



SMMPP

REVISTA DE LA SOCIEDAD MUTUALISTA MILITAR POLICIAL DEL PERÚ

NÚMERO 2 • OCTUBRE 2024



LA SIMBOLOGÍA
DE LA ESPADA

LO QUE EL
DINERO NO PUEDE
COMPRAR

NUESTROS
COMANDANTES
GENERALES

HISTORIA DEL
MUTUALISMO EN
EL PERÚ

Rumbo a los
100
Años

¡Felicidades!

Luis Enrique Dávila Moncloa

Eres el ganador

de un paquete de regalo para 2
personas en Aranwa Paracas.



*Continuaremos trabajando en traerles más
beneficios que les permitan seguir teniendo
grandes experiencias con nosotros.*

¡Gracias a todos los participantes!



Contenido



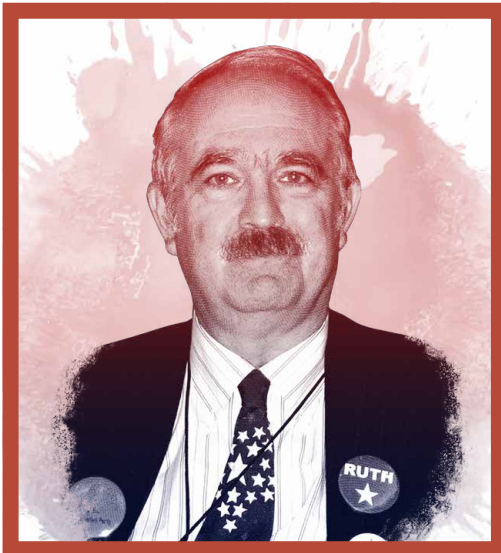
6 Historia del mutualismo II



16 La Defensa como Bien Público



22 La simbología de la espada



25 La economía y la política desde el Diagrama de Nolan



27 Educación financiera



30 Lo que el dinero no puede comprar



Jr. José Pezet y Monel 2458, Lince, Lima
Central telefónica:
(01) 221 4282 / (01) 221 4227
www.smmpp.org.pe
gestiondelasociado@smmpp.org.pe

Consejo Directivo SMMP

Presidente

Gral. PNP Raúl Silva Olivera

Vicepresidente

Gral. Div. Jorge Agramonte Aguilar

Directores

TTG. FAP Roder Bravo Valera

Valm. Percy Pérez Bramosio

Crl. EP Raúl Liza Marchena

CdeN. Luis Calizaya Portal

COR. FAP Aland Pucce de la Fuente Chávez

MAG. FAP (r) Rodolfo del Portal Saco Vértiz

Secretario

Crnl. PNP César Arica Ayllón

Edición

Director

COR. FAP (r) Luis Solís Iparraguirre

Asesor editorial

MAY. FAP (r) Luis Fuentes Rojas

Coordinadora editorial

Evelyn Quicaña Usquiano

Fotografía de portada

Iván Izquierdo Elliot



Saludo del Presidente del Consejo Directivo de la SMMPP

Desde febrero de 2024, he asumido la Presidencia del Consejo Directivo de la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú (SMMPP) imbuido de un alto espíritu de servicio y convencido de que el bienestar de nuestros asociados es la brújula que ha de orientar todas las decisiones la gestión encomendada.

La SMMPP es una institución, casi centenaria, que —en esta su muy prolongada y fructífera existencia— se ha consolidado como una de las más grandes y sólidas asociaciones mutuales a nivel nacional. Sus más de 16 mil asociados dan fe de esta solidez que se expresa en la confianza otorgada.

El Consejo Directivo que me honro en presidir ha tomado la posta de la anterior gestión cuyo principal baluarte fue llevar a la SMMPP a un nivel de gestión acorde con los avances tecnológicos del siglo que venimos recorriendo, tanto en el ámbito del sistema financiero, como en los temas ofimáticos. Producto de estas nuevas innovaciones, y sus consecuentes beneficios, la administración de nuestra mutualista ha dinamizado poderosamente su conducción, apoyándose no solo en su muy comprometido personal,

sino también con la suscripción de importantes convenios interinstitucionales.

En esa línea, nos comprometemos a seguir apostando por fortalecer el mejoramiento de los procesos de manera sostenida, así como generar iniciativas que se cristalicen en mejores beneficios, apreciables ventajas y óptimos niveles de servicio para nuestros asociados

Otro hecho de especial relevancia lo apreciamos en la publicación de este segundo número de la revista de la SMMPP. Proyectos de este tipo cobran especial valor en tanto la comunicación es uno de los ejes más importantes de transparencia en una gestión de orden financiero. Esto sumado a la orientación didáctica de los artículos, sobre todo en lo referente a temas sobre educación financiera, hacen de esta publicación una excelente evidencia de acertada administración.

Envío un fraterno saludo a nuestros asociados y sus familiares, reiterando el compromiso de conducir los destinos de la SMMPP por el camino señalado por nuestros antecesores en estos 96 años de vida institucional.

El Presidente del Consejo Directivo de la SMMPP
General PNP
Raúl Silva Olivera



Palabras del Gerente General de la SMMPP

Siguiendo los lineamientos del Consejo Directivo 2024 de la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú, entregamos este segundo número de nuestra publicación *SMMPP Revista*, con la plena convicción que la comunicación y el diálogo —entre los asociados y quienes hemos recibido la confianza para dirigir los destinos de nuestra asociación— son parte de los aspectos fundamentales de nuestra gestión.

En este primer año en la SMMPP hemos podido consolidar una serie de cambios. Uno de ellos es la modernización de los protocolos de gestión con la implementación digital como es la puesta en marcha del sistema de gestión documental (DocuWare), la creación de la App SMMPP, la renovación de nuestra página Web y el Facebook y la puesta en marcha de las redes sociales de Instagram y LinkedIn.

Esta segunda edición reviste características especiales, pues

los cuatro señores comandantes generales de nuestras Fuerzas Armadas y Policía Nacional nos envían palabras que contienen fraternos saludos, hecho que nos compromete con todos nuestros asociados en actividad, retiro y las promociones venideras, para mantener y acrecentar nuestro compromiso de trabajo, siempre caracterizado por la transparencia, la honestidad y la comunicación abierta.

En lo que va de este año se ha continuado con la política de fortalecer los convenios interinstitucionales con la finalidad de poder ofrecer una serie de beneficios adicionales a nuestros asociados. Entre estos acuerdos, podemos mencionar los siguientes: Clínica Chacarilla, Instituto Peruano de Oncología y Radioterapia, Universidad Internacional de La Rioja, Fisio 21, Grupo Pana, Bicicletas Monark, Boticas Perú y Chicharrones Kio.



En este número revisamos la segunda parte de la historia del mutualismo; explicamos los alcances de los nuevos convenios; publicamos dos interesantes artículos sobre la importancia de la Defensa Nacional y un artículo divulgativo sobre teoría político económica. Haciendo eco a nuestra carátula, una reseña sobre la simbología de la espada. Cierran esta edición un artículo sobre educación financiera, un glosario de términos económicos y una reseña sobre *Lo que no puede comprar el dinero*.

Finalmente, quiero agradecer en primer lugar a Dios y seguidamente al Consejo Directivo 2024 por permitirme liderar a un gran grupo de colaboradores que con mucho empeño y profesionalismo han sabido salir adelante ante los desafíos que se nos vienen presentando en esta tercera década del nuevo milenio.

Gerente General de la SMMPP
Coronel FAP (r)
Luis Solís Iparraguirre

Historia del mutualismo II

Veíamos en la edición anterior que una asociación mutual constituye una forma de asociativismo basado en la reciprocidad de servicios y en cuestiones sociales específicas, para sobrellevar los riesgos y compartir los beneficios. Como institución social, el mutualismo es el sistema de ayuda recíproca más antiguo practicado por las todas las comunidades.

El mutualismo constituye una forma colectiva de organización social para conseguir, en común, fines que no se pueden lograr individualmente, sino mediante el esfuerzo y los recursos de muchos participantes.

El mutualismo nace desde la época bíblica, pasando por el Medioevo y las cofradías católicas de España, para llegar al concepto de montepío militar, y posteriormente a las sociedades inglesas del siglo XVIII que se organizan para sufragar en común el gasto de enfermedad o sepelio; hasta el desarrollo de las *sociétés de secours*

mutuels (sociedades de socorros mutuos) —en Francia de la última mitad del siglo XIX— y las *kassen* alemanas de los trabajadores.

Durante la evolución del movimiento mutualista en el mundo, una serie de investigadores sociales publicaron estudios acerca de esta expresión de fraterna organización social. Peter Cornelius Plockboy publicó, en 1659, un ensayo que comprendía su doctrina cooperativista y mutualista. John Bellers, en 1695, expuso sus ideas de corte mutualista en las “Proposiciones para la creación de una asociación de trabajo de todas las industrias textiles y de la agricultura”.

Con el paso del tiempo estas ideas se fueron afianzando dentro de los grupos de trabajadores de todo el mundo occidental, como una manera de constreñir las carencias y necesidades que el nuevo sistema

industrial y capitalista imponía a las sociedades. Es así que, como producto de esas experiencias, se van difundiendo los valores centrales en los que se fundamentan las asociaciones mutuales y cooperativas: responsabilidad, democracia, igualdad, equidad, solidaridad, honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por todos los integrantes de la asociación.

Es innegable que el mutualismo de previsión social y ayuda se ha desarrollado basándose en razones de eficacia económica y no solo en motivaciones éticas de fraternidad y compañerismo. Es por esto que en los países más desarrollados el mutualismo se sigue percibiendo como un referente de buena interacción social.



SMMPP: Beneficios mutuales

Auxilios mutuales hasta la promoción 2009

A lo largo de la permanencia como asociado, se otorga el Auxilio Mutuo en Vida (AMV) debiendo contar a partir del año 2019 con 25, 30 y 35 años de aportes.

De manera excepcional, se podrá solicitar el adelanto del AMV de 35 años contando con 30 años o más de asociado, solo por un caso crítico de salud debidamente demostrado.

Asimismo, nuestros asociados que cuenten con 60 o más años de aportantes, podrán optar por solicitar el pago del Auxilio Mutuo por Sobrevivencia (AMS), que es un porcentaje (73 %) del Auxilio Mutuo por Fallecimiento (AMF) y es de carácter cancelatorio como asociado. En el AMF, nuestros asociados tienen cobertura desde el primer día sin periodos de carencia o restricciones. Deberá contar con su carta mutual legalizada*.

