

Informe de Impacto
2025

De la vulnerabilidad a la resiliencia

- 01 Economía dominicana: un año de records y ajustes
- 02 Perfil del emprendedor vulnerable
- 03 Diagnóstico de la pobreza
- 04 Acción: Las 5 áreas de nuestra respuesta integral
- 05 Impacto en los hogares
- 06 ESG
- 07 Futuro: Nuestra hoja de ruta para RD en 2026

Banco Adopem, como entidad de la FMBBVA, se dedica a impulsar a emprendedores de escasos recursos mediante servicios financieros. A través de una sólida cartera de créditos enfocada en el crecimiento de pequeños negocios, la entidad provee el capital necesario para que sus clientes inviertan y fortalezcan su sustento diario. El corazón de este modelo es su equipo humano, que mediante un acompañamiento cercano y personalizado, logra integrar al sistema formal a personas que históricamente no tenían acceso a oportunidades bancarias.

Banco Adopem

En 2025 Banco Adopem respaldó a 545.640 clientes con una cartera bruta de 10.611 millones de DOP (169 millones de USD), compuesta mayoritariamente por créditos destinados a financiar pequeños negocios, permitiendo acompañar sus necesidades de capital de trabajo e inversión. Este despliegue es posible gracias a un equipo de 1.450 empleados.

Principales magnitudes N.º 01

545.640

Clientes totales

6.162

Personas han recibido educación financiera

1.450

N.º de empleados

73

Oficinas + P. Ligeros

Cartera bruta

10.611 Mill. DOP
(169 Mill.USD)

Número de desembolsos en 2025

147.834

Monto desembolsado en 2025

10.063 Mill. DOP
(164 Mill. USD)

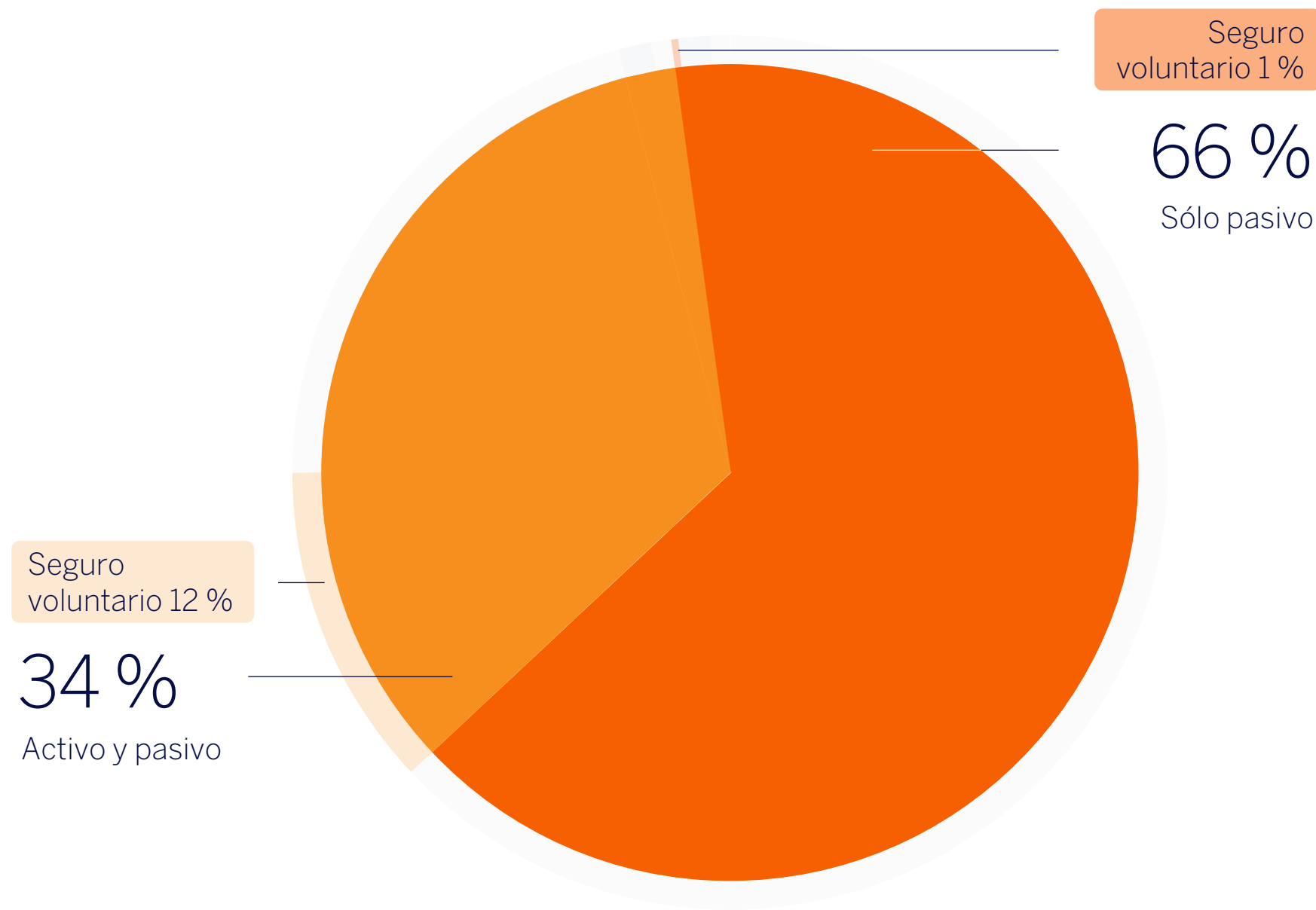
Desembolso medio

68.073 DOP
(1.107 USD)

USD/DOP: 0,016 a 31.12.2025. Fuente: BBVA Research.

Vinculación de emprendedores, por tipo de producto N.º 02

Total clientes de crédito (%)





01

Economía dominicana: Un año de records y ajustes

En 2025, la economía dominicana volvió a situarse entre las más dinámicas de América Latina.

Durante 2025¹, el Producto Interno Bruto (PIB) registró un crecimiento acumulado cercano al 2,4%. La economía ha reafirmado su posición como uno de los motores de crecimiento más dinámicos de la región, sin embargo, en 2025 ha mostrado una desaceleración respecto a años anteriores, influenciada por incertidumbre global y menor inversión.

Durante 2025, el Producto Interno Bruto (PIB) registró un crecimiento acumulado del 2,1% . La economía ha reafirmado su posición como uno de los motores de crecimiento más dinámicos de la región, sin embargo, en 2025 ha mostrado una desaceleración respecto a años anteriores, influenciada por incertidumbre global y menor inversión.

Desde la perspectiva de la oferta, este dinamismo fue impulsado por un desempeño menor de todos los sectores claves que han mostrado un menor dinamismo con respecto a 2024. A pesar de ello, los sectores que más crecen son agro y servicios mientras que la industria se estanca afectada por la contracción de la construcción.

Por el lado de la demanda, el motor principal fue el consumo privado, sostenido por el flujo constante de remesas y la mejora en los ingresos de los hogares, mientras que la inversión mostró una caída, impulsada por un desempeño menor de la construcción, sobre todo en la evolución de las obras civiles. A pesar de este menor dinamismo de 2025, el mercado de trabajo mostró un buen desempeño. La tasa de desempleo se situó en un 5,0% al cierre del año, uno de los niveles más bajos de la región.

El empleo formal experimentó un crecimiento notable, alcanzando máximos históricos en el número de ocupados, especialmente gracias a la expansión de los servicios y el turismo. Al tomar en consideración tanto a los desocupados abiertos (buscando activamente trabajo) como a las personas que estarían dispuestas a trabajar, aunque no estén buscando trabajo en la actualidad, equivalente a la antigua tasa de desocupación ampliada, esta se ubicó en 9,3% mostrando una disminución de 0,2 puntos porcentuales, con respecto a 2024.

Sin embargo, la informalidad laboral sigue siendo un reto estructural. Aunque la tasa de informalidad descendió ligeramente hasta ubicarse en torno al 54,1%, todavía representa a más de la mitad de la fuerza laboral. Este descenso refleja un avance gradual hacia la formalización, impulsado por políticas de incentivos y el crecimiento de sectores intensivos en capital humano, aunque la brecha de protección social persiste.

La gestión de la inflación ha sido uno de los pilares de la estabilidad económica en 2025. El índice de precios al consumidor (IPC) se mantuvo dentro del rango meta del Banco Central (4.0% ffl 1.0%), cerrando el año con una variación interanual de 4,95%. Esta disciplina monetaria permitió que la tasa de política monetaria se mantuviera en niveles estratégicos (5,25%), favoreciendo el crédito al sector privado sin comprometer el poder adquisitivo de los ciudadanos.

La evolución positiva de los ingresos y el control inflacionario impactaron directamente en la reducción de la pobreza monetaria, la cual ha mantenido su tendencia a la baja observada en años anteriores. Para el cierre de 2025 se estima que el 17,3% de la población dominicana se encuentra en situación de pobreza monetaria, lo que implica una reducción de casi 2 puntos porcentuales con respecto al cierre de 2024.

