ENTREVISTA LUIS FELIPE DERTEANO, presidente del grupo ACP

"La pobreza es, en realidad, un conjunto de exclusiones"

Escribe **LUIS DAVELOUIS L.**
Fotos **ÓSCAR ROCA P.**

LA VIDA ÚTIL DE UNA EMPRESA ES, PARA LUIS FELIPE DERTEANO, UN APRENDIZAJE CONSTANTE, Y ESTE, A SU VEZ, ES UN OBJETIVO VITAL. EL DÍA QUE UNA EMPRESA PIENSE QUE NO TIENE NADA MÁS QUE APRENDER, ESE DÍA EMPIEZA SU CAÍDA

Abandonar el sistema financiero para dedicarse a un oficio en un grupo sin accionistas y, por lo tanto, sin fines de lucro, es raro. Luis Felipe Derteano, presidente del directorio del Grupo ACP, tiene un entusiasmo contagioso por lo que hace, pues el grupo tiene, como dice él, una misión social y no solo una responsabilidad social, como la mayoría de empresas. Su razón de ser es incluir. De paso, se están expandiendo ad portas de una muy probable crisis económica. ACP es el único grupo peruano con presencia en la banca de siete países de la región. ¡Qué envidia!, ¿no?

Cumplen 40 años, son pioneros y líderes en lo que hacen y hace dos años se están internacionalizando, ¿cuál es el secreto?
Seguir aprendiendo y reinventarnos todo el tiempo. El día que nos durmamos en nuestros laureles, empezará nuestra decadencia. Eso les pasa a las personas y también a las empresas.

Esta idea de incluir tiene que ver con el éxito...
Nosotros consideramos que la pobreza constituye un conjunto de exclusiones: al conocimiento, al capital, a la cobertura de riesgos, a la salud, a una jubilación, a los mercados, a la vivienda digna...

Y para cada una de ellas crean un producto...
Esa es la idea. Empezamos con financiamiento de empresarios para empresarios hace 40 años, como Acción Comunitaria del Perú, que en el 2005 se convirtió en el grupo ACP. Hoy tenemos Mibanco para financiamiento, Protecta y Secura para la cobertura de riesgos, Vivencia para proyectos de vivienda, Aprenda para capacitación... de eso se trata, de crear un grupo de herramientas de inclusión.

¿Cuál es la diferencia entre misión social y responsabilidad social?
La responsabilidad social de una empresa, que está muy bien, es como ser un buen vecino: pinto las paredes del vecindario o, incluso, pongo desagüe, pero no es mi obligación. La misión social es nuestro ADN, nuestra razón de ser, para ayudar es que existimos.

De los negocios grandes les falta pensiones y salud... ¿algún proyecto próximo?
Estábamos estudiando la manera de intervenir en esos sectores. De hecho, ahora que Luis Carranza ha regresado al ministerio de Economía, esperamos que el proyecto para universalizar las pensiones sea retomado, pues se dejó de lado. Que el dueño de la microempresa pueda pagar S/.30 mensuales y que el Estado ponga otros S/.30, para que al final de su vida laboral el trabajador pueda tener un ingreso y no se convierta en una carga tras tantos años de trabajo y sacrificios, es algo bueno. Porque eso es lo que ocurre actualmente.

¿Y van con el banco o con la compañía de seguros?
Todavía no lo tenemos decidido, lo seguimos estudiando. No hemos tenido ningún contacto oficial con nadie del Gobierno.

Ahora también están en Ecuador y próximamente en Brasil...
Así es, hemos entrado a Ecuador a través de Panecoms Ecuador, que es una empresa de matriz italiana que produce paneles de construcción de alta tecnología para viviendas de interés social que son térmicos y antisísmicos. Allí somos socios con la Mutualista Pichincha. Estamos estudiando traerla como Panecoms Perú. Brasil es un sueñito que tenemos, una plaza en la que queremos estar porque es un mercado inmenso, incluso si inicialmente solo llegamos a una de sus provincias. No hemos definido si entraremos con un grupo de entidades que adquiera una institución ya existente o si fundaremos una nueva, pero en unos dos años, imagino, vamos a estar allí.

¿No los pone nerviosos que, de pronto, producto de la crisis, no les paguen los créditos?
No. El segmento al que atendemos está menos expuesto a las sofisticaciones del mercado, que son las que han recibido el mayor impacto. Es verdad que podría haber cierto impacto negativo pero...