Auxilios mutuales desde la promoción 2010

En la vida familiar de nuestros asociados existen eventos en los cuales la SMMPP acompaña a nuestros miembros otorgando Auxilios Mutuales por Beneficios Familiares (AMBF), como el matrimonio o el nacimiento del primer hijo. Para el caso del beneficio matrimonial, se deberá presentar el acta matrimonial y copia del carnet de identidad. Respecto al nacimiento, acta de nacimiento y copia del carnet de identidad del hijo.

Además, a lo largo de su permanencia como asociado se otorgan los Auxilios Mutuales por Tiempo de Aportación (AMTA) a los 10, 20 y 35 años de aportes. También, para los asociados que demuestren padecer una enfermedad terminal, podrán solicitar el Auxilio Mutuo por Caso Crítico de Salud que es de carácter cancelatorio como asociado.

* Legalización gratuita para los asociados que requieran actualizar su Carta Declaratoria. Notaría Reategui: Av. Juan de Arona 685, San Isidro. Teléfono: (01) 442-4191

Beneficios a nuestros asociados

Monto	Cuotas mensuales por préstamos en nuevos soles				
	10.00 % (TEA)	11.00 % (TEA)	12.00 % (TEA)	13.00 % (TEA)	14.00 % (TEA)
	12	18	24	36	48
2000.00	177	123	Préstamos hasta en 18 meses		
2500.00	222	153			
3000.00	266	184			
3500.00	310	214			
4000.00	355	245			
4500.00	399	276			
5000.00	444	306	239	172	Préstamos hasta en 36 meses
5500.00	488	337	263	189	
6000.00	532	368	287	206	
6500.00	577	398	311	223	
7000.00	621	429	334	240	
7500.00	665	460	358	258	
8000.00	710	490	382	275	
8500.00	754	521	406	292	
9000.00	798	551	430	309	
9500.00	843	582	454	326	
10 000.00	887	613	478	343	279
10 500.00	931	643	502	361	293
11 000.00	976	674	526	378	307
11 500.00	1020	705	549	395	321
12 000.00	1064	735	573	412	335
12 500.00	1109	766	597	429	349
13 000.00	1153	797	621	446	363
13 500.00	1198	827	645	464	377
14 000.00	1242	858	669	481	391
14 500.00	1286	888	693	498	405
15 000.00	1331	919	717	515	419
15 500.00	1375	950	741	532	433
16 000.00	1419	980	764	549	446
16 500.00	1464	1011	788	567	460
17 000.00	1508	1042	812	584	474
17 500.00	1552	1072	836	601	488
18 000.00	1597	1103	860	618	502
18 500.00	1641	1134	884	635	516
19 000.00	1685	1164	908	652	530
19 500.00	1730	1195	932	670	544
20 000.00	1774	1225	956	687	558

Requisitos:

Tres (03) últimas boletas de haberes.

DNI y carnet de identidad (original y copia).

Recibo de servicio público (agua, luz o teléfono).

Voucher con nombre legible de su cuenta de banco.

Para mayor información comunicarse al 999-295-100 / 919-475-925

Convenios SMMPP: mejores beneficios y servicios

Continuando con la política de otorgar mejores y más variados beneficios a todos nuestros asociados, en el transcurso de este 2024, la SMMPP ha venido celebrando una serie de convenios con diferentes empresas e instituciones con la finalidad de poder acceder de manera inmediata a descuentos, promociones, participación de eventos, entre otras ventajas.

La información de detalle de cada uno de estos convenios aparece en la AppSMMPPConvenios. Desde esta aplicación digital se puede acceder a todos los beneficios de los acuerdos, para lo cual los asociados deberán identificarse con la tarjeta virtual del App y mostrar el código QR SMMPP al personal del establecimiento para el trámite correspondiente del descuento.

Boticas Perú

Boticas Perú, con más de 20 años de experiencia, es un importante aliado en el cuidado de la salud. Con presencia en 18 departamentos, *Boticas Perú* ofrece una amplia variedad de medicamentos a precios preferenciales y una atención personalizada. Gracias a nuestro convenio, los asociados a la SMMPP podrán disfrutar de descuentos exclusivos de hasta un 20 % en todos los productos de esta importante cadena farmacéutica.



Chacarilla

Medicina Física y Rehabilitación



Clínica Chacarilla

Clínica Chacarilla es un centro privado de primer nivel especializado en medicina física y rehabilitación integral. Cuenta con el respaldo de la Red de Clínicas San Pablo.

Con más de 10 años de experiencia en brindar salud, ofrecen tecnología médica y tratamientos avanzados para facilitar la pronta recuperación de todos sus pacientes. Los asociados podrán acceder a más de veinte servicios médicos con un descuento promedio del 20 %.

Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) (sede España y México) y Escuela de Posgrado Newman

La UNIR se distingue por sus estudios a través de Internet y su funcionamiento se asienta esencialmente en las tecnologías de la información y de las comunicaciones. La UNIR realiza el servicio público de la educación superior mediante la investigación, la docencia y el estudio.

Por su parte, la *Escuela de Posgrado Newman* es una institución con rango universitario, licenciada por SUNEDU y reconocida por su calidad académica y el uso de la tecnología avanzada en el desarrollo de programas internacionales, creando un espacio de aprendizaje para el desarrollo de capacidades que aporten valor a la persona y su organización. UNIR (México y España), y Newman forman el Grupo PROEDUCA.

Los promedios de descuento en los servicios educativos y académicos oscilan en el rango del 5 %. El descuento se aplicará sobre las tarifas vigentes para el Perú. Para mayor información se deberá acceder a las páginas web de estas instituciones.



Chicharrones Kio



La historia de *Chicharrones Kio* data de 1978, cuando Alfonso Gaja y su esposa, Kio Nakandare, iniciaron sus actividades en un local de la avenida Petit Thouars, continuando luego en su icónico establecimiento de la avenida Universitaria en San Miguel.

En 2017, *Kio* inicia su proceso de expansión, contando a la fecha con 10 locales propios y 3 franquicias de la marca. *Chicharrones Kio* está presente en los distritos de San Miguel, Pueblo Libre, Lince, Magdalena del Mar, Barranco, Miraflores, La Molina, Ate-Salamanca, San Isidro, Callao y San Juan de Lurigancho.

En las manos de nuevos empresarios peruanos —y dentro de este proceso de expansión— se está trabajando para instaurar la marca en los Estados Unidos. Más de 45 años en el mercado gastronómico de nuestra ciudad acreditan su experiencia y calidad.

Los asociados de la SMMPP podrán acceder a descuentos especiales del 10 % (07:00 a 12:00 horas) y 20 % (13:00 a 23:00 horas).

Monark

Monark tiene como actividad principal dedicarse a la comercialización de implementos y equipos deportivos; bicicletas, *scooters* y otros vehículos de uso doméstico, así como accesorios y repuestos para los mismos. Brinda además el servicio de alquiler y mantenimiento de bicicletas. Gracias al convenio con la SMMPP se ofrece un descuento de hasta del 50 % en nuestra línea de productos. Mayor información de nuestras redes.





Instituto Peruano de Oncología & Radioterapia (IPOR)

El *IPOR* es un instituto especializado, acreditado internacionalmente en el cuidado integral del paciente oncológico y su familia, a través de un enfoque humanizado y tecnología oncológica de vanguardia.

Cuenta con un equipo médico y personal asistencial de amplia trayectoria y experiencia profesional, así como equipamiento e infraestructura de vanguardia en el tratamiento del cáncer.

Su cartera de servicios incluye consultas especializadas en 9 consultorios y atenciones conexas en 15 especialidades con un descuento promedio del 15 % sobre las tarifas regulares.

Grupo Pana

Grupo Pana es una empresa con más de 58 años en el sector automotriz, que tiene por objetivo la venta de vehículos automotores TOYOTA, así como de los repuestos, accesorios, autopartes y demás artículos, productos y servicios que realiza.

Para los asociados a la SMMPP existen una serie de beneficios en la compra de autos nuevos y servicios diversos de posventa, así como descuentos del 18 % en repuestos cautivos (emblemas, molduras, rejillas, mangueras, etc.) y del 30 % en repuestos de colisión (faros, radiador, parachoques, puertas, etc.).



Instituto de Fisioterapia Integral MCD Fisi 21

El *Instituto de Fisioterapia Integral MCD Fisi 21* se especializa en tratamientos de lesiones deportivas, musculares, articulares, alteraciones posturales y cuidados oncológicos. Ofrecemos soluciones para problemas vasculares, linfáticos, rehabilitación postoperatoria y dolor del suelo pélvico, así como entrenamiento personalizado para una recuperación óptima.

El convenio firmado entre Fisi 21 y la SMMPP, ofrece a todos nuestros asociados un 60 % de descuento en el tratamiento inicial de 2 horas, que incluye consulta y primera sesión. También se considera hasta un 25 % de descuento en paquetes de 2, 4 y 12 sesiones.

Palabras del Comandante General del Ejército del Perú



El Ejército del Perú es una institución tutelar que se sustenta en el fiel cumplimiento de la Constitución Política del Perú, así como en el compromiso moral de sus hombres y mujeres para preservar el estado de derecho en salvaguarda del desarrollo sostenible y la paz social en el país; todo esto enmarcado en los roles estratégicos que la Nación ha encomendado a nuestras Fuerzas Armadas.

Uno de nuestros mayores compromisos es la capacitación de nuestro personal. La vorágine del mundo globalizado constituye un factor generador de desafíos y oportunidades para las organizaciones modernas como la nuestra, entendiendo además que la dependencia tecnológica en el mundo ha repercutido en el proceso evolutivo de la humanidad y en las generaciones de jóvenes abiertos a estas nuevas tendencias. Es por eso que hoy se requiere fundamentos educativos con una visión vanguardista. En tal sentido, el Ejército del Perú viene realizando los esfuerzos para lograr las competencias necesarias a los futuros líderes estratégicos de la institución, orientadas a lograr una sólida capacitación con preponderancia en el dominio de las TIC, ciberdefensa y ciberseguridad, materializadas a través de los di-

ferentes cursos y programas de formación y perfeccionamiento de nuestra arma.

Nuestra visión de gestión para el mediano plazo considera el entorno volátil, incierto, complejo y ambiguo en el que vivimos. Es por ello que el Ejército del Perú se ha propuesto alcanzar un desarrollo institucional para ser una organización que tenga capacidades importantes para cumplir nuestra misión principal de defensa de la soberanía e integridad territorial, así como el cumplimiento de roles relacionados con el orden interno. Esta visión institucional se sustenta en una sólida cultura organizacional y programas de bienestar y salud que consideran a la persona en primer lugar.