Al dar una visión más profunda, yendo más allá del ingreso para evaluar las carencias en salud, educación y servicios básicos, evaluando la pobreza multidimensional del país, tenemos que, si bien la pobreza por ingresos retrocede, aún existen desafíos en la calidad de la vivienda y el acceso a servicios de saneamiento en provincias alejadas de los polos turísticos y urbanos. En la actualidad alrededor del 21,0% de los dominicanos, muestran carencias en por lo menos cuatro dimensiones³ Salud, Vivienda, Educación y Empleo que los hacen pobres multidimensionales.

¹ Todos los datos de cierre son estimaciones de la FMBBVA en base a últimos datos disponibles.
² Datos de Pobreza Multidimensional de CEPAL para 2024.
³ Para que se considere pobre a una persona, debe tener privaciones en al menos 4 de los 12 indicadores.





02

Perfil del emprendedor vulnerable

Muchas personas deciden emprender porque no encuentran otras oportunidades laborales estables.

Iniciar un pequeño negocio es, ante todo, una forma de generar ingresos propios y flexibles con una inversión inicial reducida que la mayoría dedica a capital de trabajo. El emprendimiento por necesidad sigue siendo mayoritario en la República Dominicana.

Muchos microemprendedores abren un colmado, un puesto de comida, un salón de belleza o un negocio ambulante como respuesta directa a la falta de empleos formales bien remunerados, más que como un proyecto empresarial planificado a largo plazo.

El perfil de emprendedor que atiende Banco Adopem se mantiene muy similar al observado en años anteriores. Predomina la mujer (65% del total de emprendedores con crédito), con fuerte presencia en entornos urbanos y periurbanos. El 41% de los emprendedores cuenta, como máximo, con educación primaria, lo que limita su acceso a empleos formales y refuerza el papel del microemprendimiento como vía principal de generación de ingresos para sus hogares.

En términos de actividad, la mayor parte de los microemprendedores se dedica al comercio al por menor, que concentra aproximadamente tres de cada cuatro clientes de crédito. Es un sector que requiere poco capital inicial y permite empezar con un pequeño inventario, ampliándolo de forma gradual. Los hombres se orientan con mayor frecuencia hacia la venta ambulante y los colmados, mientras que muchas mujeres se especializan en la venta de textiles, calzado y otros bienes de consumo diario. El sector servicios (restaurantes, salones de belleza, pequeños talleres) reúne en torno a uno de cada diez emprendedores: exige una inversión inicial algo mayor en equipamiento y demanda más habilidades personales, pero ofrece márgenes de ganancia más elevados. Por último, una proporción reducida de clientes se dedica a actividades agropecuarias, normalmente hombres de mediana edad en zonas rurales, que enfrentan mayores barreras geográficas y de mercado.

Se mantiene la
escala y ligeros
cambios en el
perfil de clientes
atendidos.

180.289

Total emprendedores
de crédito

37.174

Nuevos emprendedores
de crédito

Perfil de los emprendedores N.º 03



El perfil predominante
continúa siendo mujeres
menores de 30 años,
y cada vez con mayor
nivel de educación.

Total emprendedores de crédito

Mujeres

65 %

Entorno rural

42 %

Educación básica

41 %

Menores de 30 años

25 %

Mayores de 60 años

9 %

Nuevos emprendedores de crédito

Mujeres

58 %

Entorno rural

42 %

Educación básica

49 %

Menores de 30 años

48 %

Mayores de 60 años

3 %

Detrás de estas cifras hay hogares que combinan esfuerzo y perseverancia. Muchos emprendedores operan en la informalidad, sin protección social y con ingresos expuestos a choques externos (enfermedad, desastres naturales, caídas súbitas de la demanda). Aun así, muestran una notable capacidad de resiliencia: diversifican actividades, se apoyan en redes familiares y reinvierten de forma constante pequeñas ganancias en inventario o mejoras del negocio.^{4, 5}

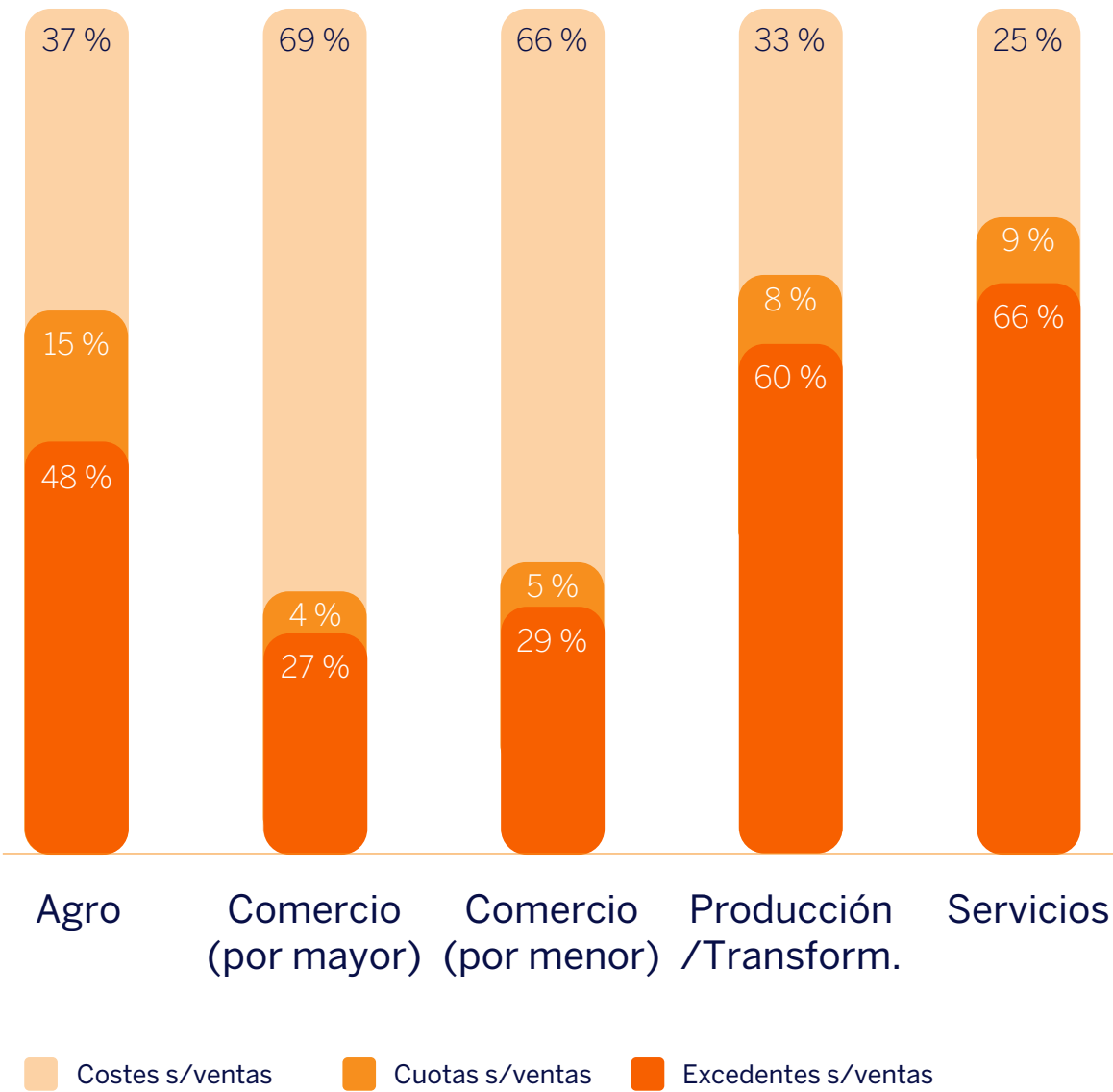
El reto de Banco Adopem es acompañar este esfuerzo con productos financieros responsables y servicios no financieros que ayuden a transformar micronegocios en emprendimientos más estables y generadores de bienestar para sus hogares.

⁴ Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD) y GEM 2018. Informes sobre emprendimiento y MiPymes en República Dominicana.

⁵ Elaboración propia a partir de “Situación económica y social de la República Dominicana (2020–2025)” .

