



# Educación Financiera

## Desde la perspectiva MIPYME

1. septiembre.2015

*Mercedes Canalda*

## Definición

Capacidad de entender como funciona el dinero en el mundo: como una persona lo obtiene (gana), lo administra, lo invierte creando el mejor y mayor impacto con el.

Habilidades y conocimientos que permiten a un individuo tomar decisiones adecuadas de todos sus recursos financieros.



## Vinculado

Necesidad del Cliente



## Medir Impacto

Perfil del Cliente

# Experiencias de Desarrollo de Programas de Educación Financiera de las Mipymes

# Inicio educación financiera en Adopem



- Grupos comunitarios
- Encuentros de compartir experiencias

- Siempre usar el dinero de mi préstamo en el negocio ➡ **actividad productiva.**

- Sí ella pudo yo puedo ➡ **el valor de la autoestima confianza en si mismo.**

1990

- Cursos por tema
- Contabilidad
- Mercadeo y Venta



2000

- Innovación una visión más global
- Incluir hombres/ familia



2004

- Cultura del ahorro infantil
- Cuenta Mia



DE AHORRO Y CRÉDITO  
**BANCO ADOPEM**

2007

- Primer Estudio MIT

2010

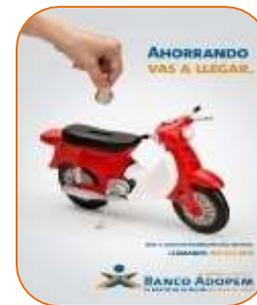
- Hacerlo divertido
  - Retador
  - Metas
- Por ciclo de vida

2011

- Telenovela Financiera
- Capsulas Educativas

2012

- Cuadernillos de Capacitación
- Con programas de transferencias condicionadas



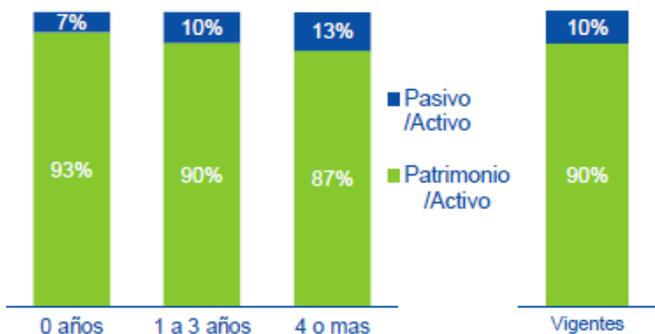


2015

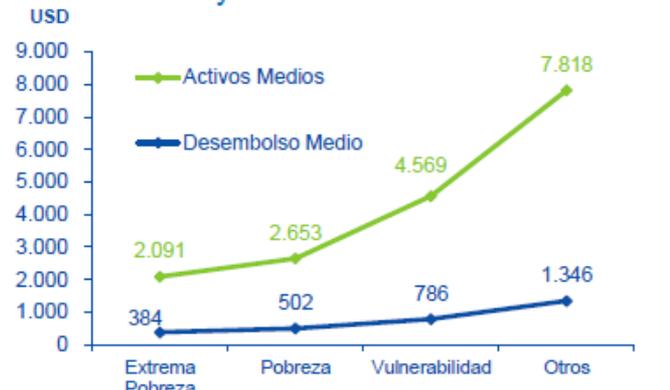
- Mejora y evaluación constante de todos los programas
- Evaluación de impacto.

# Los negocios de nuestros clientes

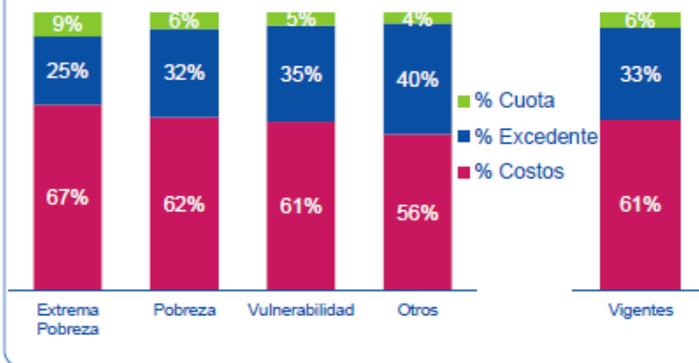
Estructura financiera



Desembolsos y Activos medios



Gastos y márgenes como % de las ventas



<sup>1</sup>Datos sobre la cartera vigente

El endeudamiento es creciente con la antigüedad y nivel de desarrollo. Aún así, los negocios mantienen un **bajo nivel de endeudamiento** para todos los grupos por lo que están **poco expuestos a riesgos financieros**.

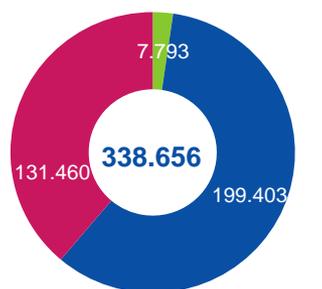
En este sentido, el desembolso medio visto por segmento de vulnerabilidad monetaria mantiene la tendencia del nivel de ventas y del volumen de activos, **por lo que se ajusta al esfuerzo financiero que los clientes pueden asumir**.

La **carga financiera que supone la cuota sobre las ventas disminuye a la vez que aumenta el nivel de ingresos de nuestros clientes**. En promedio, la cuota del crédito supone el 6% de las ventas.