Las sociedades en el proceso evolutivo de la humanidad han orientado sus esfuerzos a la consecución del bienestar. Desde los inicios de la sociedad y cultura griega se tenía una visión de una convivencia en armonía, en donde la felicidad constituía el mayor ideal. Es por eso que, en adelante, las sociedades mutualistas se erigen como agrupaciones cuyo principal valor es la búsqueda del bienestar y la felicidad de sus miembros. En tal sentido, las gestiones institucionales orientadas al bienestar de los hombres

y mujeres que conforman nuestra gloriosa institución, en alianza con la Sociedad Mutualista Militar del Perú, son esenciales y prioritarias, ya que contribuyen a complementar las acciones de comando orientadas para tal fin.

Envío un saludo cordial a todos los asociados de nuestra Sociedad Mutualista Militar del Perú, a su Consejo Directivo y a todo el equipo que gestiona esta importante institución, exhortándolos a continuar prestando su invaluable apoyo orientado al bienestar de sus socios. Invoco a las nuevas promociones próximas a graduarse, a que se unan a esta sociedad mutualista que viene realizando denodados esfuerzos para desarrollar una impecable gestión en beneficio de sus asociados.



**General de Ejército
César Briceño Valdivia
Comandante General
del Ejército**

Palabras del Comandante General de la Marina de Guerra Perú



La Marina de Guerra en cumplimiento del rol asignado por el Estado, hace 203 años viene trabajando al servicio del país contribuyendo con la seguridad nacional en aras de la independencia, soberanía e integridad territorial de la república, y ejerciendo la vigilancia de los intereses nacionales en el ámbito marítimo, fluvial y lacustre. Como parte de estos lineamientos, cada integrante de la Institución asume con eficiencia y arraigado compromiso los nuevos roles asignados, como fortalecer la política exterior del Estado y participar en el control del orden interno, así como en las acciones del gobierno para mitigar los desastres causados por los fenómenos naturales, todo ello en el marco de las políticas de desarrollo económico y social de la nación.

En referencia a la profesionalización permanente de nuestro personal para hacer frente a los nuevos desafíos de un mundo altamente tecnificado, consideramos que el capital humano es el recurso más importante que tiene la Marina y, en ese sentido, no escatimamos esfuerzos ni recursos para optimizar la formación, capacitación y entrenamiento de nuestro personal, modernizando con nuevas tecnologías un mejor aprendizaje en los centros de educación naval. Asimismo, constantemente renovamos los convenios con prestigiosas universidades nacionales e internacionales, para cursos de perfeccionamiento, maestrías, posgrados, otorgados a nuestro personal superior, subalterno y civil. Recientemente, constituyó un gran reto para los cadetes navales formar parte del viaje de circunnavegación 2023-2024, que realizó el B.A.P. "UNIÓN", en una travesía por los principales mares del mundo, donde tuvieron una formación práctica y aprendieron a dominar los secretos del mar. Igualmente, es un permanente desafío entrenarse con la Marina de otros países, utilizar equipos de última generación y par-

ticipar en ejercicios como UNITAS, SUBDIEX, SIFOREX, BRACOLPER, RIMPAC y SOLIDAREX, en los cuales nuestras fuerzas operativas se mantienen a la altura de las exigencias de la guerra naval contemporánea.

En relación a la visión de nuestra gestión para los próximos años, un nuevo reto constituye nuestra participación en la mesa ejecutiva para la implementación de la reforma de la industria nacional y fortalecimiento de la industria naval, la cual permite a los Servicios Industriales de la Marina la ejecución de importantes proyectos que, mediante una alianza estratégica con el astillero coproductor Hyundai Heavy Industries, próximamente iniciarán la elaboración de expedientes técnicos que impulsarán el sector de la construcción naval que generará la creación de nuevos puestos de trabajo, transferencia tecnológica y considerables inversiones privadas que tendrán un gran impacto en la economía nacional. Dentro de nuestro plan estratégico institucional, venimos cumpliendo todo lo propuesto con el fin de impulsar las capacidades operativas de nuestras unidades, así como modernizar las instalaciones de la Base Naval del Callao a fin de liberar áreas para cumplir con las necesidades del puerto comercial.

En ese sentido, desde Comandancia General de la Marina, venimos liderando diferentes proyectos y asumiendo nuevos desafíos que, a no dudarlo, al paso de unos años nos brindarán la satisfacción de haber contribuido con el engrandecimiento institucional y de nuestro país. En síntesis, puedo sostener que mantenemos una organización con visión de futuro, y cohesionada al servicio del país.

Otro importante aspecto de nuestra gestión es el bienestar del personal. En la Marina existe la Dirección de Bienestar que se encarga de asistir diferentes necesidades del personal tanto en sus servicios asistenciales,

como en el Fondo de Vivienda. Asimismo, la Sociedad Fraternal de Marina y otras instituciones afines están atentas para resolver cualquier situación de emergencia. Entre ellas, es un valioso soporte contar con el apoyo de la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú, que cuenta con 16 mil socios y constituyen la mejor garantía de su solidez que ha permitido brindar en sus diferentes áreas un responsable y equitativo soporte a sus integrantes.

A propósito de este 96 aniversario de creación, felicito la responsable gestión de la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú que, en todo este tiempo, ha ofrecido beneficios por fallecimiento y préstamos a sus asociados y familiares, representando un verdadero respaldo solidario y económico. En ese sentido, es oportuno reconocer el liderazgo entre las similares instituciones y la confianza de sus asociados, especialmente por tener un directorio conformado por representantes del Ejército, la Marina, Fuerza Aérea y Policía Nacional, quienes han demostrado una eficiente gestión hasta lograr una solidez económica, la cual permitirá hoy y siempre velar por sus intereses y bienestar personal.



**Almirante
Luis Polar Figari
Comandante General de la Marina**

Palabras del Comandante General de la Fuerza Aérea del Perú



Dentro de los lineamientos nacionales, como arma aérea no descuidamos nuestra misión primordial que es la Defensa Nacional, pero también, contribuimos con el progreso socioeconómico del país, apoyando iniciativas para el desarrollo nacional. Al respecto, tenemos varios proyectos que están en curso. En el tema de fabricación de aeronaves, acabamos de entregar el avión de instrucción primario número 15 de nuestra línea de producción, es un Alarus CH-2000 de patente canadiense, ensamblado en el Servicio de Mantenimiento (SEMAN FAP). Dentro de este crecimiento, contamos con un taller de reparación de trenes de aterrizaje para aeronaves comerciales en sociedad con la compañía Aerospace, cuyos capitales son norteamericanos. El año pasado hemos hecho nuestro primer tren de aterrizaje del Boeing 747 y luego hicimos dos juegos de trenes del Boeing 777, estos son los aviones más grandes del mundo. Con orgullo podemos decir que nuestro principal cliente es DHL y eso nos otorga gran prestigio. Asimismo, se ha firmado un contrato con la compañía Gol de Brasil, para realizar el mantenimiento de 15 aviones Boeing 737NG; esto nos permite crecer con mejores profesionales, equipos y actualización en las publicaciones técnicas.

El personal FAP está en constante calificación, por ello, hemos apostado por la capacitación en el extranjero. Adicionalmente a la modernización de los programas en las escuelas, hemos impulsado becas de estudio. Tenemos en este momento personal estudiando en Alemania, Francia, Estados Unidos y en varios países de Sudamérica. En estos meses enviaremos a un cadete a la Real Fuerza Aérea Británica. Cada esfuerzo en educación es una inversión importante.

Respecto a nuestra visión de gestión a futuro, el desarrollo de los programas planeados hará posible que nuestra Fuerza Aérea se posicione nuevamente entre las más importantes de Latinoamérica y un reconocimiento que siempre ha tenido. Esperamos seguir contando con el apoyo del Gobierno y de todos los profesionales que me acompañan en la gestión para desarrollar cada día las mejores capacidades para nuestra Fuerza Aérea.

Para nosotros, la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú es una de las asociaciones más sólidas a nivel nacional que brinda beneficios y servicios a la familia militar y policial como auxilios mutuales, préstamos y convenios, este último con descuentos económicos en universidades e instituciones educativas del país y el extranjero para seguir maestrías, diplomados, programas de certi-

ficaciones, cursos y seminarios. Asimismo, la SMMPP ha firmado una serie de convenios con instituciones y diversas empresas para otorgar importantes descuentos y beneficios a nuestros titulares y familiares.

Felicito a los directivos de la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú, por el compromiso asumido para liderar esta entidad con valores y transparencia, con la visión de un futuro mejor para todos los asociados. Hago extensivo también mi saludo al personal de asociados por seguir confiando en esta entidad y en sus directivos quienes vienen realizando una gestión con dedicación y esfuerzo. Asimismo, invito a las nuevas generaciones de aviadores a formar parte de esta institución.



**General del Aire
Carlos Chávez Cateriano
Comandante General de la
Fuerza Aérea del Perú**

Palabras del Comandante General de la Policía Nacional del Perú



La misión fundamental de la Policía Nacional del Perú (PNP) trasciende el ámbito de la seguridad. Nuestra labor es vital para la estabilidad social y económica de la Nación, asegurando con nuestro trabajo un entorno propicio para el desarrollo, donde las personas puedan ejercer sus derechos y cumplir con sus deberes en paz. La seguridad ciudadana es un pilar que favorece el crecimiento económico, pues sin ella no existirían las condiciones necesarias para la inversión, el comercio o la creación de empleo. En este sentido, la PNP es un actor clave en el fortalecimiento del tejido social y en la creación de un país más próspero y equitativo.

En un mundo cada vez más interconectado y tecnológicamente avanzado, la PNP debe adaptarse a los nuevos desafíos que trae la globalización. Por ello, nuestros efectivos policiales reciben una constante y rigurosa capacitación, que va desde el uso de nuevas tecnologías hasta el entendimiento de las dinámicas globales que impactan la seguridad local. Hoy, nuestros policías están equipados con herramientas digitales de punta, sistemas de gestión avanzada, y formados en ciberseguridad y derechos humanos, lo que les permite responder de manera efectiva ante el crimen organizado, la corrupción y otras amenazas emergentes. Además, nuestra colaboración con fuerzas policiales de otros países nos otorga una perspectiva global para enfrentar las amenazas del siglo XXI.

De cara a los próximos diez años, nuestra visión es consolidarnos

como una de las mejores instituciones policiales de América Latina; moderna, confiable y cercana a la ciudadanía, profundamente alineada con los valores democráticos y comprometidos con el bienestar del país. Nos proyectamos como una policía integrada, con efectivos policiales especializados y altamente preparados, capaces de anticipar y mitigar amenazas. Al mismo tiempo, fortaleceremos nuestra presencia en todo el territorio nacional, enfocados en la seguridad preventiva y la lucha efectiva contra el crimen en todas sus formas. La tecnificación y la formación continua son y serán los ejes transversales de nuestra gestión, sin perder nunca de vista nuestra misión fundamental: servir y proteger a la ciudadanía.

La Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú juega un rol crucial en nuestra política de bienestar. Esta organización se encarga de brindar apoyo, asistencia y seguridad a nuestros efectivos policiales y sus familias, asegurando que aquellos que dedican sus vidas al servicio de la patria cuenten con el respaldo necesario en momentos de dificultad. En un entorno tan demandante como el nuestro, donde las exigencias del trabajo policial pueden impactar profundamente en la vida personal, la existencia de un sistema mutualista sólido es esencial para garantizar la tranquilidad y el bienestar de nuestros miembros. A través de la Sociedad Mutualista, fomentamos un espíritu de solidaridad, asegurando que nadie quede atrás, y que todos podamos compartir los frutos de nuestro esfuerzo colectivo.

Aprovecho esta oportunidad para saludar afectuosamente a todos los asociados de la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú. Su compromiso y dedicación reflejan los valores más elevados de nuestra institución: la lealtad, la solidaridad y el compañerismo. Los invito a seguir participando activamente en este esfuerzo común, que es vital para nuestro bienestar y el de nuestras familias.

Asimismo, extendiendo una especial invitación a las nuevas promociones de oficiales. Afiliarse a este sistema mutualista no es solo un acto de prudencia, sino también una expresión de unidad y fortaleza institucional. Esta sociedad mutualista es una red de apoyo invaluable, que nos asegura a todos un futuro más estable y digno. Invito a los nuevos oficiales de la PNP a unirse, para que juntos, podamos seguir construyendo una Policía Nacional del Perú fuerte, moderna y comprometida con el servicio a la nación.



General PNP
Víctor Zañabria Angulo
Comandante General de la
Policía Nacional del Perú

La Defensa como Bien Público

A través de este artículo se pretende plasmar algunas reflexiones, lecciones aprendidas y experiencias vinculadas con los conceptos de defensa, seguridad, bienes (públicos y privados), y la vinculación entre ellos; así como, la importancia de las FF. AA., que influyen en la gestión defensiva del Estado, constituyéndose en una organización al servicio del ciudadano, y haciendo de la Defensa un Bien Público en beneficio de la sociedad y del Estado.

A pesar que la Defensa es una necesidad nacional, y resulta mejor tenerla y no necesitarla, que no tenerla, se convierte en una reflexión compleja para la gran mayoría de ciudadanos, especialmente en países con muchas necesidades sociales o escasez de recursos, surgiendo así el dilema de Paul Samuelson: Cañones vs. Mantequilla¹, que busca elegir entre satisfacer necesidades de un impacto social mayor “relacionado con el sector civil - mantequilla”, que las vinculadas con el sector defensa “relacionadas con el sector militar - cañones”; sin embargo, esta paradoja sigue siendo una imperiosa necesidad porque permitiría la supervivencia del Estado por encima de cualquier tipo de interés individual o colectivo.

Concebimos a la Defensa de todo Estado como un bien público porque involucra ser propiedad de todos los ciudadanos de una nación. Tiene tres principios esenciales: “La No división, la No exclusión y la No rivalidad de beneficios”, dicho de otra manera, no se puede dividir, no se puede excluir a nadie de los beneficios que brinda la defensa, y obviamente no hay rivalidad dentro de un Estado sobre quién o qué debe recibir mayores o mejores beneficios de una defensa.

Principio de No división

Implica la imposibilidad de fraccionar un bien público para su consumo personal. El politólogo de origen catalán Josep M. Colomer, señala que los bienes públicos “son los que no pueden dividirse en porciones o partes separadas para que las usen individuos diferentes”. Recursos naturales como el calor del sol o la defensa de una nación, no puede ser partidos para ser consumidos en proporciones por los miembros de una comunidad.





Principio de No exclusión

Tiene que ver con la imposibilidad de excluir del consumo de un bien a determinadas personas; las razones de la imposibilidad pueden ser físicas o económicas. La baja capacidad de exclusión implica que es imposible o muy difícil prohibir el consumo de un bien a otros individuos (se ha alegado que todo bien es excluible, si se está dispuesto a tomar las medidas necesarias y costearlas; esto enfatiza que el concepto es relativo a consideraciones legales y sociales). La exclusión de los bienes públicos tiene que ver con la rivalidad del mismo.

Principio de No rivalidad

Se dice que no existe rivalidad en el consumo de un producto o servicio, cuando el consumo que un individuo realiza de ese bien no impide ni reduce la cantidad disponible para el consumo de otras personas. Por tanto, de manera simultánea o no, varios individuos pueden consumir las mismas unidades del bien sin que se resienta el consumo de los otros. La Defensa Nacional constituye el ejemplo más claro de ausencia de rivalidad en el consumo de un producto; entendida como garantía y protección frente a un hipotético enemigo exterior, es un bien que ofrece el Estado a la ciudadanía y alcanza por igual a todos los ciudadanos del territorio y el hecho de que un individuo de un país esté protegido por la defensa nacional, no implica menores garantías para otro ciudadano. La no rivalidad en el consumo de la defensa nacional no implica que

todas las personas valoren internamente por igual el servicio. De hecho, es muy probable que las demandas de defensa nacional sean muy variadas entre los habitantes de un territorio. La no rivalidad significa que la existencia de un ejército equipado implica una garantía igual para todos los ciudadanos del país.

Podemos concluir que la Defensa es un Bien Público porque produce efectos positivos directos e indirectos en otros sectores gubernamentales, contribuye al desarrollo, incrementa el progreso tecnológico, permite vivir en un ambiente seguro y de paz. Es un bien específico, y su demanda obedece a una característica definida, convirtiéndose en propiedad de todos los ciudadanos de una nación; es decir, es un bien oficial, legal, estatal, representativo y de alcance por igual para toda la población.

Coronel FAP (r)
Luis Paniccia del Pino



1 Patrice, Franko, "La Economía de la Defensa: Introducción", "Los costos de oportunidad entre Cañones y Mantequilla. Pág. 18. Franko cita al economista Paul Samuelson, quien presenta el clásico ejemplo de "guns"-representando el gasto military- y "butter" -constituyendo el gasto civil, suponiendo que una sociedad solo produce esos bienes. La selección de ellos, ha sido generalmente atribuida a Hermann Goering en 1936, quien habría señalado "Guns will makes us powefull; butter will only makes us fat", en referencia a la elección de Alemania de ir a la guerra. Paul A. Samuelson, Economics (Tata McGraw-Hill Education, 2010). p 13; William Safire, Safire's Political Dictionary (Oxford University Press, 2008). 300; Robert Andrews, The New Penguin Dictionary of Modern Quotations (Penguin UK, 2003). Sin número de página- "Hermman Goering").



Asamblea General SMMPP

Dando cumplimiento a lo establecido en los artículos 23° y 25°, inciso a) del Estatuto de la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú, el presidente del Consejo Directivo SMMPP, general PNP Raúl Silva Olivera, convocó a los señores asociados de nuestra institución a la Asamblea General Ordinaria que se realizó el 26 de marzo de este año en el Auditorio Samuel Gleiser en la Cámara de Comercio de Lima.

La Agenda desarrollada en dicha asamblea incluyó los siguientes temas:

1. Tomar conocimiento y pronunciarse sobre la Memoria Anual 2023.
2. Aprobar los Estados Financieros 2023.
3. Exposición informativa a fin de conocer el presupuesto e inversiones del Fondo de Reserva y Plan de Metas 2024.



Algo de la historia del mutualismo en el Perú...*

En 1938, el Dr. Franz Schrufer publicó un interesante artículo denominado "El Control de las Asociaciones Mutualistas" en la *Revista de Informaciones Sociales* (9), en donde se revisa el origen de las asociaciones mutualistas, su evolución histórica y la situación de las sociedades mutualistas en el Perú ya desde esa lejana época. De ese remoto artículo extraemos —con cierto grado de edición— algunas ideas expuestas por Schrufer, especialista en información actuarial, para acercarnos a una serie de eventos que forman parte de los antecedentes históricos del movimiento mutualista peruano. Señalando y resaltando que la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú, fundada el 18 de septiembre de 1928, es líder e institución de vanguardia dentro de este importantísimo movimiento social de carácter fraterno y cooperativo.

La idea de defenderse contra desgracias y pérdidas materiales ha nacido, seguramente, con el género humano e intentos de hacer más intensiva y eficaz esta defensa preventiva por la "alianza" se conocieran ya en los más remotos tiempos de la historia humana.

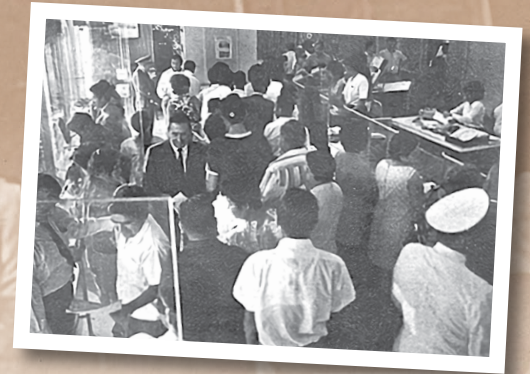
Quiere decir que, el principio mutualista practicado por la ayuda recíproca, según el dilema "Uno para todos y todos para uno", es tan antiguo que no se conoce su origen. Solamente se sabe que las primeras instituciones mutualistas

nacieron entre la gente modesta en tal forma que todos los asociados contribuyeron para indemnizar a un socio damnificado por la pérdida de cierto objeto, sea mercaderías, animales, embarcaciones, etc. Así, por ejemplo, se formaron en tiempos muy antiguos sociedades de cargadores de mulas; si uno de ellos perdió una bestia por alguna desgracia, los demás contribuyeron con partes iguales hasta suplir la cantidad suficiente que permitió al damnificado comprarse otro animal para su trabajo.

La defensa mutua se extendió con el tiempo no solamente a la restitución de bienes perdidos, sino también a la ayuda económica recíproca para el caso de que algún socio muera. En este caso, cada vez que moría un asociado, los demás sobrevivientes pagaban una cuota fija, cuyo líquido se entregaba a la familia del difunto.