Márgenes por sector N.º 04

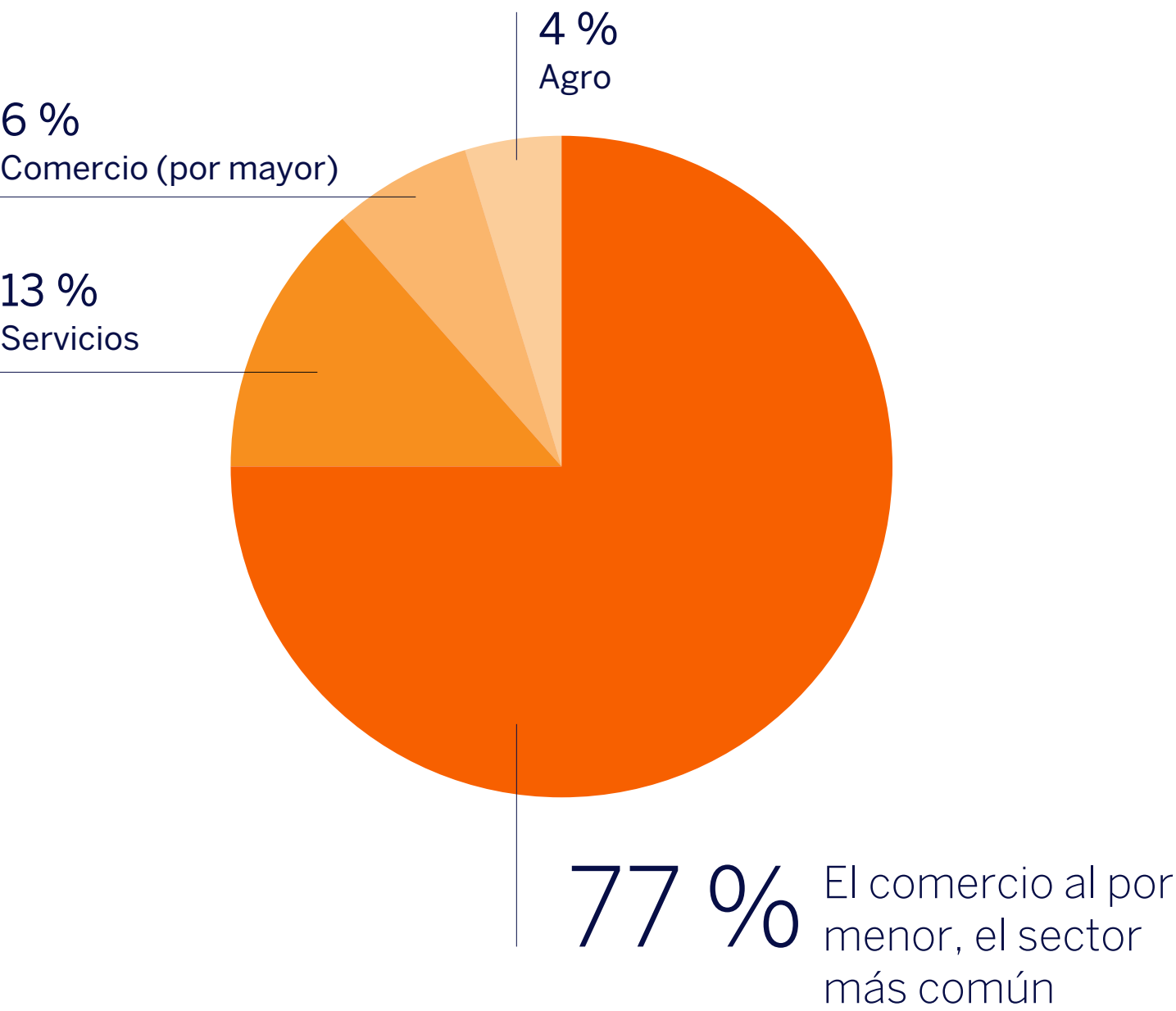
Total emprendedores de crédito (%)



Considera clientes vigentes a 31.12.2025.
Nota: Porcentajes de los costes, cuota y excedente sobre ventas medias de cada uno de los sectores.
El excedente es posterior al pago de la cuota financiera.

Sector de los emprendedores N.º 05

Total emprendedores de crédito (%)



Considera clientes vigentes a 31.12.2025. Se muestran las actividades más representativas.



03

Diagnóstico de la pobreza

Comprender el contexto de los emprendedores exige ir más allá de cuánto ingresan sus negocios.

La pobreza no se explica solo por la falta de renta, sino también por las carencias que arrastran los hogares en educación, salud y vivienda. Por eso, en línea con el marco corporativo del Grupo FMBBVA, Banco Adopem combina dos miradas complementarias: la pobreza monetaria y la pobreza multidimensional.

Esta doble medición es clave porque los hogares con más privaciones suelen ser también los más expuestos a imprevistos: una enfermedad, la pérdida de un empleo informal, un desastre climático o un incremento súbito de precios pueden desestabilizar por completo su economía. Estas situaciones se traducen en tensiones de liquidez, sobreendeudamiento o retracción de la actividad productiva, y conectan directamente la pobreza con la gestión financiera del hogar y del negocio.

Esta información es el punto de partida para el diseño de productos financieros y no financieros orientados a cerrar brechas y a priorizar a los segmentos donde la pobreza sigue siendo más intensa.

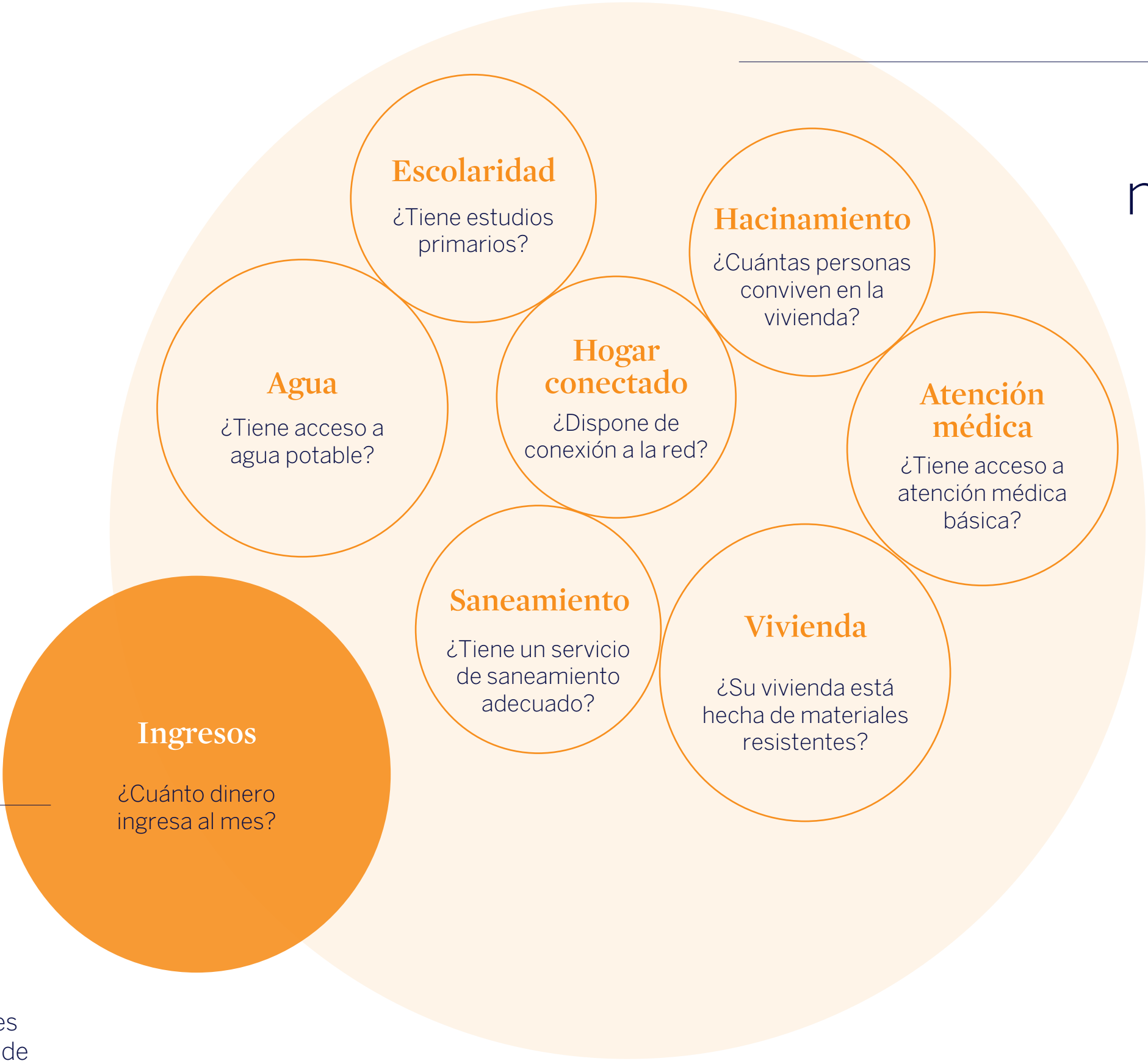
Pobreza monetaria y multidimensional

Para reducir la pobreza se debe acatar varias dimensiones a la vez. Mientras que la pobreza monetaria reacciona rápido a shocks, la pobreza multidimensional requiere de cambios estructurales.

Las entidades de la FMBBVA son las primeras entidades financieras privadas en contar con una evaluación multidimensional de cada hogar que atiende.

Pobreza monetaria

El 22% de nuestros clientes se encuentra en situación de pobreza monetaria.



Pobreza multidimensional

El 14% de nuestros clientes está en la pobreza según la visión multidimensional.

Pobreza monetaria

En República Dominicana, la pobreza monetaria se sitúa en torno al 19% de la población, mientras que la pobreza extrema se reduce a algo menos del 3%⁶. La línea de pobreza se define a partir del costo de una canasta básica de bienes y servicios esenciales, que marca el umbral mínimo de ingresos necesarios para cubrir las necesidades básicas de los hogares.