¿Cuánto representaría ese impacto negativo?

EL ENTREVISTADO

[EDAD] Luis Felipe Derteano Marie
[ESTADO CIVIL] Casado, dos hijos.
[HOBBY] Salir a caminar por las mañanas con su esposa.
[ESTUDIOS] Bachiller en Ciencias Sociales en la Universidad Agraria, posgrado en la Universidad Católica de Chile.
[EXPERIENCIA] Antes de presidir el grupo ACP, trabajó en el Banco de Crédito, en el Banco Continental y en un banco Suizo.

No más de 2%, que son los que podrían estar expuestos porque les venden a quienes afectará la crisis...

¿Cómo lo saben?
Hablando exclusivamente de las microfinanzas, nosotros somos asesores de negocios y conocemos con gran detalle la actividad a la que se dedican nuestros clientes, porque nosotros no le prestamos a una garantía, sino a un negocio que consideramos viable. Además, pensamos que los segmentos C y D, a los que nos dirigimos, no serán afectados por la crisis.

¿Por qué?
Porque en el Perú, como en el resto de la región, los negocios de nuestros clientes son un intercambio de bienes y servicios dentro del propio segmento que, con toda seguridad, serán los menos afectados por la crisis. Pero sobre todo en el Perú, pues el sistema financiero está muy sólido.

¿Quienes los fondean piensan lo mismo? ¿Les han incrementado las tasas del exterior?

LA EMPRESA

[NOMBRE] Grupo ACP
[SEDE] Lima, Perú
[ANTIGÜEDAD] 40 años
[NEGOCIO] ACP es accionista principal de MiBanco –su empresa más importante–, que tiene una participación de alrededor de 2% del sistema financiero. A octubre del año pasado había colocado US$800 millones y el crédito promedio es de US$1.500 a un plazo de siete meses.

Sí lo piensan. Hay una crisis de confianza que afecta sobre todo a los muy sofisticados. Sin embargo, la banca simple y muy transparente, como la nuestra, genera confianza entre los fondeadores internacionales y entre los depositantes. Prueba de ello es que las captaciones se han incrementado de manera muy importante el año pasado y nuestro crecimiento ha sido uno de los más altos del sistema. Incluso han crecido entre los depositantes de clase media y media alta porque dicen "ustedes no tienen complicaciones, sabemos qué hacen con la plata, y eso nos gusta". La tasa, eso sí, nos la han incrementado, pero en no más de 1%.

Le elevan los requerimientos a casi todos los bancos, ¿tanta confianza les tienen?
Yo creo que sí porque, además de lo que te expliqué, muchos de los atributos del pasado que eran motivo de confianza ya no lo son. Puede ser que haya quien ya no les merezca esa confianza, pero nosotros no hemos sentido el frenazo en las líneas de crédito del exterior.

¿Y esa situación se repite en toda la región?
Hay países en los que la crisis golpeará más fuerte. Cuanto más al norte vayas el impacto puede ser mayor, porque las transferencias del exterior tienen un mayor peso con respecto al PBI, como son los casos de El Salvador y México.

¿No ven eso como un problema potencial?
No, porque nuestros clientes allá no están vinculados a la maquila y sus negocios son fundamentalmente nacionales. El segmento de las microfinanzas en los demás países de América Latina es muy parecido al peruano.

¿Por qué están teniendo éxito en internacionalizarse, si experiencias previas de bancos peruanos, incluso más grandes, no lo tuvieron?
Porque nuestro negocio no es un producto más de la paleta de productos de un banco grande, es una cultura y un pensar diferentes. Cuando los tienes, es fácil llegar a un mercado que necesita el mismo tipo de producto en los segmentos C y D que no son atendidos. Nosotros entramos al microcrédito de manera casi exclusiva, ni al crédito comercial, ni al de consumo. Además, nos aliamos en cada país con gente que conoce su realidad, por eso, solo llega nuestra experiencia y tecnología. Por eso, somos muy mexicanos en México y muy uruguayos en Uruguay. De hecho, nuestro lema allá es "Soñá y crecé, laburá tranquilo".

¿Cuánto crecerán este año en el Perú y en la región?
Pensamos crecer 30% tanto en el Perú como en el resto de la región. En cualquier contexto, eso es un montón.