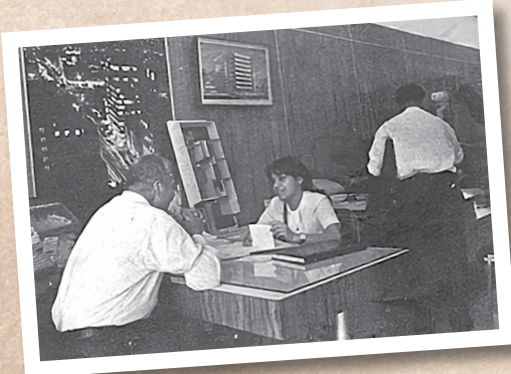
Pronto la idea de la ayuda mutua a base de cuotas fijas y periódicas se apoderó también de otros campos de la previsión económica. Por ejemplo, para el caso de enfermarse o invalidarse algún socio, o para acumular en ciertos plazos capitales reintegrables a los asociados. Resulta así que las instituciones mutualistas se dedican, con el tiempo, casi a todas las actividades, cuyo conjunto está comprendido por el concepto de "seguro" y "capitalización".

La experiencia, en primer lugar, la europea, ha demostrado que muy pocas de las muchísimas sociedades mutualistas que se formaron, han podido mantenerse por mucho tiempo. Casi todas desaparecieron muy pronto. El motivo natural ha sido, en su mayoría, la poca extensión de las sociedades.



Fácil es comprender que debe haber cierto número de socios para que el total de las cuotas colectadas represente efectivamente una ayuda económica para el asociado. En el caso del beneficio por defunción, si hay solamente un pequeño grupo de asociados, no se puede esperar que las defunciones ocurran en frecuencia más o menos regular; un mes tendrá muchos, otros pocos siniestros y la irregularidad e inseguridad consiguiente del sacrificio económico para los asociados sobrevivientes hará mucho daño a la estabilidad de la sociedad. Es cosa conocida que la mortalidad crece con la edad; por consiguiente, socios jóvenes pagarán siempre relativamente mucho más que socios de edad ya avanzada; esta circunstancia es otra dificultad para las sociedades a base de reparto. Para sociedades mutualistas de otras índoles se encontrarán fácilmente motivos semejantes que perturban la estabilidad de su existencia.

Las ideas aquí expuestas, fácilmente se pueden extrapolar a nuestra realidad actual. Es siempre positivo, dar una mirada al pasado y recoger ideas y planteamientos que siempre se han hecho con el fin de mejorar el nivel de vida de los integrantes de una sociedad.



*Primera parte de un artículo de dos.

Consejo Directivo y Consejo de Vigilancia SMMPP (febrero 2024 – enero 2025)

Consejo Directivo

El Consejo Directivo es un órgano colegiado, conformado por asociados activos, cuya responsabilidad principal es dirigir y controlar las actividades de la SMMPP que la orienten hacia su finalidad a través de sus objetivos. El Consejo Directivo está integrado por nueve directores: el director o comando de Personal de cada Institución de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional y de un oficial superior en situación de actividad del grado de coronel o capitán de navío, designado por cada institución, y nombrados por resolución de la Comandancia General, y un oficial asociado en situación de retiro, nombrado por el presidente del Consejo Directivo que le corresponde asumir el cargo, preferentemente entre las asociaciones afines a la SMMPP cuyos integrantes en su mayoría sean asociados a la SMMPP.

General PNP Raúl Silva Olivera
General de División Jorge Agramonte Aguilar
Teniente General FAP Roder Bravo Valera
Vicealmirante Percy Pérez Bramosio
Coronel EP Raúl Liza Marchena
Capitán de Navío Luis Calizaya Portal
Coronel FAP Aland Pucce de la Fuente Chávez
Coronel PNP César Arica Ayllón
Mayor General FAP (r) Rodolfo del Portal Saco Vértiz

Consejo de Vigilancia

El Consejo de Vigilancia es el órgano encargado de controlar y fiscalizar todas las actividades del Consejo Directivo, de la Gerencia y otras de acuerdo con las normas estatutarias y reglamentarias de la SMMPP y de los acuerdos de la Asamblea General y del Consejo Directivo. El Consejo de Vigilancia está constituido por los Inspectores de los comandos o direcciones de Personal de cada instituto de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional nombrados por su respectivo comandante general o director general. Su presidencia es ejercida anualmente y en forma rotativa por el inspector del Comando o Dirección de Personal del instituto al que corresponde presidir al siguiente año el Consejo Directivo.

Coronel EP Pedro Rodríguez Zapata
Capitán de Navío Javier Cayetano Fernández
Coronel FAP Marco Montoro Alegre
Coronel PNP Josué Montero Peche



Campaña de afiliación

Con la finalidad de convocar la inscripción y participación de nuevos socios en la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú, el 9 de julio de este año se realizó la primera visita a la Escuela de Oficiales de la Policía Nacional del Perú. En esta visita participaron los cadetes de cuarto año.

Como parte de esta actividad, se realizó el sorteo de tres bicicletas marca Giant Talón 2, aro 29" entre los nuevos afiliados.

Al finalizar el evento, el total de nuevos afiliados fue de 31 cadetes, próximos flamantes oficiales. Cada uno de ellos recibió un bono de bienvenida por un valor de S/ 200.00 soles.

Ganadores del sorteo

Dilmer Kevin Diaz Requejo



Alexandro Kristofer Taboada Delgado



Fabian Vanivar Quicaño Arenas



**ESCUELA DE OFICIALES DE LA
POLICÍA NACIONAL DEL PERÚ**

La simbología de

El hombre habita un mundo definido por dos realidades: lo natural y lo cultural. Lo natural es todo lo que nos rodea y que podría existir, o no, sin la presencia del ser humano. Por el contrario, la realidad cultural ha sido creada por nosotros desde los confines de la historia. En esa segunda realidad, los símbolos, los mitos y las leyendas han ido construyendo un imaginario colectivo que atraviesa siglos y civilizaciones.

El mundo sónico (de fundamento absolutamente cultural) es analizado por la semiología, que es la ciencia que estudia los signos y los sistemas de signos, así como los procesos por los cuales son creados. El universo integrado de signos conforma lo que se denomina una “semiosfera” que viene a ser el espacio simbólico en el cual transcurre la vida humana.

En este sistema existen tres tipos de signos: el ícono, el símbolo y el índice. Según Charles Peirce (1839-1914), el ícono es un signo que por virtud de su naturaleza refiere o denota su objeto, posee una o algunas de las propiedades del objeto que representa. El índice es un signo que tiene conexión física real con el referente, es decir, con el objeto al que remiten. El símbolo se refiere al objeto que denota en virtud de una convención, producto de una asociación de ideas generales que operan de modo tal que son la causa de que el símbolo se interprete como referido a dicho objeto.

En el ámbito militar y policial, es casi un lugar común manifestar que “la espada es el símbolo de mando”. Como herederos de nuestros preclaros antecesores y como forjadores de las nuevas generaciones de oficiales de nuestras Fuerzas Armadas y Policía Nacional, es pertinente detenemos para dialogar acerca de lo que connota y denota una espada en nuestras manos.

“El origen de la espada se remonta a la Edad de Bronce, cuando el hombre descubrió que si se afila una daga con constancia y precisión se consigue una punta letal, convirtiéndose así en la principal arma del guerrero.”

Desde lo arcaico de los primeros días, la espada —compuesta esencialmente de hoja y guarda— es un símbolo de conjunción, “especialmente cuando se adopta, en la Edad Media, la forma de cruz”¹. Los romanos creían que el hierro, por su relación con Marte, ahuyentaba a los malos espíritus. Y esta relación con Marte (Dios de la guerra y señor del hierro) se proyecta en la verticalidad de la vida (activa posición hacia la bóveda celeste) y la horizontalidad pasiva de la muerte.

En su sentido primario, la espada es un símbolo que vincula el poder de herir y la herida, y por ello es entendido como un signo de fuerza y libertad. Los guerreros vikingos “daban nombres a sus espadas de ornadas empuñaduras: Serpiente de Batalla, Fuego del Rey del Mar, Hielo de Combate...”². También, los grandes hombres de la Edad Media asignaban nombres a sus espadas: Balmunga, Sigfrido; Escalibur, el rey Arturo; Durandal, Rolando; Joyos, de Carlomagno; Tizona, el Cid Campeador. Estos nombres prueban la personalización de la espada y la integración con el espíritu guerrero de sus poseedores.

Un importante componente sociológico conforma la constitución de este marcial símbolo, ya que la espada está reservada al uso de los caballeros, icónico defensor de las fuerzas del bien y de la luz contra las tinieblas y el mal. Sus dos distintos

filos operan una profunda división. Una cara de la espada está asociada al sacrificio —imbuido de un espíritu de voluntad y templanza— en pos de la claridad. La otra cara, representa la discordia y el cisma. Desde el plano metafísico y espiritual, su posesión —asociada al fuego, a su esbelto diseño y al resplandor de sus nobles metales— representa un instrumento de purificación.

En la alquimia, la espada simboliza el fuego purificador y es un instrumento de discernimiento del logos. Para los alquimistas medievales “la espada de los filósofos es el fuego del crisol”³. Mientras que, en la mitología griega, la espada de oro es el símbolo de la más prístina y suprema espiritualización. Un declarado dualismo se interpreta en el vínculo del calor del fuego de la fragua y el frío del metal, sintetizándose en la espada un multívoco universo de interpretaciones.

En la Biblia, sus más de cuatrocientas nominaciones se han de tomar de manera literal. Sin embargo, existen algunos usos y sentidos figurados, ya que metafóricamente hablando “poner una ciudad a la espada” significa ir a la guerra; “caer a espada”, la derrota (Jeremías, 19.7). “No se apartará jamás de tu casa la espada” (2 Samuel, 12.10), representa una profecía de sangre. La espada también simboliza el juicio divi-

la espada



no: “Si el malvado no se arrepiente, Dios afilará la espada” (Salmos, 7.12). Posteriormente, en las tradiciones cristianas la espada es considerada como un arma noble que pertenece solo a los caballeros y a los héroes cristianos. Aparece a menudo en los cantares de gesta.

Nuestros grandes héroes nacionales: Francisco Bolognesi, Miguel Grau, José Quiñones y Alipio Ponce, en acto y rito, blandieron una espada con sus incólumes manos para defender a nuestra patria. Todos nosotros, oficiales asociados a la SMMPP, somos herederos del honor y de la gloria con que ellos —y otros excelsos oficiales peruanos— supieron honrar la posesión y el uso de la espada que la patria les confió. Espada, símbolo de mando, de caballeridad, de elevados valores, de altísimo sacrificio, de entereza moral, de nobles virtudes y de un espartano espíritu acrisolado en la vocación de servir a nuestro amado Perú.

“La espada es el símbolo, por antonomasia, del estado militar, de su virtud, su bravura y su poder...”