Entre los emprendedores que atiende Banco Adopem, el 15 % se encontraba por debajo de la línea de pobreza. Si se consideran conjuntamente los hogares pobres y aquellos en situación de vulnerabilidad económica, es decir, con una probabilidad alta de recaer en pobreza, el porcentaje de hogares en situación de vulnerabilidad económica pasa al 74%. En otras palabras, siete de cada diez emprendedores de Banco Adopem siguen siendo pobres o se mantienen muy cerca de la pobreza, a pesar de los avances observados. El compromiso de Banco Adopem es fiel: entre los nuevos emprendedores que atendió en 2025, el 80% está en situación de vulnerabilidad - algunos con ingresos por encima de la línea de pobreza pero todavía inestables y expuestos a retrocesos.

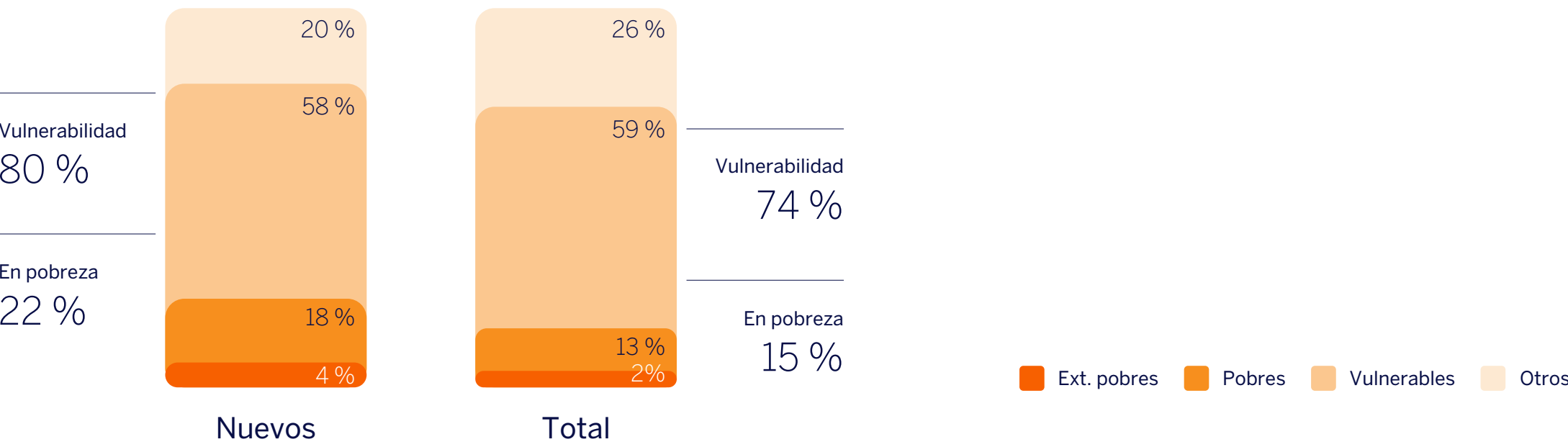
Las diferencias en el nivel de ingresos según el segmento son muy marcadas. Entre los clientes en pobreza extrema, el ingreso per cápita del hogar apenas alcanza, en promedio, alrededor de un tercio de la línea de pobreza. En los hogares pobres, este ingreso se sitúa aproximadamente en tres cuartas partes de la línea de pobreza, mientras que los vulnerables disponen de ingresos cercanos a 1,8 veces ese umbral. En el grupo de “otros” (hogares no pobres ni vulnerables), el ingreso per cápita medio supera 4,6 veces la línea de pobreza. Estas brechas muestran hasta qué punto pequeños cambios en los ingresos pueden hacer que una familia caiga por debajo o salga por encima de la línea de pobreza, especialmente en los segmentos de pobreza moderada y vulnerabilidad.

Para Banco Adopem, este diagnóstico de la pobreza económica no es solo un indicador social, sino una pieza clave para la gestión del riesgo y del impacto. Saber qué proporción de los clientes es pobre o vulnerable, y cómo evolucionan sus ingresos en relación con la línea de pobreza, permite orientar mejor la oferta de productos financieros y los servicios no financieros, priorizando a los segmentos donde el crédito responsable y el acompañamiento tienen mayor potencial de transformar la vida de los hogares.

⁶Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD)

Vulnerabilidad económica de los emprendedores N.º 06

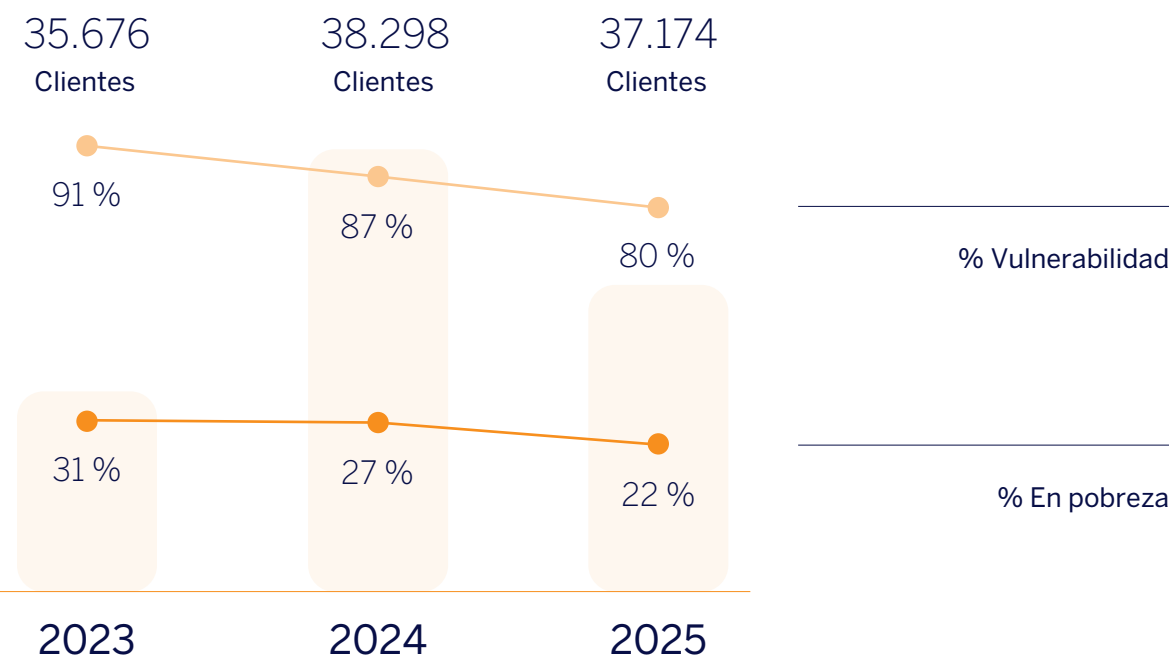
Nuevos y total emprendedores de crédito (%)



De acuerdo con las Líneas de Pobreza del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) que diferencia entorno rural y urbano. Se considera como segmento vulnerable al formado por aquellos clientes cuyos excedentes per cápita (estimados a partir del excedente del negocio, dividido por el tamaño del hogar) se encuentran sobre la Línea de Pobreza, pero por debajo del umbral que se obtiene al multiplicar por tres la cifra atribuida a dicha línea.

Vulnerabilidad económica por año N.º 07

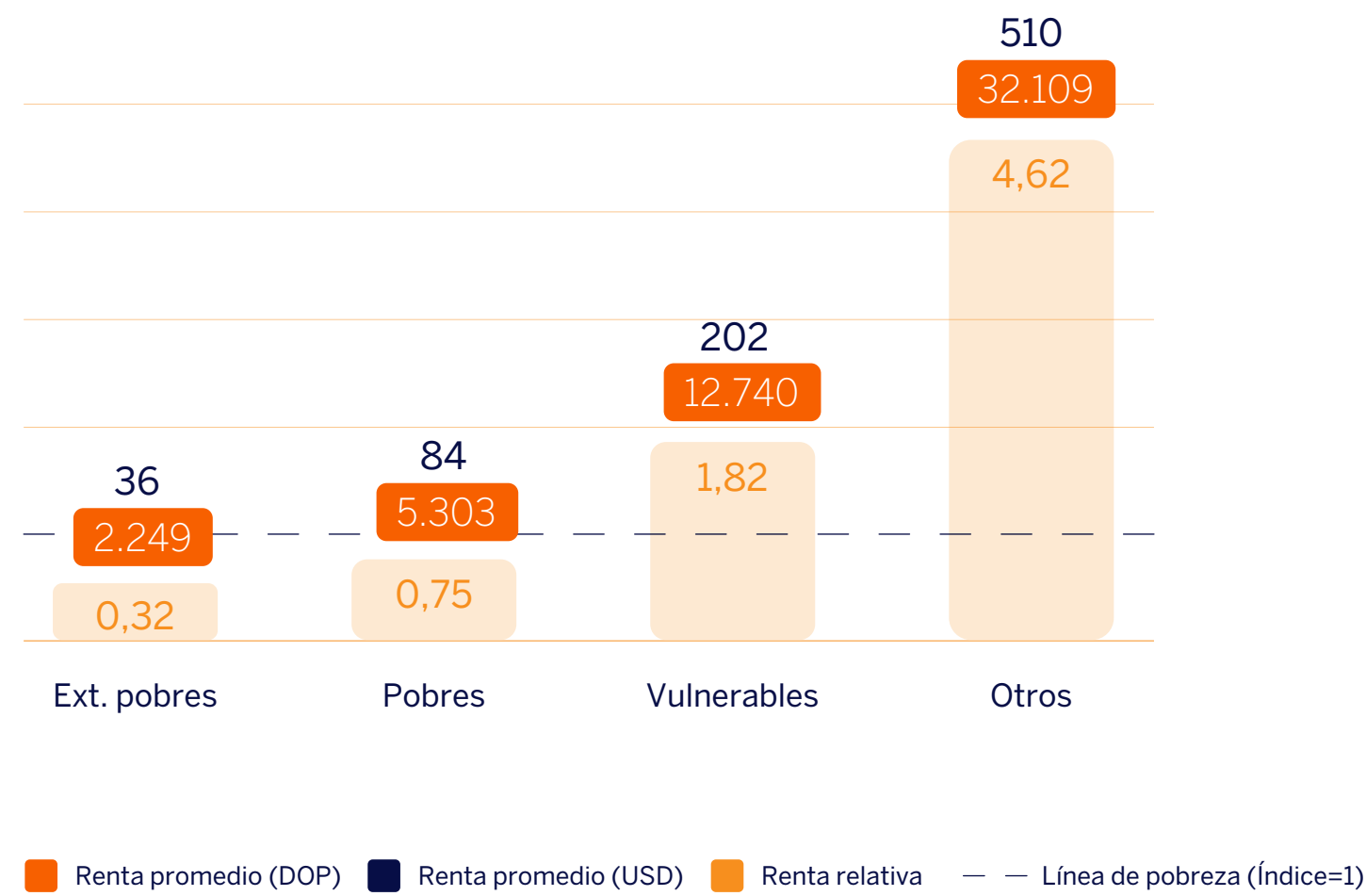
Nuevos emprendedores de crédito (%)



