

BANCO ADOPEM REPÚBLICA DOMINICANA



EL PROGRESO DE NUESTROS CLIENTES EN 2014

Pastelera, elaboración
de pastas y dulces.

El Banco de Ahorro y Crédito ADOPEM está comprometido con la sociedad y las clases más desposeídas de República Dominicana, e impacta con su actividad en el 8% de la población económicamente activa de escasos recursos del país. La entidad tiene cobertura en la mayor parte de las provincias a través de 56 oficinas, cuatro de ellas abiertas durante 2014, y una red de 40 subagentes bancarios (Adopem Express) en los sectores más populares del área metropolitana, así como en zonas rurales, incluyendo la zona fronteriza.

Banco Adopem cuenta con 1.085 empleados que apoyan, con una amplia gama de productos y servicios financieros y capacitación integral, el desarrollo productivo de más de 316.300 emprendedores de escasos recursos, el 70% de ellos mujeres, 309.814 ahorradores. En el 2014, Adopem ocupa la primera posición en el sector de Bancos de Ahorro y Crédito, con una participación en el total de activos del 26,67%.

Galardonada tres veces como “Mejor Entidad Microfinanciera de América Latina y El Caribe” por el BID, Banco Adopem desarrolla en alianza con diferentes socios nacionales e internacionales diversos programas innovadores de gran impacto socioeconómico, destinados a los colectivos más vulnerables.

Destaca, entre otros muchos, el plan nacional de promoción del ahorro y creación de productos financieros para los receptores del programa de Transferencias Monetarias Condicionadas; los préstamos a mujeres víctimas de abusos; el programa de microfranquicias para mujeres de bajos ingresos; el modelo empresarial y financiero para el cultivo de la macadamia; o el programa de educación tributaria para pymes.

En 2014, Banco Adopem continuó recibiendo diversos premios y reconocimientos, entre ellos, el ser la única entidad del sector microfinanciero con la “Máxima calificación financiera y social: ALFA MAS (a+) con tendencia Estable” que otorga MicroRate. Asimismo, tres de sus clientes resultaron agraciados con el primer premio en las categorías agrícola, jóvenes emprendedores y microempresa y protección y mejoramiento al medio ambiente en los Premios CITI 2014.

NUESTROS CLIENTES

Adopem presta servicios financieros a 316.324 personas en República Dominicana, de las que 196.631 son clientes de crédito (52.574 de los cuales llegaron a la entidad a lo largo del 2014).

Tanto en el caso de los clientes que mantienen una relación más larga con la entidad como en el de los nuevos clientes se observa que una mayoría abrumadora -93% en el primer grupo y 95% en el conjunto de los nuevos- se encuentran en situación de pobreza o vulnerabilidad monetaria.

El 70% de los clientes vigentes de activo son mujeres, el 40% tienen menos de 35 años, el 30% pertenecen al entorno rural y el 52% poseen como máximo estudios de educación primaria.

Las ventas medias mensuales de sus negocios son de 1.200 dólares, el crédito medio que reciben es de 716 dólares, y hacer frente a sus cuotas supone un 6% de las ventas de sus actividades.

En el caso de los clientes que se han incorporado a Adopem durante 2014 las cifras varían ligeramente. Como ya comentamos el 95% se encuentran en estado de vulnerabilidad monetaria. El 61% tiene a lo sumo educación primaria; el 56% son menores de 35 años; el 64% son mujeres; el 15% procede del entorno rural; la media de las ventas de sus negocios es 1.048 dólares mensuales y el crédito que solicitan es 384 dólares en promedio cuya cuota les supone el 4% de lo que obtienen a partir de sus actividades.



Fabricación de escobas.

Si atendemos al excedente medio per cápita de los hogares de los clientes de Adopem, la cifra alcanza los 140 dólares mensuales, habiéndose establecido la línea de pobreza en las zonas urbanas de República Dominicana en 105 dólares.

SUS NEGOCIOS

El 74% de los clientes de Adopem se dedican al comercio al por menor, y aunque la mayoría trabajan solos, sí se observa que a medida que sus microempresas van obteniendo mayores ingresos, generan nuevos puestos de trabajo. En total nuestros clientes dan empleo a casi 40.000 personas más.