- 1 Cirlot, Juan. (2011). *Diccionario de símbolos*. Madrid; Ediciones Siruela.
- 2 Archivo para la Investigación en Simbolismo Arquitépico (ARAS). Ronnberg, Ami. (Red.) y Martin, Kathleen. (Ed.). (2011). *El libro de los símbolos. Reflexiones sobre las imágenes arquetípicas*. Madrid: Tachen.
- 3 Chevalier, Jean y Gheerbrant, Alain. (2012). *Diccionario de los símbolos*. Barcelona: Herder Editorial.

SMMPP:

firma electrónica / WhatSign

La actual gestión de la Sociedad Mutualista Militar Policial del Perú se ha trazado la meta de modernizar todos los procedimientos administrativos con la finalidad de brindar un servicio más ágil y eficiente a nuestros asociados. Para tal efecto se ha contratado los servicios de la compañía WhatSign, especialista en el rubro de autenticación digital.

WhatSign nace en 2020 como un servicio de firma electrónica, para brindar un servicio con avanzada tecnología.

La firma electrónica se caracteriza por usar métodos técnicos para identificar a una persona e indicar que esa persona apruebe la información que estará firmando y suscribiendo.

En el Perú, existen tres modalidades de firma electrónica. La primera es la firma electrónica simple, la cual viene a ser una firma digitalizada (escaneada). La segunda, la firma digital, es una rubrica electrónica que utiliza una técnica de criptografía asimétrica, basada en el uso de un par de claves (privada y pública), relacionadas matemáticamente entre sí. Por último, la firma electrónica avanzada, que se caracteriza porque vincula al firmante de manera única, lo identifica y lo relaciona con los documentos firmados, de esta forma, cualquier modificación posterior de los mismos, sería detectable.

El servicio que brinda WhatSign a nuestros asociados es la firma electrónica avanzada para la acreditación de los beneficios mutuales. WhatSign identifica plenamente al firmante usando inteligencia artificial (IA) para comparar la foto de la persona que está firmando en el momento, con la de su documento de identidad. También, se conecta en línea con la RENIEC para verificar la identidad de la persona, mediante biometría facial o dactilar. Asimismo, realiza prueba de vida (pasiva) y detección de ataques de presentación facial (PAD) nivel 1 y nivel 2. Adicionalmente, realiza un video firma con un único número vinculante, que el fir-

mante deberá grabarse dictándolo. Este número es el resultado de un algoritmo aplicado al *hash* del documento/evidencias y en el momento en el tiempo en el cual se realiza la firma. Al culminar estos procesos, el *hash* de los documentos y las evidencias son registrados con un sello de tiempo en LAC-Chain, del sistema Blockchain (liderado por el Banco Interamericano de Desarrollo). Con todas estas tecnologías, WhatSign logra vincular al firmante, permitiendo a la contraparte defenderse ante un rechazo de la firma.

El uso de la firma electrónica ofrece una mayor seguridad sobre los documentos firmados que puedan ser negados por el cliente, ya que, con las tecnologías y la trazabilidad de toda la operación que posee la plataforma, se puede evidenciar la realización de la firma. Esta es la gran diferencia que existe con las otras dos firmas electrónicas (simple y digital), ya que, el firmante puede objetar que su firma escaneada o sus claves podría haberlas tenido otra persona.

La firma electrónica es una alternativa eficiente y segura para firmar documentos en entornos digitales. La Ley 27269 (Ley de Firmas y Certificados Digitales) otorga la misma validez y eficacia jurídica a la firma electrónica que al uso de una firma manuscrita y otra análoga que conlleve manifestación de voluntad. No obstante, aunque ambas pueden ser legalmente válidas, la firma electrónica facilita la verificación y la gestión eficiente de documentos a través de medios electrónicos, mientras que la firma analógica puede presentar desafíos en términos de seguridad y manejo físico.



WhatSign

IDENTIDAD + FIRMA DIGITAL

La economía y la política desde el Diagrama de Nolan

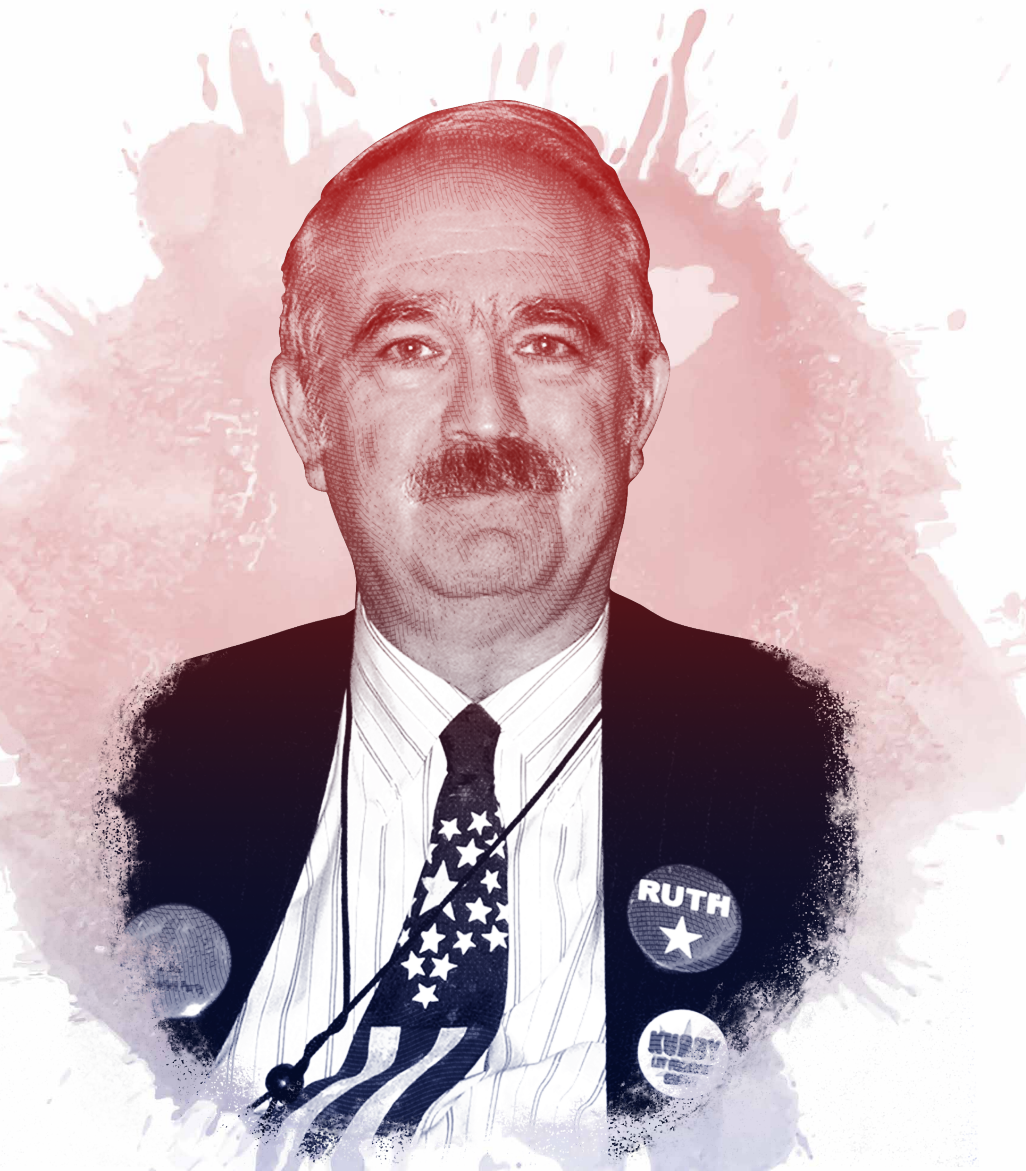
Iván Izquierdo Elliot
Analista político

El 28 de agosto de 1789, los revolucionarios franceses se reunían en asamblea para discutir el alcance del poder de Luis XVI. Durante el acalorado debate las dos facciones fueron separándose con la finalidad de comunicarse mejor y ajustar los argumentos. La fracción que proponía la conservación de los privilegios del poder real, fueron acomodándose en las sillas que se encontraban al lado derecho de la sala. Aquellos que propugnaban un modelo político parlamentario al estilo inglés que limitara el poder real, se fueron instalando en las de la izquierda. La dicotomía política derecha-izquierda nació por pura casualidad y el maniqueísmo se introdujo en el lenguaje político.

Las tendencias políticas varían según la ideología, la conveniencia, los prejuicios y los objetivos de cada persona particular. La democracia depende del diálogo, el entendimiento y la negociación de las facciones. La reducción simplista de derecha e izquierda empobrece el análisis intelectual y el entendimiento político en limitados factores binarios.

El político norteamericano David Nolan (1943-2010) entendió este problema; politólogo por el Instituto tecnológico de Massachusetts, Nolan fue fundador del Partido Libertario de los Estados Unidos y ha ganado mucha fama entre los politólogos, ya que encaró el problema del reduccionismo faccional de la política.

1 "Classifying and Analyzing Politico-Economic Systems" en la edición de enero de 1971 de *The Individualist*.