De acuerdo con las Líneas de Pobreza del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Considera la entrada de clientes durante el año (sin créditos anteriores), en adelante “clientes nuevos”. Vulnerabilidad es el porcentaje de clientes con ingresos por debajo de 3 veces la línea de pobreza.

Renta de los emprendedores N.º 08

Nuevos emprendedores de crédito



De acuerdo con las líneas de pobreza oficiales del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD). Comprende valor absoluto y relativo a la línea de pobreza.

NOTA METODOLÓGICA

Cómo medir la vulnerabilidad económica

Analizamos la vulnerabilidad económica de los emprendedores en función de la contribución económica del negocio a sus hogares. La capacidad que sus microempresas tienen de generar excedentes para cada miembro del hogar, se compara con el costo de una canasta básica de alimentos (Línea de Pobreza Extrema) y otra ampliada que incluye el costo de servicios básicos (Línea de Pobreza).²

	Zonas rurales	Zonas urbanas
	Precio de la canasta básica	Precio de la canasta básica
	3.160 DOP (50 USD)	3.298 DOP (52 USD)

² Estas Líneas de Pobreza son distintas dependiendo de si el entorno es rural o urbano. Se actualizan las líneas del año anterior con el dato del IPC.

Clasificación de vulnerabilidad económica del Grupo FMBBVA:

- Extremadamente pobres:** cuando el excedente que le queda a cada miembro del hogar (o renta) es inferior a la línea de pobreza extrema de su país.
- Pobres:** cuando su renta es superior a la línea de pobreza extrema, pero inferior o igual a la línea de pobreza (LP) de su país (representada por el costo de la canasta básica de alimentos, bienes y servicios básicos).
- Vulnerables:** cuando su renta es superior a la línea de pobreza, pero inferior a tres veces la línea de pobreza correspondiente.
- Otros:** cuando su renta es superior a tres veces la línea de pobreza correspondiente.

Aunque esta clasificación es propia del Grupo, es comparable con los estándares que emplean organismos internacionales como las Naciones Unidas o el Banco Mundial.

Por otra parte, la renta relativa es el excedente del negocio dividido por cada miembro del hogar en relación a la Línea de Pobreza (LP). Dicha renta mide la distancia respecto a la LP y, por tanto, nos permite observar la situación de pobreza en el conjunto de clientes, cuánto tienen que crecer sus negocios para superarla y si estarán más o menos en riesgo de volver a caer por debajo de ella. Este indicador también es una aproximación de la concentración de pobreza en cartera.

Pobreza multidimensional

La medición de la pobreza multidimensional permite identificar si un hogar dispone de las condiciones mínimas para desarrollar su potencial: vivienda adecuada, acceso a servicios básicos, educación, empleo digno y protección frente a riesgos.

En la República Dominicana, el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) se publicó en 2015 y se volverá a calcular en 2025⁷. Según la CEPAL, en 2024 el 21% de los hogares dominicanos son pobres multidimensionales⁸.

En línea con el marco corporativo de la Fundación Microfinanzas BBVA, Banco Adopem mide la pobreza multidimensional de los hogares de sus emprendedores y muestran que una parte importante de ellos acumula dos o más privaciones significativas y que un subconjunto de ellos (14 %) es pobre multidimensional (tiene al menos 3 carencias), incluso cuando sus ingresos se sitúan ligeramente por encima de la línea de pobreza monetaria. Es decir, hay hogares que han mejorado sus ingresos gracias a la actividad productiva, pero siguen enfrentando déficits relevantes en vivienda, servicios básicos o protección social.

⁷ MEPyD/SIUBEN. Índice de Pobreza Multidimensional en República Dominicana. Economía, pobreza y MiPymes 2020–2025.

⁸ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).



Las carencias más frecuentes entre los clientes de Banco Adopem se concentran en tres ámbitos.

Tres de las privaciones concentran la mayor parte del problema.

01 Educación

Niveles educativos bajos en una parte importante de los adultos del hogar, lo que limita sus oportunidades laborales y su capacidad para adaptarse a cambios tecnológicos o del mercado.

02 Saneamiento y vivienda

Hacinamiento y el compartir espacios sanitarios o que sean deficientes.

03 Atención médica

Alta prevalencia de hogares sin cotización a la seguridad social ni mecanismos formales de protección frente a enfermedad.

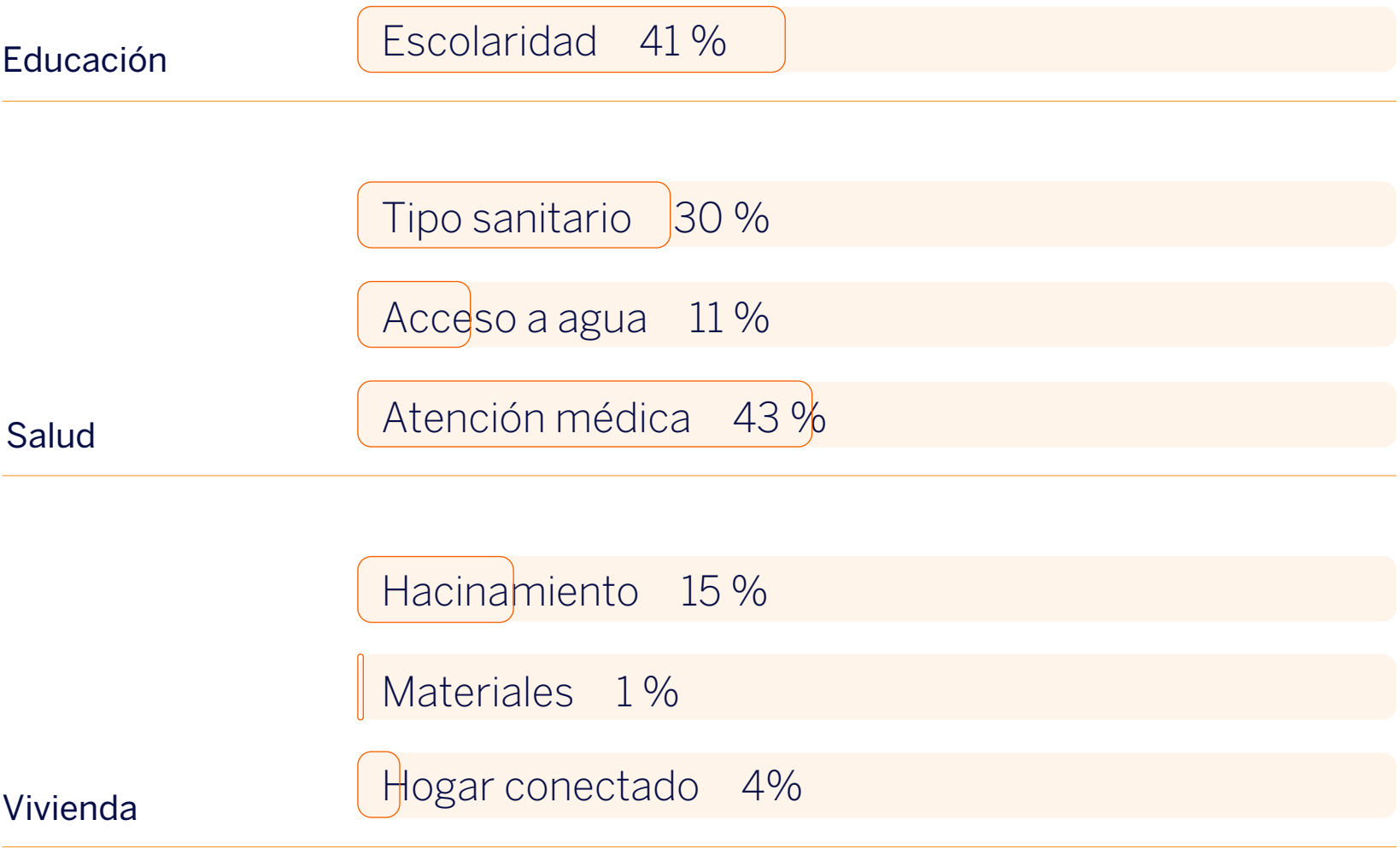
IIPM, Intensidad e incidencia N.º 09

IIPM	%
Intensidad (i;%)	47 %
Incidencia (H,%)	14 %

Los datos se refieren a emprendedores en cartera vigente con información de pobreza multidimensional disponible