El promedio de sus ventas mensuales se relaciona directamente con su situación de precariedad monetaria: el 11% se encuentran en situación de extrema pobreza y obtienen 483 dólares mensuales de sus negocios; el 34% son pobres (no extremadamente pobres) y consiguen de sus actividades 837 dólares al mes; la cifra sube hasta 1.416 dólares mensuales de media para quienes se encuentran en el grupo de vulnerables no pobres (el 48%) y sólo el 7% alcanza transacciones de 2.521 dólares mensuales con sus trabajos.



Fabricación de masas y pastas.

En general los negocios mantienen un bajo nivel de endeudamiento aunque es cierto que va creciendo según aumenta la antigüedad en Adopem y el desarrollo de los mismos. Como promedio, la cuota del crédito representa el 6% de sus ventas, y se observa que a mayores niveles

de ventas van disminuyendo el peso de los costes y la carga financiera que supone el pago de la cuota de crédito.

SU PROGRESO

En el caso de Adopem, en promedio un 66% de los clientes mantienen vigente algún tipo de crédito al finalizar el año siguiente de haber comenzado su relación con la entidad. También se observan cifras positivas en el desarrollo de sus negocios: las ventas crecen en promedio un 44% anual (TCAC); el excedente de sus actividades un 44%; los activos un 85%; su patrimonio un 84%; y su ahorro en la entidad lo hace en un 35%.

La relación de los clientes con Adopem no se limita al crédito. Sólo el 2% de ellos se encuentra en este caso. La mayoría, el 63%, también gestiona con la entidad algún producto de ahorro y un 34% contrata algún tipo de seguro. En este trato de confianza también influyen los apoyos que prestamos para mejorar la educación financiera de nuestros usuarios. El año pasado, 8.689 personas, el 17% de los nuevos clientes, recibieron formación y cursos a través de los asesores de Adopem.

Pero además mejoran sus posibilidades de acceder a una vivienda en propiedad tras dos años de permanencia en la entidad (un 7%); el 17% pueden afrontar el coste de un seguro sanitario y el 8% son capaces de crear empleo (ambas cifras en promedio, y tras dos años en la entidad). Uno de los datos más relevantes es que al menos el 24% de los clientes que eran pobres al inicio y que permanecían con Adopem hasta el cierre de 2014, abandonan la situación de pobreza después del segundo año.

PROGRAMA DE MICROFRANQUICIAS

A finales de 2014, Banco ADOPEM suscribía un convenio con el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y con Nestlé Dominicana para expandir un modelo de microfranquicias que beneficie a mujeres de escasos ingresos de República Dominicana, y cuyo proyecto piloto ya inició el banco en 2013 con exitosos resultados.

Este acuerdo, amplía un modelo de distribución inclusiva originalmente desarrollado por Nestlé Dominicana para hacer llegar sus productos a comunidades de bajos recursos a través de una red basada en microfranquicias formada por mujeres de las mismas comunidades, como parte de su visión de creación de valor compartido.

Hasta la fecha, el proyecto ha permitido fortalecer económicamente a 54 microdistribuidoras y a más de 500 mujeres, y ha capacitado en educación financiera y habilidades productivas a 34 microdistribuidoras y 294 vendedoras.

El objetivo de este programa es beneficiar a 4.500 mujeres de bajos ingresos, principalmente cabeza de familia y con dependientes a su cargo que, tradicionalmente, cuentan con limitadas oportunidades de acceso a negocios rentables. Además, gracias a esta iniciativa, unas 370.000 personas de comunidades desfavorecidas podrán llegar a productos de calidad reconocida, lo que mejorará sus condiciones de alimentación y salud.



Firma del acuerdo del programa Microfranquicias.



PROYECTO NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL AHORRO ENTRE LOS MÁS POBRES

Con los auspicios del BID, la Vicepresidencia de la República y el Banco de Ahorro y Crédito ADOPEM lanzaron el proyecto nacional “Promoción de la Cultura del Ahorro y de Productos de Ahorro para Beneficiarios del Programa Progresando con Solidaridad”. Esta iniciativa, que comenzó en enero de 2014 como un proyecto piloto en distintas provincias del país, se ha extendido a todo el territorio nacional gracias a sus excelentes resultados.