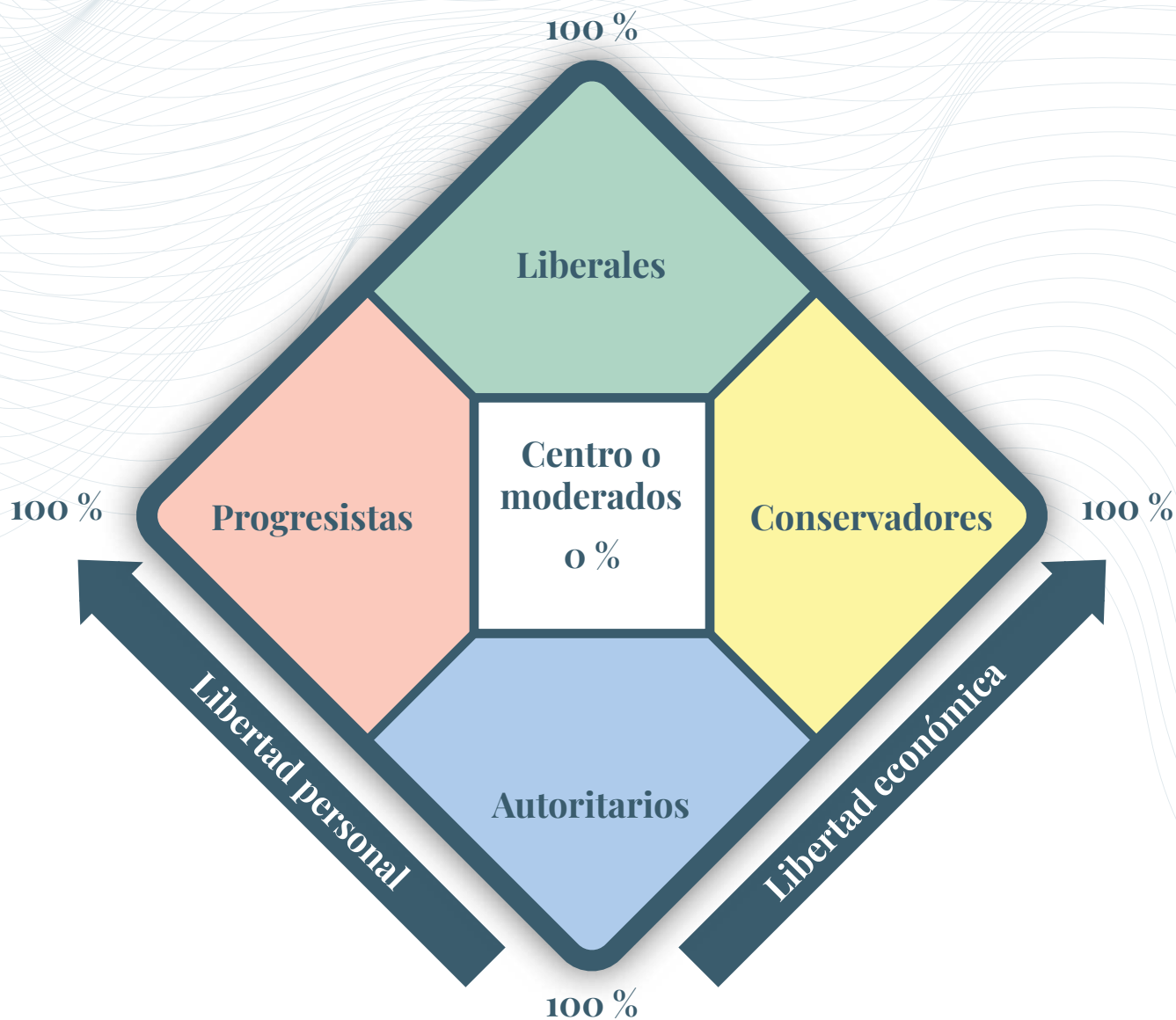


El Diagrama de Nolan

En 1969, Nolan publicó la primera versión del diagrama en una publicación de la Sociedad por la Libertad Individual¹. Aquí propone un sistema de coordenadas cartesianas cuyos ejes se basan en dos factores: las opiniones respecto al grado de libertades personales y las opiniones respecto al grado de libertades económicas, principales factores que emergen durante el debate político.

Los factores económicos que generalmente se miden son: ma-

teria fiscal, mercado, comercio, libre empresa, presupuestos, etc. Los factores de libertad personal generalmente se valoran en servicio militar, aborto, legalización de drogas, Iglesia (intervención en decisiones de Estado), etc. Para ello, Nolan realiza una taxonomía en base a cuatro posiciones o tendencias políticas generales a las que denomina: conservadores, progresistas, liberales y autoritarios. Cabe señalar que estas clasificaciones y sus denominaciones son ajustadas según la realidad de política de cada sociedad.



Liberales

En general, los liberales abogan por un mercado y procesos económicos libres de la intervención del Estado, el *laissez faire* económico, menor gasto militar, abolición de los impuestos, libre empresa, etc.

Autoritarios

Los autoritarios defienden el control del Estado y del gobierno sobre la acción económica y personal: existencias de empresas públicas, militarismo², control social e individual, “mano dura”, rechazo a la acción social y civil, etc.

Conservadores

Prefieren una mayor intervención del Estado sobre la acción económica, pero la rechazan sobre los intereses particulares: mercado semiregulado, desregulación finan-

ciera, proteccionismo empresarial, disminución de impuestos, etc. En el aspecto personal se inclinan por el *status quo*, el bien común sobre los derechos individuales, tradiciones religiosas, la defensa de privilegios, etc.

Progresistas

Se inclinan por una menor intervención del Estado sobre la acción personal: el secularismo político, libertad de acción y pensamiento, los derechos de minorías, protección y justicia individual, etc. Pero apoyan la idea de una mayor intervención del Estado sobre la acción económica: salario mínimo, estabilidad laboral, sistema nacional de pensiones, sistema universal de salud y educación, etc.

El investigador puede indagar las tendencias políticas mediante un

conjunto de preguntas preparadas cuidadosamente. Pero también se puede obtener las tendencias de las declaraciones y acciones realizadas públicamente por los líderes políticos y las organizaciones. Las redes sociales son una fuente inagotable de estudio. Conocer la tendencia política de una persona o grupos ayuda al diseño de estrategias para el diálogo y el debate, base de la política en un orden democrático sano e inteligente.

Si desea resolver un cuestionario y conocer su propia tendencia política, sugerimos realizar este cuestionario, muy simple e incompleto, pero ayudará a darse una idea de como es el uso de esta metodología: <https://testpolitico.com>

² “Predominio de lo militar en la política y el gobierno de una nación” (RAE).

Educación financiera



CPC Jenny Medina Tapia
Medina y Asociados Contables

Cuando hablamos de dinero muchas ideas y deseos nos invaden. Deseamos, siempre, tener más dinero del que tenemos, o, por lo menos, que lo que tenemos nos alcance para cubrir nuestras necesidades y quede un saldo positivo que contribuya con nuestros proyectos.

La vida es una sucesión de eventos que —querámoslo o no— exige un soporte de medios. Y entre estos, el dinero juega actualmente un rol, no absoluto, pero sí, fundamental. Entonces nos preguntamos cómo podemos organizar y administrar este escaso recurso para poder cubrir la mayor cantidad de los aspectos de nuestra vida: alimentación, vivienda, vestido, educación, salud, esparcimiento y además tener cierta capacidad de ahorro mensual para gastos imprevistos y situaciones a futuro.

Con el dinero, al igual que en toda operación aritmética, los números son elementos que no pueden ser manejados a nuestro antojo, sino que deben de cumplir una serie de condiciones entre las relaciones de suma, resta, multiplicación y división. El dinero que ingresa en nuestro “debe” hace referencia al dinero que recibimos; mientras el “haber” tiene que ver con las salidas o entregas que hacemos. Entonces un adecuado y sano balance entre nuestro “debe” y nuestro “haber” ha de guiar nuestras decisiones económicas.

Obtén el 100 % de descuento en lo que no compras...

Aunque suene obvio y de Perogrullo, no comprar nos evita gastar. Lamentablemente, debemos de comprar muchísimas cosas para poder subsistir. El manejo familiar de nuestro dinero se asemeja mucho a la administración de los recursos económicos de cualquier empresa. Por lo que es conveniente diferenciar lo que es un “gasto” de lo que es un “costo”.

Por un lado, un costo lo podemos asumir como la entrega de dinero que realizamos para obtener los recursos de necesidad prioritaria. Son compras que no podemos dejar de hacer, pues de otra manera nuestras necesidades básicas no estarán debidamente cubiertas. Por otro lado, un gasto lo podemos interpretar como una salida de dinero, pero con una finalidad no sustancial (un chocolate, algún antojo, alguna prenda de vestir que no necesitamos pero que llamó nuestra atención...). Entonces entender esta diferencia nos hace conscientes de en qué debemos orientar nuestro dinero y en qué no.

Este es el primer paso para iniciar una vida de salud financiera: evitar los gastos superfluos. Logrado este primer hábito, ya podemos hablar de establecer algún decálogo para lograr una vida de ahorro y salud financiera.

Decálogo del ahorro

1. Elaborar un presupuesto: es fundamental tener un presupuesto detallado que incluya los ingresos y gastos familiares. Esto nos permitirá tener un panorama claro de nuestra situación financiera e identificar las áreas donde se puede ahorrar.
2. Establecer metas de ahorro: definir metas de ahorro a corto, mediano y largo plazo. Esto nos ayudará a mantenernos motivados y enfocados en nuestros objetivos financieros.
3. Reducir gastos innecesarios (hormiga): identificar y eliminar gastos superfluos que no sean realmente necesarios. Pequeños gastos recurrentes pueden sumar una cantidad significativa a lo largo del tiempo.
4. Comparar precios y buscar ofertas: antes de realizar una compra, comparar precios en diferentes establecimientos y aprovechar las ofertas y descuentos para obtener los mejores precios.
5. Ahorrar en servicios básicos: buscar maneras de reducir los gastos en servicios como electricidad, agua, gas, teléfono, internet, entre otros. Pequeños cambios en el uso de estos servicios pueden significar grandes ahorros.
6. Planificar las compras: evitar las compras impulsivas y planificar las compras con anticipación. Hacer una lista de lo que realmente se necesita y ceñirse a ella para evitar gastos innecesarios.
7. Utilizar cupones y descuentos: aprovechar cupones, promociones y descuentos en las compras diarias para ahorrar dinero.
8. Ahorrar en transporte: buscar alternativas económicas para desplazarnos, como usar el transporte público, compartir viajes en coche con familiares o amigos, o utilizar la bicicleta.
9. Priorizar el ahorro: establecer el ahorro como una prioridad en nuestro presupuesto familiar. Destinar una parte de nuestros ingresos mensuales al ahorro, que puede ser el 10 % antes de cubrir otros gastos.
10. Revisar regularmente nuestras finanzas: chequear periódicamente nuestro presupuesto, las metas de ahorro y los hábitos de gasto para identificar áreas de mejora y ajustar los planes de ahorro según sea necesario.



Glosario (mínimo) de términos económicos

Cuando se habla de economía, por lo general, viene a la mente la idea de una disciplina compleja que estudian algunos profesionales y que no está directamente relacionada con nosotros. En realidad, la economía juega un papel fundamental en el diario quehacer. La vida cotidiana está compuesta por una serie de eventos de todo tipo: personales, familiares, vecinales y laborales. De una u otra forma, estos hechos, tan sencillos y comunes, pueden ser vistos desde la perspectiva de la economía, ya que cada acto genera algún tipo de gasto, por mínimo que sea. Por eso, es conveniente estar familiarizados con algunos de los términos que, día a día, circulan en las noticias y en toda conversación. Aquí les presentamos algunos:



Balanza comercial: indicador que mide la relación entre las exportaciones y las importaciones de un país en un determinado periodo.

Capital: conjunto del dinero y de los recursos materiales (máquinas, infraestructura y otros recursos tangibles) empleados para producir una renta. En combinación con otros factores, como el recurso humano, el trabajo, las materias primas y los bienes intermedios, permite crear bienes de consumo y generar riqueza.

Capital financiero: valor de las inversiones a corto plazo que mantiene una entidad con otras instituciones. Se puede ver reflejada de formas diferentes, ya sea en acciones, préstamos, etc.