Incidencia de las privaciones N.º 10

Total emprendedores de crédito evaluados (%)

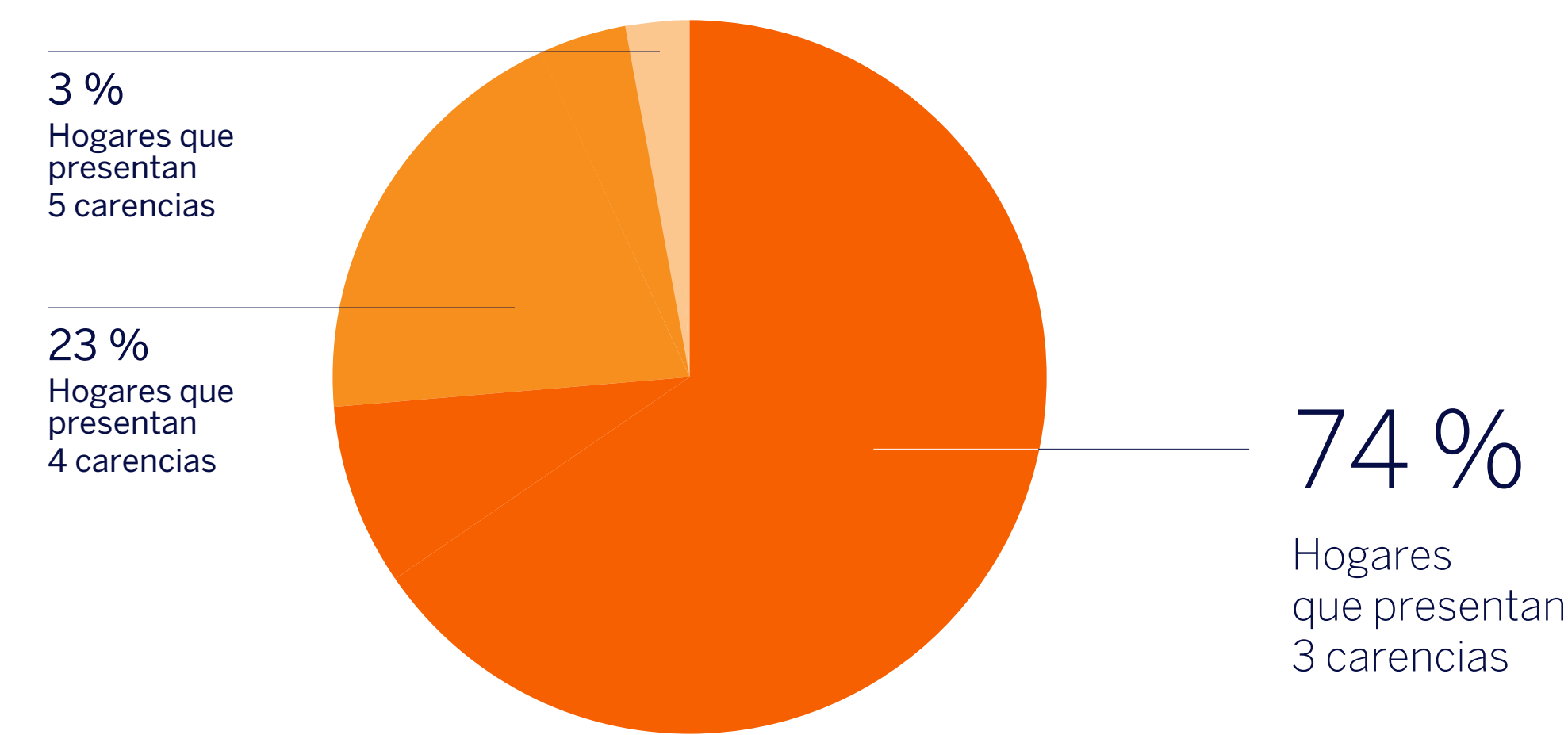


Los umbrales de privación utilizados coinciden, dentro de lo posible, con el usado por Sistema Único de Beneficiarios (SIUBEN). Clientes en cartera vigente con evaluación MPI válida para el cálculo del indicador y % con respecto al total de clientes en cartera vigente. Indicador calculado basándose exclusivamente en el nivel académico del titular.

Esta realidad implica que salir de la pobreza monetaria no siempre significa dejar de ser vulnerable. Un imprevisto relativamente pequeño, una enfermedad, un desastre natural, la pérdida de un empleo informal puede devolver a un hogar por debajo de la línea de pobreza si sigue acumulando varias privaciones. Por eso, el diagnóstico de pobreza multidimensional se ha convertido en una herramienta central para la estrategia de Banco Adopem: permite identificar a los clientes con mayores carencias, orientar mejor los productos financieros (crédito, ahorro, seguros) y priorizar los servicios no financieros, como la educación financiera o las alianzas en vivienda y servicios básicos, allí donde el impacto potencial es mayor.

Intensidad de la pobreza N.º 11

Total emprendedores de crédito evaluados (%)



Pobreza Multidimensional

Banco Adopem sigue junto con las cinco entidades del Grupo FMBBVA la metodología de Alkire-Foster (AF) para evaluar la pobreza multidimensional entre su cartera de clientes, el estándar global adoptado por el PNUD y el Banco Mundial. El principal propósito de este ejercicio es proporcionar información relevante para poder mejorar el diseño y la orientación de sus productos y servicios y, de este modo, mejorar la calidad de vida de sus emprendedores.

La definición de pobreza multidimensional se ha basado en siete indicadores que captan tres dimensiones de la pobreza: educación, salud y vivienda. Estos indicadores se han diseñado en base al universo de indicadores incluidos en los índices de pobreza multidimensional nacionales de los países donde opera la FMBBVA, aunque en ocasiones, bajo nombres ligeramente diferentes. Se seleccionaron indicadores centrados en necesidades básicas que podrían brindar información útil para poner en marcha soluciones viables (es decir, que pudieran traducirse en una mejor oferta de valor de las entidades microfinancieras).

Dimensiones e indicadores utilizados para definir la pobreza multidimensional:

Dimensión	Indicador	Peso (%)
Vivienda	Hacinamiento	14,3
	Materiales de la vivienda (techo, pared, suelo)	14,3
	Acceso a internet	14,3
Salud	Acceso a seguro de salud	14,3
	Acceso al agua	14,3
	Saneamiento	14,3
Educación	Años de escolarización	14,3

Los umbrales de privación se definieron teniendo en consideración las condiciones específicas de cada país, de tal manera que cada entidad pudiera identificar a los clientes más vulnerables de su propia cartera. La selección de unos umbrales de privación específicos para cada país dificulta la comparación de los niveles de pobreza o privación entre las distintas entidades pero permite que cada una obtenga los datos más relevantes para orientar su propia estrategia.



04

Acción: Las 5 áreas de nuestra respuesta integral.

Inclusión, protección y cuidado del medio ambiente.