Así también se observa que a medida de que las ventas son mayores, los clientes de Adopem obtienen **márgenes mayores mediante la reducción del peso de los costos y la cuota**, demostrando tener **buen potencial de crecimiento**.

# Nuestros nuevos clientes y Nuestra escala

## Cientes vigentes

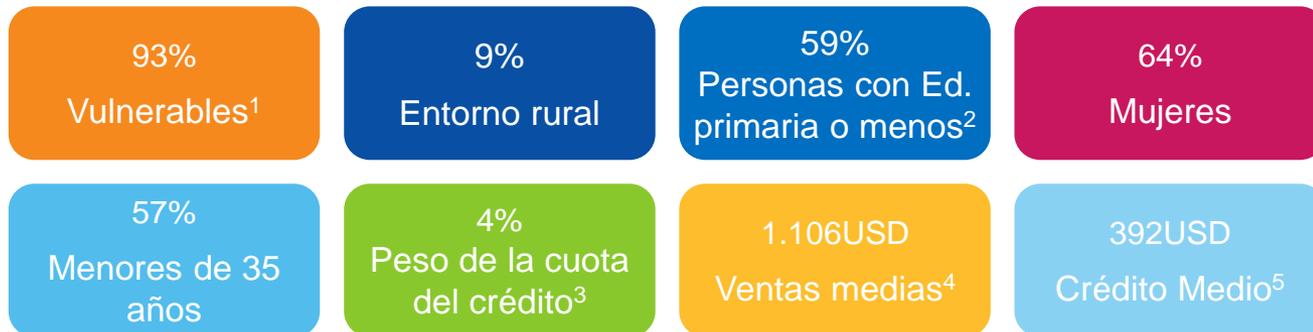


■ Sólo Activo ■ Activo y Pasivo ■ Sólo Pasivo

## 207.196 Clientes vigentes de Activo a cierre del 2T 2015



## 13.090 Clientes nuevos de Activo en el 2T de 2015



<sup>1</sup> Estimado de acuerdo a la líneas de pobreza de República Dominicana (diferenciando entorno rural y urbano). Fuente: Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo de la República, sep., 2014. Para estimar el ingreso per cápita del hogar se utilizó el excedente del negocio como estimación del ingreso familiar. Se considera como segmento vulnerable a aquellos clientes cuyo ingreso per cápita esta sobre la línea de pobreza pero por debajo del umbral que se obtiene al multiplicar la línea de pobreza por 3.

<sup>2</sup> % de clientes que tienen como máximo educación primaria completa

<sup>3</sup> Expresado como % de las ventas del negocio.

<sup>4</sup> Ventas en base mensual. Convertidas al tipo de cambio de cierre junio 2015.

<sup>5</sup> Corresponde al promedio del monto desembolsado al momento de formalizar la operación

# Educación financiera completa



# Educación Financiera para las MIPYMES



- No solo necesita servicios financieros
- Garantía éxito
- Mejor proceso de planificación y control de gastos evita el sobreendeudamiento.

# Por qué? **ADOPEM**



- Nos garantiza el cumplimiento de la misión.
- Genera seguridad y autoestima en los clientes
- Equilibrio entre beneficio social y financiero.



### CALIFICACIÓN INSTITUCIONAL

## BANCO ADOPEM

Rep. Dominicana/ Mayo 2015

CALIFICACIÓN

**α+**

PERSPECTIVA

**Estable\***



### CALIFICACIÓN SOCIAL

## BANCO ADOPEM

Rep. Dominicana/ Mayo 2015

CALIFICACIÓN



PERSPECTIVA

**Estable**

## Programas

- Agrícola / Rural
- Mujeres emprendedoras
- Infantil
- Adolescentes
- Emisores y receptores de remesas

## Componentes

- Cultura del ahorro
- Evitar el sobreendeudamiento
- Como llevar las cuentas de mi negocios y del hogar (separación de cuentas)
- Presupuesto
- Inventario

## Técnicas

- Practicas
- Diálogos
- Ejemplos con los mismos clientes llevando sus cuentas de los negocios
- Dinámica de grupo
- Innovación: capsula educativa y Telenovela Financiera



## Alcance

- 320 mil personas de manera indirecta.
- 200 mil reciben sus estados financieros (ganancia y perdida)
- 100 mil capacitados en aula
- Lamina Medición Social

## Sugerencias

- Promover educación financiera:
  - Escuelas públicas y privadas
  - Programa educación financiera para desarrollar en las empresas públicas y privadas
  - Difusión masiva y atractiva
  - Eventos puntuales motivaciones.



DE AHORRO Y CRÉDITO  
**BANCO ADOPEM**

# Recomendaciones Finales

1



**Compromiso**

2



**Cliente**

3



**Creatividad**

4



**Oportunidades**



DE AHORRO Y CRÉDITO  
**BANCO ADOPEM**



Divertido, práctico y sencillo

**Finanzas Productivas**



Adecuado al público, más capacitación, más gráfica y practica, corto, sencillo



Darle algo útil, que permanentemente le recuerdo la educación financiera

Lo que no se mide no sabemos los resultados



# Mercedes Canalda de Beras-Goico

Presidente Ejecutiva

Banco de Ahorro y Crédito ADOPEM

809-563-9003

[www.adoptem.com.do](http://www.adoptem.com.do)



Banco\_adoptem



Banco\_adoptem



Banco de Ahorro y Crédito ADOPEM, S.A.