El proyecto tiene como objetivos promover la cultura del ahorro entre los beneficiarios del mismo lo que les ayuda a disponer de recursos para enfrentar choques económicos cuando se presentan situaciones puntuales; crear productos financieros para los más pobres, especialmente para las mujeres; generar mecanismos de incremento de ingresos para los beneficiarios, así como una mejora en el índice de su calidad de vida.

En el marco de este programa, Banco Adopem ha diseñado tres nuevos productos de ahorro programado que a cierre de 2014 han permitido:

11.738

BENEFICIARIOS

tengan al menos un producto de ahorro o crédito.

1.379

CUENTAS

de ahorro programado y la apertura de 50 cuentas de ahorro para grupos.

2.065

PERSONAS

formadas en educación financiera a través de cuarenta talleres de sensibilización del ahorro.

PROGRAMA DE EDUCACIÓN TRIBUTARIA PARA PYMES

Banco Adopem y la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) suscribieron en septiembre de 2014 un convenio de colaboración para el diseño y desarrollo de un programa de educación tributaria para los micro, pequeños y medianos empresarios (MIPYMES).

Se trata de un proyecto destinado a la orientación y capacitación de emprendedores y personas que desarrollan actividades económicas, con una duración de dos años y sin coste para los participantes. Mediante los talleres de educación, los emprendedores recibirán formación sobre los principales procedimientos y trámites tributarios, además de promover su formalización y las ventajas que conlleva.

Para el desarrollo de esta iniciativa, Adopem impulsa la capacitación a los micros, medianos y pequeños empresarios y gestiona los espacios elegidos para la realización de las actividades. Por su parte, la DGII pone a disposición de este proyecto la Red de Especialistas Tributarios y Educadores (RETRIBUYE), el equipo de técnicos y el material didáctico en materia tributaria, asociado a las MIPYMES. En esta primera etapa del proyecto, 83 personas han recibido formación en este ámbito.

MODELO EMPRESARIAL Y FINANCIERO PARA EL CULTIVO SOSTENIBLE DE LA MACADAMIA



Taller de sensibilización para el cultivo de la macadamia.

Junto a la Comercializadora Los Montones y con el apoyo financiero del BID/FOMIN, Banco Adopem está desarrollando un proyecto para impulsar el cultivo sostenible de la macadamia por pequeños productores agrícolas en zonas de montaña de San José de las Matas, provincia de Santiago. El propósito de este proyecto es realizar un modelo empresarial

y financiero para que los pequeños productores diversifiquen su producción hacia el cultivo de macadamia, como producto no estacional, que implique mayor valor, productividad y accesos a mercados de alto valor.

Como parte de las acciones previas del proyecto, durante el 2014 se realizaron tres talleres de sensibilización. Asimismo, en el mes de diciembre se iniciaron los desembolsos para dicho proyecto, aprovechando que las condiciones climáticas eran favorables. Los productores apoyados han plantado más de 500 árboles, con un promedio de préstamo de RD\$ 95.000 (2.100 USD), equivalente al financiamiento de una plantación de 0,54 hectáreas. La meta es la aprobación de al menos 200 créditos para agricultores interesados en este cultivo.

REPUBLICA DOMINICANA

La economía dominicana mostró la mayor tasa de crecimiento de América Latina en 2014 al subir un 7,3%, 2,5 puntos porcentuales por encima del nivel registrado en 2013 (4,8%) y superior a la media de los últimos diez años (5,8%), acumulando 22 trimestres de crecimiento ininterrumpido.

Si bien los datos positivos fueron generalizados en todos los sectores, destacaron con un mayor porcentaje la construcción (13,8%) y las actividades asociadas al turismo, hoteles, bares y restaurantes, con un alza del 7,5%.

La dinamización del sector de la construcción se debió a la inversión privada centrada en el desarrollo de proyectos de viviendas de bajo costo, impulsados por los incentivos contemplados por la Ley sobre el Desarrollo del Mercado Hipotecario y el Fideicomiso, así como al efecto de la inversión pública que empujó el desarrollo de proyectos de infraestructuras viales y escuelas. Respecto al sector turístico, los buenos resultados llegaron de la mano de un incremento del 9,6% del número de turistas que aparejó un aumento del flujo de divisas del 10,6% por este concepto.

El resto de la economía mostró también un gran dinamismo. El sector agropecuario creció un 4,4%, la explotación de minas y canteras un 20,3, la manufactura local un 5,5%, el sector de energía

y agua un 4,7%, el comercio un 4,9%, el transporte y almacenamiento un 6%, las comunicaciones un 5,2% y los servicios financieros un 9,1%.