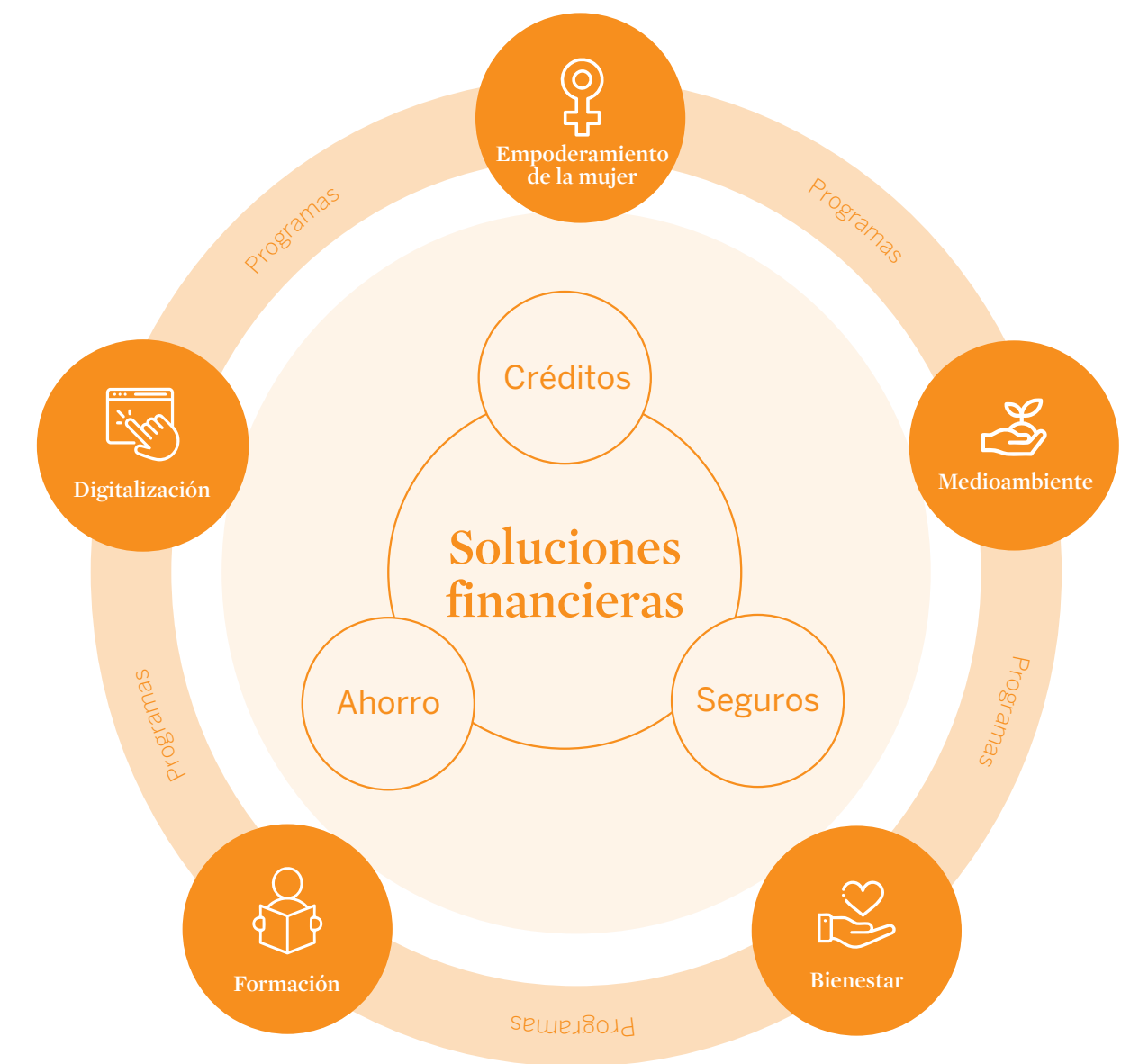
A partir de esta evidencia, la entidad ha consolidado una oferta centrada en el crédito productivo responsable, complementada con productos orientados a la gestión de liquidez, la mejora de vivienda y la protección frente a imprevistos.

El diseño de estas soluciones parte de tres principios: inclusión, llegando a personas tradicionalmente excluidas del sistema financiero formal; protección, evitando mayores riesgos y acompañando a los hogares en la gestión de sus

finanzas; y cuidando el medio ambiente, de manera que el crecimiento en zonas rurales sea sostenido.

Para ello, Banco Adopem utiliza metodologías de evaluación centradas en la capacidad real de pago del hogar y combina el crédito con educación financiera y otras iniciativas de acompañamiento.

En conjunto, estos instrumentos buscan que los emprendedores no solo puedan financiar su actividad, sino también construir resiliencia y transformar gradualmente sus condiciones de vida.



Crédito para el negocio

El crédito productivo es el núcleo de la propuesta de valor de Banco Adopem. Su objetivo principal es financiar pequeños negocios y actividades generadoras de ingresos, de manera que los hogares puedan estabilizar y aumentar sus rentas, reducir su vulnerabilidad y construir un historial financiero formal.

La mayoría de los préstamos se destinan a capital de trabajo, compra de inventario, materias primas o mercancía para la venta y a pequeñas inversiones en activos fijos, como equipamiento básico, mobiliario o mejora del local.

Los montos, plazos y condiciones se adaptan a la escala de los micro negocios y a la capacidad real de pago de los hogares. El crédito promedio de los clientes nuevos fue de USD 1.107 (DOP 68.073), una cantidad que crece a medida que crecen sus negocios y necesidades financieras.

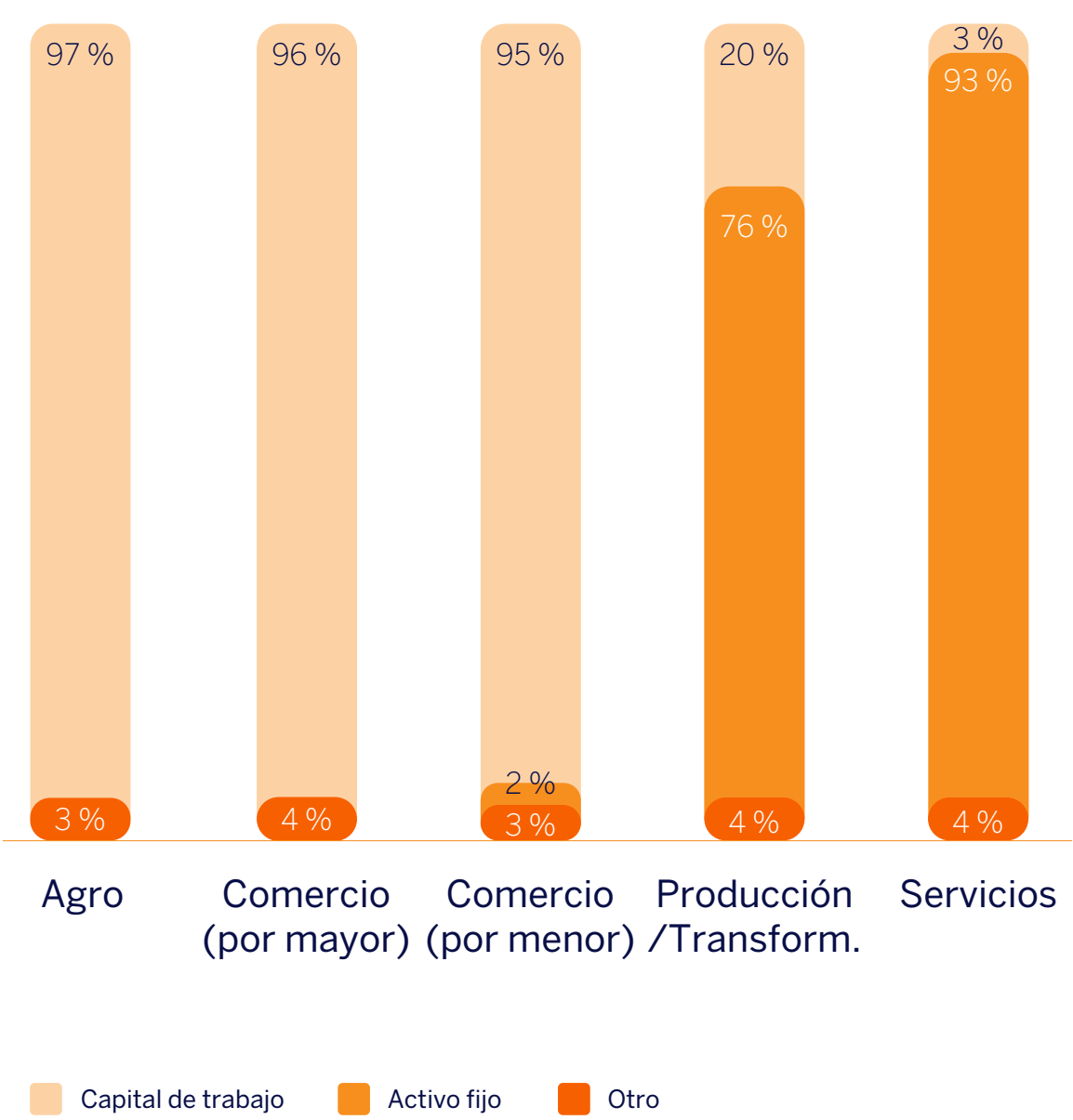
En lugar de basarse únicamente en garantías formales, la evaluación del crédito combina el análisis del flujo de ingresos y gastos del negocio y del hogar, en base al levantamiento que el asesor de crédito realiza y la trayectoria previa de pago cuando existe. Esta metodología permite incluir a personas que tradicionalmente han quedado fuera del sistema financiero formal, sin descuidar la calidad de la cartera ni la sostenibilidad de la entidad.

De hecho, un 67% de los nuevos emprendedores captados por Banco Adopem en 2025 han sido bancarizados, es decir, entran por primera vez en el sistema financiero formal. Muchos de ellos (41%) se encuentran en el entorno rural y 1 de cada dos, tiene educación primaria a lo sumo.

