



## “SIEMPRE HAY MERCADO PARA TODOS”

Banco ADOPEM en Rep. Dominicana y Fundación Capital promueven los grupos de ahorro entre las microdistribuidoras de Nestlé.

Nestlé inició un programa que se llama Club Barrio Nestlé el 2006 para ayudar a la gente en barrios populares salir de la pobreza mediante la creación de empleos, especialmente para las mujeres. Las micro-distribuidoras de los barrios populares compraban inventarios con el microcrédito otorgado por Nestlé y vendían los inventarios directamente ó a través de las vendedoras de sus comunidades. En 2012, Nestlé consideró necesario eliminar su departamento de crédito y establecer una alianza con una MFI que pueda facilitar recursos para comprar inventario y se acercó a ADOPEM. ADOPEM también tuvo la necesidad de captar microempresarios con un modelo de negocio probado, respaldado por una empresa como Nestlé. Un convenio fue firmado por ambas instituciones en 2012.

Microdistribuidoras (MD) son empresarias de acumulación simple a moderada, quien distribuyen los productos a vendedoras diaria, semanal o mensualmente. Vendedoras (socias) son empresarias de subsistencia quienes venden los productos de barrios de sus comunidades. Por cada RD\$1000 (US\$25) de ventas diarias: una MD pueda ganarse al menos RD140 (US\$3.5) diarios y una socia al menos RD\$200 (US\$5). Además de crédito, ADOPEM les ofrece la capacitación en venta, manejo de las finanzas y administración de negocio.

A nivel nacional existe 52 MD y cada MD tiene entre 10 y 40 socias. Mientras las MD tienen capacidad de manejar su negocio, tiene hábito de ahorro y son muy responsables con el pago, no todas las socias tienen esas cualidades; muchas no tienen la disciplina, no ahorran, no crecen y se van del grupo. La deserción es uno de las grandes problemas de MD. En busca de solución, ADOPEM decidió implementar el modelo de grupos de ahorro para que las socias puedan fomentar el hábito de ahorro, crecer y fortalecer la solidaridad del grupo.

En comparación con otras MFIs, ADOPEM no tiene miedo de que los grupos de ahorro puedan chocar con el interés del banco; **“Siempre hay mercado para todos. Las instituciones les ayudan a contribuir con su crecimiento, desarrollo, les da seguridad, aperturas a nuevos mercados, con la oferta de los productos y servicios que desde el Grupo no pueden obtener.”** dijo Cecilia Ramón, Gerente de Captación de ADOPEM. Cecilia y su equipo ya están entrenando tanto a MD como los grupos de MD y socias con la metodología de grupos de ahorro aprendida de Fundación Capital. En su formación de primer grupo de MD y socias, llegó más gente que esperaba, lo cual quiere decir que grupos de ahorro puedan ayudar a MD captar más socias. Además, ADOPEM está viendo la potencial de llegar a un gran número de la población, puesto que las socias venden sus productos a cantidades de gente tocando la puerta.

El éxito de un grupo de ahorro depende mucho de la capital social, su interés de ahorrar, y su nivel educativo de manejar las cuentas, por lo tanto es de vital importancia poner énfasis en la selección de los miembros. Las microfranquicias ofrecen una oportunidad de acercar a la población apta para crear los grupos de ahorro de calidad.



1. Cecilia capacitando sobre los grupos de ahorro con las microdistribuidoras en Santo Domingo.
2. Cecilia capacitando un grupo de microdistribuidora y socias en Villa Mella, Santo Domingo.