Este desarrollo generalizado de la economía se materializó en un 6,2% de crecimiento real del consumo, un 10,5% de aumento de las inversiones y un 7,8% de alza en las exportaciones, mientras que las importaciones subieron un 4,1%. En términos de aporte, el buen comportamiento de la economía de República Dominicana se basa en tres elementos básicos: el consumo (49,4%), la inversión (40,7%) y el sector externo (exportaciones menos importaciones) que aportó el restante 9,9%.

La gestión fiscal mejoró en 2014 al mostrar un déficit fiscal equivalente al 2,7% del PIB, el menor de los últimos tres años: los ingresos aumentaron un 13%, mientras que los gastos crecieron en 10%. Sin embargo la situación fiscal sigue siendo frágil ya que este avance se fundamentó en un ajuste del gasto de capital del 13% y del incremento de las pérdidas cuasi fiscales del Banco Central (1,5% del PIB) por la reducción de las transferencias para su recapitalización.

En el sector externo, la cuenta corriente de la balanza de pagos cerró el año 2014 con un déficit de 3,2% del PIB, el menor de los últimos nueve años, período

en el que se registró un déficit promedio del 5% del PIB. Esta evolución favorable ha permitido mantener el ratio de reservas internacionales a importaciones en 4,2 meses.

Adicionalmente, las remesas y la inversión extranjera directa han sido dos factores que explican el avance del sector externo. Las primeras mejoraron un 7%, por el mejor desempeño de la economía de Estados Unidos, principal fuente de las mismas; mientras que la inversión extranjera mostró un crecimiento del 11%, fundamentalmente por el aumento en un 27,4% de los flujos destinados al comercio, industria, y los dirigidos al sector minero, en el que el alza fue del 21,7%. Esta evolución del sector externo ha permitido que el peso dominicano se comportara como la moneda más estable de la región registrando una depreciación de sólo un 3,5%.

Por su parte, la caída de los precios del petróleo ha sido fundamental para explicar la inflación, la menor del país en los últimos 30 años, que registró una variación del 1,6% en el índice de precios al consumidor respecto a 2013. La bajada del coste de la gasolina propició una caída del 5,8% en los precios del transporte y los menores precios del gas licuado de petróleo destinado a uso doméstico consiguieron el mismo efecto en los hogares (-2,5%).

El empleo mostró un repunte del 4% lo que ayudó a la generación de 165.799 puestos de trabajo netos, el 61% de ellos empleo formal, una mejora que rebaja en 70 puntos básicos el peso del empleo informal que pasa a representar un 55,5% del total. Los sectores más beneficiados por la creación de puestos de trabajo fueron: Otros servicios (22%), construcción (21%), agricultura y ganadería (19%), comercio (14%) y hoteles, bares y restaurantes con un 12%.

A pesar del fuerte crecimiento que ha registrado la economía dominicana en los últimos diez años los niveles de pobreza aún se mantienen por encima del 33,2% al que se llegó en 2002, momento previo a la

fuerte crisis financiera que registró el país en 2003 cuando las cifras de pobreza alcanzaron máximos del 50%. La mejora se ha ido produciendo gradualmente y se ha acelerado en 2014 para cerrar en niveles del 35,5% registrándose una caída de 6,3 puntos porcentuales respecto al año 2013.

En el último año, 602.475 personas han salido de la pobreza, mientras que 257.607 han dejado la extrema pobreza. Por áreas, en 2014 el porcentaje de población en condición de pobreza ascendió a 31,8% en la zona urbana y a 44,1% en la zona rural. Las regiones en donde es más acusada esta situación son Enriquillo, El Valle e Higuamo, mientras que entre las que presentan los menores niveles destacan Ozama o Metropolitana, Cibao Norte y Cibao Sur.

El coeficiente entre el ingresos del 20% más rico de la población y el 20% más pobre mejoró al pasar de 11,8 veces en 2013 a 10,2 veces en 2014. La distribución de los ingresos presentó una evolución positiva y esto se concretó en una disminución de la desigualdad que según la medición del coeficiente de Gini se situó en 0.443, registrando el mayor avance de la región respecto a 2013 cuando dicho coeficiente fue del 0.476.