Capitalismo: sistema económico en el que los medios de producción son de propiedad privada, las empresas compiten por la venta de bienes con el objetivo de conseguir beneficios, y los empleados trabajan a cambio de un sueldo. Se fundamenta en los principios de la propiedad privada de los medios de producción, mediante el capital como herramienta de producción por encima del trabajo.

Ciclo económico: fluctuación en el crecimiento de una economía que se caracteriza por la alternancia de periodos de expansión y contracción. Se divide en cuatro fases: la desaceleración, la recesión, la recuperación y la expansión.

Consumo: valor de los bienes o servicios adquiridos. Es la acción de utilizar o gastar un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanto primarias como secundarias.

Deflación: caída, a lo largo del tiempo, del precio de los bienes y servicios. Se relaciona con periodos de estancamiento económico.

Déficit: situación en la que la diferencia entre los ingresos y los gastos es negativa; es decir, los gastos son superiores a los ingresos. A nivel estatal, el déficit presupuestario consiste en que el gasto público excede de la recaudación impositiva.

Depresión: tipo de crisis económica que implica una gran disminución sostenida de producción y consumo, acompañada por muy altas tasas de desempleo y de quiebras empresariales. Es un declive severo y prolongado de la actividad económica, caracterizado por una disminución de la producción, desempleo masivo y la escasez del crédito.

Economía: conjunto de la actividad económica (producción, trabajo, comercio, consumo) que se lleva a cabo en un determinado país o región. También es una ciencia social que estudia los procesos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios en la sociedad.

Economía de libre mercado: sistema económico basado en el libre juego de las fuerzas de mercado. A través de la información que proporciona el sistema de precios, los agentes económicos van ajustando su oferta y demanda, y tomando decisiones de producción, consumo, ahorro e inversión para optimizar aquellos recursos más escasos.

Globalización económica: integración internacional de las economías nacionales y el libre flujo de capitales entre países, facilitada por los tratados de libre comercio, el crecimiento de empresas multinacionales y el desarrollo de tecnologías del transporte, las telecomunicaciones y la informática.

Hiperinflación: situación económica con una tasa muy elevada de inflación fuera de control, en la que los precios aumentan rápidamente al mismo tiempo que la moneda pierde su valor real y la población tiene una grave reducción en su patrimonio monetario.

Inflación: situación en la que los precios de los bienes y servicios de una economía se hallan en ascenso. Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios; en otras palabras, la inflación causa la disminución del poder adquisitivo de la moneda.

Macroeconomía: estudio de la economía en su conjunto, que atiende a factores económicos como los tipos de interés, la inflación, el crecimiento o el desempleo.

Microeconomía: estudio del comportamiento económico tanto a nivel individual como empresarial.

Presupuesto: plan financiero que recoge los gastos e ingresos previstos. Es un plan de las operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios.

Producto bruto interno (PBI): valor de los bienes y servicios finales producidos durante un periodo de tiempo en un territorio. Solo se refiere a bienes y servicios finales porque sus precios incorporan el valor de los bienes intermedios.

Recesión: periodo en el que el rendimiento de una economía disminuye. Genera una caída significativa de la actividad económica que acontece en el conjunto de la economía y para un número suficiente de meses, y que resulta visible en términos de producción, empleo, renta real y otros indicadores.

Superávit: en términos comerciales, exceso de las exportaciones sobre las importaciones. A nivel estatal, el superávit presupuestario consiste en la recaudación tributaria que excede el gasto público.

Ventaja absoluta: capacidad de un país para elaborar un producto más eficientemente que otro. Analiza la superioridad que tiene una empresa para producir un producto.

Ventaja comparativa: capacidad de un país para producir de modo relativamente más eficiente un producto que otro, aun cuando el otro sea más eficiente en términos generales. Analiza los costes de oportunidad y los tiene en cuenta para elegir los productos más convenientes por producir y comercializar.

Lo que el dinero no puede comprar

Michael Sandel es un filósofo político y profesor estadounidense. Es profesor en la Facultad de Derecho de la Universidad de Harvard y Premio Princesa de Asturias de las Ciencias Sociales 2018. Es uno de los autores de referencia en el ámbito de la filosofía pública. Sandel tiene como objetivo poner sobre la mesa el tema de la educación cívica y conectar la filosofía con nuestra vida cotidiana. En ese sentido, muchas de sus publicaciones buscan engarzar la reflexión filosófica con la cotidianidad de las variables sociales, políticas y económicas que forman el contexto de nuestras vidas. A la fecha, ha publicado *Justicia. ¿Hacemos lo que debemos?* (2011), *Filosofía pública. Ensayos sobre moral en política* (2020), *La tiranía del mérito. ¿Qué ha sido del bien común?* (2020), *Contra la perfección. La ética en la era de la ingeniería genética* (2022) y *El descontento democrático* (2023).

En una conferencia, Sandel manifestó no creer que “la filosofía sea un tema puramente académico. Esta debe estar presente no solamente en las aulas, sino también en la vida cívica, donde los ciudadanos debaten grandes cuestiones, como la justicia y lo que significa ser un ciudadano”.

En *Lo que el dinero no puede comprar. Los límites morales del mercado*, Sandel plantea una serie de interrogantes acerca de la manera en que hoy casi todo se pone en venta: una celda más cómoda en una prisión, vientres de alquiler, derecho a cazar especies en extinción, derecho a emitir toneladas de dió-

xido de carbono, etc. Y también la forma en que en nuestros días hay múltiples maneras “nuevas” de hacer dinero: alquilar un espacio en el cuerpo para exhibir publicidad, hacer de conejillo de indias en la industria farmacéutica, combatir por algún país dentro de su ejército regular sin ser ciudadanos, pagar las cuotas del seguro de vida de una persona enferma o anciana y a su muerte cobrar la póliza...

Sandel subraya que, a lo largo de las tres últimas décadas, los mercados, y los mercados de valores, han llegado a gobernar nuestras vidas como nunca antes lo habían hecho. Como filósofo y especialista en ciencias políticas, Sandel reflexiona acerca de la importancia que el pensamiento mercantil juega en nuestra era y el prestigio como modelo estructural de convivencia, ya que ningún otro mecanismo ha tenido tanto éxito a la hora de organizar la producción y distribución de bienes con la consecuente generación de bienestar y prosperidad. En este contexto, los valores del mercado se han convertido en los nuevos conductores y derroteros de la vida social. La economía se ha convertido casi en una religión o en un imperio de poderes absolutos. “En la actualidad, la lógica de comprar y vender no se aplica solo a los bienes materiales, sino que gobierna cada vez más los otros aspectos de la vida”, sostiene Michael Sandel.

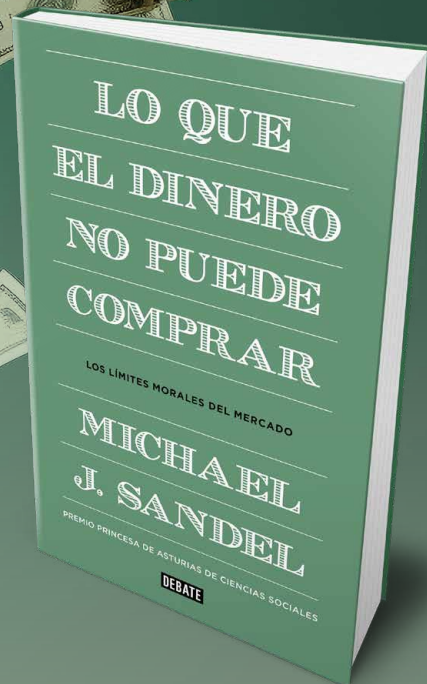
Sandel afirma que nuestra capacidad crítica frente a este sistema económico dominante es cada vez

Lo que el dinero no puede comprar. Los límites morales del mercado.

Michael Sandel.
Trad. del inglés de Joaquín Chamorro Mielke.
Barcelona: Random House Mondadori, 2013, 254 pp.

menor. Esa actitud de abstención de todo juicio relativo a los valores se encuentra en la base del razonamiento mercantil. Nuestra renuencia a criticar con argumentos morales o espirituales este estado de cosas, junto con nuestra complacencia total hacia los mandatos del mercado, nos está haciendo pagar un alto precio: “ha drenado el discurso público de toda energía moral y ha contribuido a la política tecnocrática, de mera gestión, que hoy aqueja a muchas sociedades” estima Sandel.

Lo que el dinero no puede comprar. Los límites morales del mercado de Michael Sandel nos invita a repensar el papel y el alcance de los mercados en nuestras prácticas sociales, en nuestras relaciones humanas y en la vida cotidiana y acerca de cuál es el papel adecuado de los mercados en una sociedad democrática y cómo podemos proteger los bienes morales y cívicos que los mercados ignoran y que el dinero no puede comprar.



Ya nos encontramos en **redes sociales**



Síguenos en:



Entérese de los beneficios, convenios y demás servicios que le brinda la SMMPP a todos sus asociados. Síguenos en nuestras redes sociales en Facebook, Instagram, LinkedIn y siempre en nuestra página web (<https://smmpp.org.pe>).

Rumbo a los
100
Años



Invitamos a todos nuestros asociados a participar en la edición y publicación del siguiente número de SMMPP Revista, con el envío de artículos dentro de la temática profesional, institucional, mutualista y de aspectos destacados de nuestra realidad nacional en sus diversos aspectos. Para más información de detalle, por favor, contactarse con el editor de nuestra publicación: Luis Fuentes (969-680-604).



Misión

Como la asociación mutualista decana del sector, otorgamos beneficios previsionales y otros servicios a los oficiales de las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional del Perú, en actividad o retiro, utilizando tecnología apropiada para garantizar la prestación del servicio con elevados estándares de calidad y excelencia.



Visión

Aspiramos a ser la organización Mutualista referente y líder indiscutible del sector, imbuidos por un compromiso permanente por la excelencia del servicio y la búsqueda persistente en la mejora en la calidad de vida de la familia militar policial del Perú.

Valores



Responsabilidad social

Comprometerse activamente con la responsabilidad social, participando en iniciativas que contribuyan al bienestar de la comunidad más allá de los servicios directos a los asociados.



Innovación

Fomentar la adopción constante de tecnologías y prácticas innovadoras para mejorar la eficiencia y ofrecer servicios de alta calidad.



Compromiso

Reforzar el compromiso con la excelencia en la prestación de servicios, asegurando la satisfacción y bienestar de los asociados.



Transparencia

Priorizar la transparencia en la comunicación y decisiones, garantizando que los asociados tengan información clara sobre los procesos y beneficios.



Adaptabilidad

Desarrollar la capacidad de adaptarse fácilmente a los cambios, tanto en el entorno como en las expectativas de los asociados, para responder eficazmente a las necesidades actuales.

Nuestros aliados

