabilidad monetaria sin desvíos en la atención de dicho mandato constitucional.

Esta autonomía está enmarcada en la Ley Orgánica del BCRP. En ésta se establece que un Director del Banco Central no puede ser removido de su cargo, salvo que cometa un delito o falta grave.

Asimismo, la institución es reconocida por su meritocracia, la que se traduce en líneas de carrera que se iniciaron hace más de 50 años con el Curso de Extensión Universitaria, por medio del

cual capta a los mejores estudiantes de economía del país, los integra al personal técnico del Banco y los capacita permanentemente, tanto en el país como en el extranjero.

La constante preocupación por mejorar y perfeccionar el accionar del BCRP ha hecho que en el Congreso de la República se haya presentado una iniciativa constitucional para la renovación anual y escalonada de los integrantes del Directorio, a fin de evitar que su mandato coincida con el ciclo político.

En la creación del Banco se tomaron en cuenta varios aportes, entre ellos, las conclusiones de la Conferencia Financiera Internacional y del Congreso Financiero Panamericano realizados en 1920 y la forma cómo se organizó la Reserva Federal de los Estados Unidos, cuya fundación se remontaba al año 1913.

El Banco de Reserva del Perú fue importante para el ordenamiento monetario del país, al centralizar la emisión de billetes y monedas y administrar las reservas que los respaldaban. Además determinaba la tasa de interés de descuento para regular la disponibilidad de circulante conforme a las necesidades de la economía.

La conducción de la institución estaba a cargo inicialmente de un Directorio integrado por distinguidas personalidades del mundo financiero y comercial.

El señor Eulogio Romero, nombrado por el Ejecutivo, fue el primer Presidente del Banco. Lo acompañaron Eulogio Fernandini (Vicepresidente) y el economista norteamericano William Cumberland. Los dos bancos líderes, el Banco del Perú y Londres y el Banco Italiano, nombraron a Carlos M. Espinosa y Juan Francisco Raffo. Por el resto de bancos participaron Genaro Castro Iglesias e Ismael de Idiáquez; mientras que Walter Justus y Pedro Larrañaga representaban a las sucursales de los bancos extranjeros.

El BCRP inició el mismo año de su creación, “la emisión de billetes bancarios, moneda fiduciaria que fue acogida sin resistencia dado el prestigio de su Directorio”¹. Así se restablece el uso del papel moneda.



Primer billete emitido por el Banco de Reserva.



Primer local del Banco en la segunda cuadra del jirón Miró Quesada.

La autoridad monetaria cumplió un importante rol estabilizador actuando frente a los choques más importantes de la década de los veinte: el Fenómeno del Niño de 1925 y la crisis financiera de 1929.

En 1930, Manuel Olaechea, entonces presidente del Banco, convocó a la Misión Kemmerer para adecuar la institución a las difíciles condiciones económicas del país como consecuencia de la crisis mundial y el desorden interno. Sobre la base de sus recomendaciones, en abril de 1931, se formó el Banco Central de Reserva del Perú cuya función principal fue la de mantener el valor de la moneda.

El Directorio es la máxima autoridad institucional. Le corresponde determinar las políticas a seguir para la consecución de la finalidad del Banco y es responsable de la dirección general de

las actividades de éste. El Directorio está compuesto por 7 miembros. Los Poderes Ejecutivo y Legislativo designan cada uno a tres miembros del Directorio. El Presidente del Directorio es designado por el Poder Ejecutivo y ratificado por la Comisión Permanente del Congreso. Los Directores no representan a entidad ni interés particular alguno y la duración de sus cargos es el período constitucional que corresponde al del Presidente de la República.

El actual Directorio lo integran Julio Velarde Flores, Presidente del Directorio y los directores: José Chlimper Ackerman, Elmer Rafael Cuba Bustinza, Javier Escobal D'Angelo, Luis Miguel Palomino Bonilla, Rafael Rey Rey y Gustavo Yamada Fukusaki. El Gerente General del Banco es Renzo Rossini Miñán.

Se debe destacar que el Curso de Extensión Universitaria de Economía, de reconocida excelencia académica en el Perú y en el extranjero, constituye uno de los pilares del programa de proyección institucional del Banco. Está orientado a fomentar el talento humano y a elevar el nivel académico de los más destacados estudiantes de economía de todas las universidades del país.

La estabilidad monetaria es el principal aporte que el Banco Central puede hacer a la economía del país pues, al controlarse la inflación, se reduce la incertidumbre y se genera confianza en el valor presente y futuro de la moneda, elemento imprescindible para estimular el ahorro, atraer inversiones productivas y promover así un crecimiento sostenido de la economía. +

1) Hampe, Teodoro. “El Banco Central de Reserva y la Economía Peruana”. BCRP, 1995.



Más viajeros optarán por viajes en cruceros fluviales

Los cruceros por el río Amazonas están considerados entre las mejores travesías del mundo, sobre todo para los amantes de la naturaleza y la biodiversidad.

Planear las vacaciones soñadas y escoger el destino ideal, cada vez se torna más fácil con la gran variedad de opciones y ofertas que ofrecen las agencias de turismo en el mundo.

Así tenemos que los cruceros fluviales son una excelente op-

ción a considerar, pues permiten realizar viajes navegando los ríos más importantes del mundo, entre ellos el Amazonas.

Desde hace varios años, la demanda de viajes fluviales se viene incrementando, y de acuerdo a AAA Travel, una de las agencias de viajes más grandes de

EE.UU. que realizó una encuesta entre los norteamericanos, cuatro de cada diez personas (el 42%) están considerando tomar un crucero fluvial para sus próximas vacaciones, y de este porcentaje, la mayor parte son adultos jóvenes, contrariamente a lo que se piensa de que los cru-

ceros por ríos son para la gente mayor.

¿A qué se debe? Pues uno, a que los viajeros buscan rutas exóticas y sofisticadas y dos, a que la capacidad adquisitiva de los adultos jóvenes, que son los que más demandan este servicio, se los permite.

CRUCEROS POR EL AMAZONAS

Los cruceros por el Amazonas se realizan hace varios años y cada año se incrementa el número de viajeros que contrata este servicio y se amplía la oferta, tanto para nacionales como para extranjeros.

Los cruceros por este importante río están considerados entre las mejores travesías del mundo, sobre todo para los amantes de la naturaleza y la biodiversidad.

La experiencia inicia en la ciudad de Iquitos, para adentrarse por el río Amazonas, que es el más largo y caudaloso del mundo, hacia las reservas nacionales de Pacaya-Samiria y Allpahuayo-Mishana.

En esta travesía se tiene la oportunidad de ver distintas especies de peces, como el paiche que puede llegar a pesar hasta 300 kilos, reptiles, especies amenazadas como la nutria, el águila arpía, el tocón negro, el mono guapo rojo, el mono pichico negro, el armadillo gigante, etc, así como más de 6,500 especies de aves.

También se pueden ver manatíes o vacas marinas, herbívoros que alcanzan los 400 kilos de peso. Es el hábitat natural de la Anaconda, boa conocida como Yacumama o madre del agua y que puede medir hasta 10 metros de longitud, de las tortugas como la charapa y la taricaya, así como de los simpáticos delfines de río, grises y rosados.

OFERTA TURÍSTICA

Prácticamente hay una sola empresa que ofrece este servicio de lujo. Para quienes son residentes en Perú, esta experiencia puede

“LAS TARIFAS VAN DESDE 1,500 DÓLARES, HASTA MÁS DE 9 MIL DÓLARES, DEPENDIENDO DE LAS NOCHES A BORDO, DEL TIPO DE BARCO Y DEL TIPO DE HABITACIÓN QUE SE ELIJA”.

ser más económica que para quienes tienen que venir de fuera, la mayoría desde Europa o EE.UU. pues el pasaje desde Lima a Iquitos que es donde inician los cruceros, fluctúa entre 70 u 80 dólares, cuando hay promoción, hasta 100 o 120 dólares, dependiendo de si se compra con anticipación y de la aerolínea elegida.

Los paquetes de los cruceros van desde 4 días 3 noches hasta 8 días 7 noches y las tarifas desde 1,500 dó-

lares, hasta más de 9 mil dólares, dependiendo de las noches a bordo, del tipo de barco y del tipo de habitación que se elija. En cualquiera de los casos, el servicio incluye todas las comidas, excursiones, bebidas sin alcohol, vino y cerveza, traslados desde el aeropuerto u hotel en Iquitos y la entrada a la Reserva Pacaya Samiria. Sin duda un servicio de lujo que vale la pena tomar, sobre todo si se es amante de la naturaleza y la biodiversidad. ✚

CRUCEROS FLUVIALES MÁS BELLOS DEL MUNDO

- 1 RÍO DANUBIO:** Un crucero por este río permite pasar por el corazón de Europa y visitar Alemania, Austria, Hungría, Croacia, Serbia, Bulgaria y Rumanía. Es considerado el mejor crucero del mundo.
- 2 RÍO DUERO:** En este crucero se puede visitar el norte de España y Portugal. Es considerado el segundo mejor crucero fluvial del mundo.
- 3 RÍO YANGTSE:** Un crucero por este río, en China, permite visitar Pekín y lugares como la Gran Muralla, la Ciudad Prohibida y la Presa de las Tres Gargantas.
- 4 RÍO SAN LORENZO:** Este es un río que separa en forma natural a EE.UU. de Canadá y en el trayecto se pueden observar bellos paisajes y visitar las ciudades de Montreal u Ottawa.
- 5 RÍO MEKONG:** Es uno de los grandes ríos del mundo y el quinto más largo entre los ríos de Asia que nace en China y discurre por 6 países. Un crucero por este río permite visitar las regiones de Camboya, Tailandia o Vietnam.
- 6 RÍO SAN PETERSBURGO:** Un crucero por este río une la la ciudad de San Petersburgo con Moscú.
- 7 RÍO MURRAY:** Es uno de los principales ríos de Australia que ofrece espectaculares vistas naturales.
- 8 RÍO NILO:** Este crucero parte del sur de Egipto, desde la ciudad de Asuán hasta la ciudad de Luxor.
- 9 RÍO LOIRA:** En Francia. Se pueden visitar pueblos muy típicos, viñedos, bosques, castillos. El valle del Loira fue declarado Patrimonio de la Humanidad.
- 10 RÍO RIN:** Un crucero por este río, en Alemania, permite visitar varios países como Francia, Suiza y Holanda.

Tacna es la primera región en tener su guía gastronómica

Publicación busca potenciar a la región del sur como un destino ideal para el turismo gastronómico.



Finalmente, 'La Ruta del Pisco' es una invitación para recorrer las principales bodegas y viñedos de la zona y, de esta forma, tener la oportunidad de apreciar a nuestra emblemática bebida peruana en sus diferentes variedades y aprender sobre el proceso de elaboración de vinos y macerados.

Evelyn Grados Leguía, de Promperú, señaló que la guía está enfocada, también, para turistas que llegan de Chile. Se mencionó que el 30% de chilenos que llega a Tacna lo hace para comer. Esto ya la convierte en un destino culinario importante para el Perú.

La guía cuenta, además, con fotos a color, reseñas de los atractivos, descripción de platos y productos culinarios típicos tacneños, listados de restaurantes y recetas de los platos insignes, entre otros datos y recomendaciones de interés para los turistas.

El evento se llevó a cabo en la Casa Zela, histórica edificación símbolo de la independencia peruana y que forma parte de una de las rutas de la presente guía. Además, estuvieron presentes representantes gubernamentales de Tacna y personalidades que colaboraron con la creación de la guía como chefs, historiadores y comunicadores del rubro gastronómico.

Esta guía, que será distribuida en los puntos de información al turista de iPerú ubicados en Tacna, constituye una importante herramienta que permitirá reforzar las acciones de promoción del sector implementadas para incentivar el turismo de frontera. ✚

Esta guía, que será distribuida en los puntos de información al turista de iPerú ubicados en Tacna, constituye una importante herramienta que permitirá reforzar las acciones de promoción del sector implementadas para incentivar el turismo de frontera. ✚



Con el objetivo de incentivar y promover el turismo en Tacna, PROMPERÚ presentó 'Perú, Mucho Gusto - Tacna', una guía con las mejores rutas turísticas y gastronómicas de la región, que invitan al viajero a explorar y descubrir el destino desde sus sabores y diversidad culinaria.

Tacna es una ciudad donde se respira historia y su gastronomía busca posicionarse como el hilo conductor de las rutas turísticas que el viajero peruano y el extranjero, en especial el visitante que proviene de las ciudades del norte de Chile como Arica e Iquique, puede realizar durante su estadía.

En Perú Mucho Gusto - Tacna se encuentran cinco rutas gastronómicas y turísticas que incluyen Tacna ciudad, Valle Viejo Mícuta, naturaleza y aventura en Ite y Sama, Tarata, Titaco y Candarave; y la ruta del Pisco.

'Tacna Ciudad' comprende la visita a la Catedral, el Teatro Municipal, el Museo Histórico de Tacna y una serie de paradas que están listas para relatar la vida de la ciudad. Este primer recorrido invita al turista a probar las típicas empanadas o los pasteles tacneños que los lugareños disfrutan a media mañana, entre otras delicias.

Por su lado, los trayectos 'Ite y Sama', 'Tarata, Ticaco y Candarave' y 'Valle Viejo - Mícuta', proponen recorridos que combinan naturaleza, cultura y aventura, ideal para los amantes del trekking y la observación de la fauna y flora de la zona. Los platos típicos como la patasca, el adobo tacneño, el ají relleno y el pastel de choclo forman parte de estas propuestas.

Si estuviera bajo un ataque cibernético, ¿lo sabría?

Presentamos la **19° Encuesta Global de Seguridad de la Información - El camino hacia la resiliencia cibernética** que presenta las principales amenazas a enfrentar por las compañías y cómo protegerse de ellas.



✓ Descarga gratis
ey.com/PE/EYPeruLibrary



The better the question. The better the answer. The better the world works.



Building a better
working world

SEMINARIO INTERNACIONAL DE **MICROFINANZAS**



EL FUTURO DE LA INDUSTRIA MICROFINANCIERA:

“INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA EN SERVICIOS FINANCIEROS PARA LA INCLUSIÓN”

20, 21 Y 22 DE ABRIL - TRUJILLO 2017

ORGANIZAN

AUSPICADORES KORI



INFORMES E INSCRIPCIONES:

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