El crédito productivo se complementa con acciones de educación financiera y acompañamiento por parte de los asesores de crédito, que ayudan a los emprendedores a separar, en la medida de lo posible, las finanzas del hogar y del negocio, planificar mejor sus gastos, evaluar nuevas inversiones y gestionar imprevistos. De este modo, el crédito deja de ser solo un recurso puntual para cubrir una necesidad inmediata y se convierte en una herramienta para construir capacidades financieras y fortalecer la resiliencia de los hogares de los emprendedores. Esto ha permitido construir relaciones de confianza con muchos de ellos y un 55% del total mantiene relación de exclusividad con Banco Adopem.

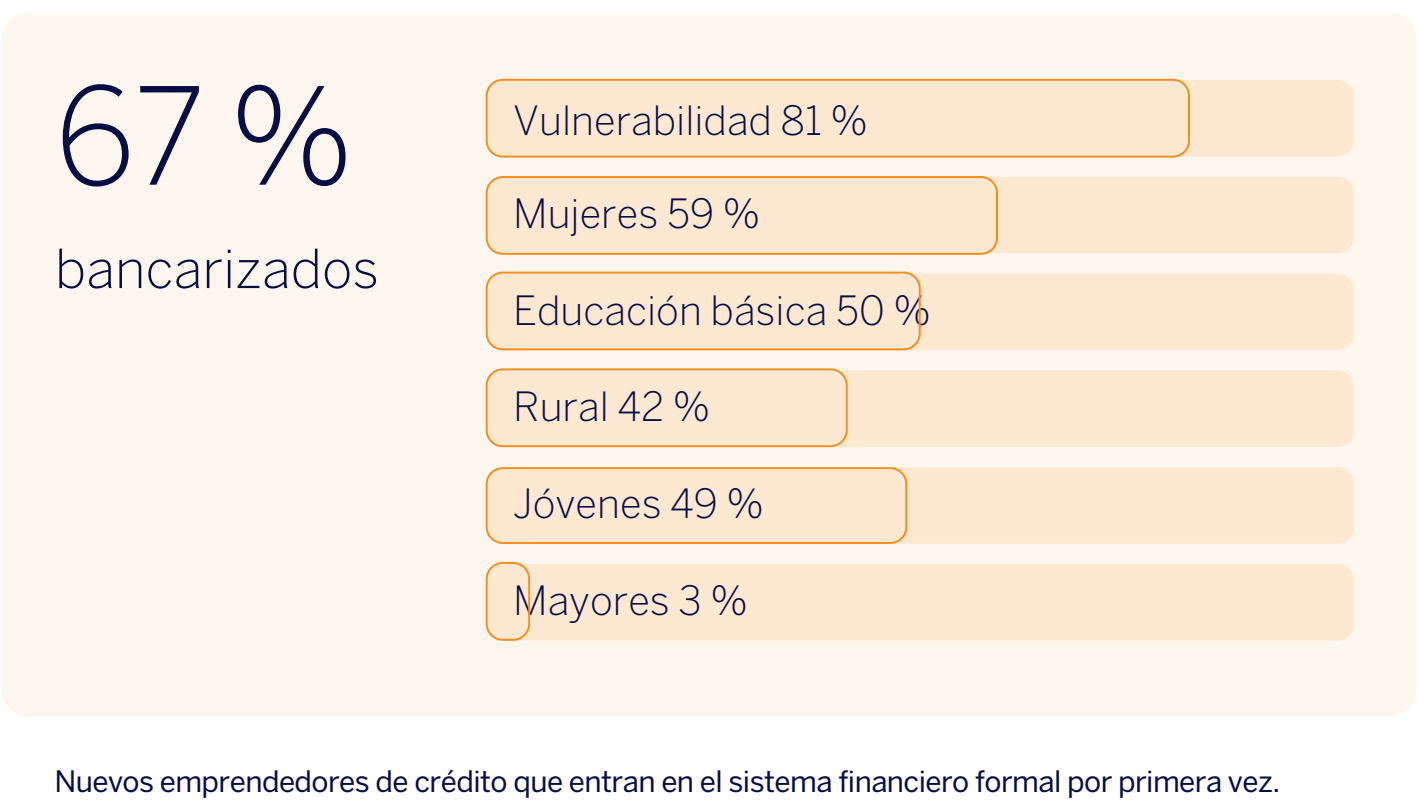
Destino de los créditos, por sector N.º 12

Total créditos desembolsados en 2025 (%)



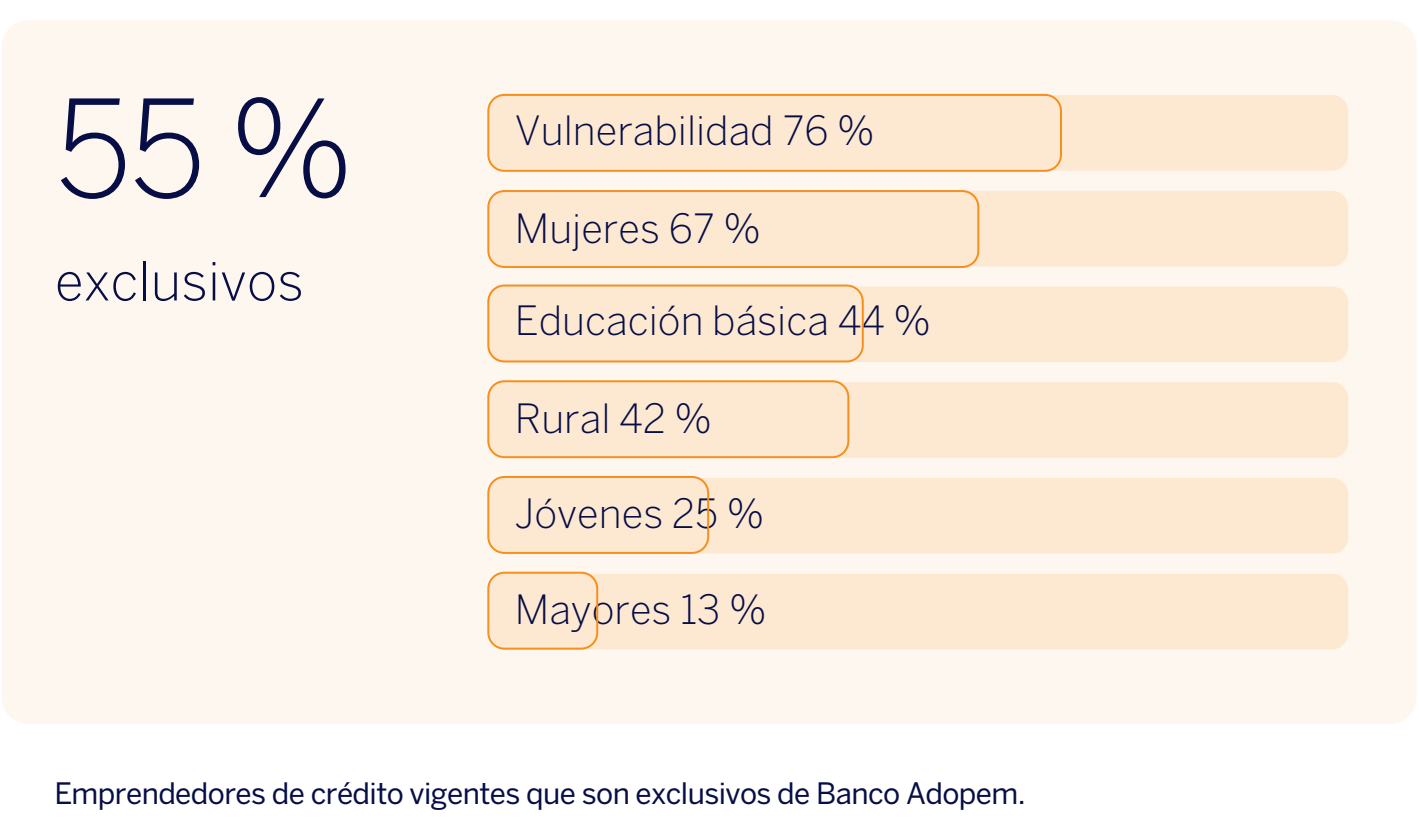
Emprendedores bancarizados N.º 13

Nuevos emprendedores de crédito (%)



Emprendedores exclusivos N.º 14

Total emprendedores de crédito (%)



Crédito de vivienda: Eco-Vivienda Adopem, construyendo un futuro sostenible

Las condiciones de vivienda son una de las principales fuentes de pobreza multidimensional entre los clientes de Banco Adopem: muchos hogares viven en casas con materiales precarios, hacinamiento o problemas de acceso seguro a agua, saneamiento y energía. Mejorar el hábitat no solo tiene efectos sobre la salud y el bienestar, sino también sobre la estabilidad del negocio, ya que en numerosos casos la vivienda es, al mismo tiempo, lugar de vida y de trabajo.

Para responder a esta realidad, Banco Adopem ofrece créditos orientados a la mejora progresiva de la vivienda, con montos y plazos adaptados a la capacidad de pago de hogares de bajos ingresos. Estos préstamos se destinan, entre otros usos, a: reforzar estructuras, sustituir techos y suelos en mal estado, ampliar o redistribuir espacios para reducir el hacinamiento, mejorar instalaciones eléctricas y de agua, o incorporar servicios básicos que incrementen la seguridad y la calidad de vida del hogar.^{4,5} En contextos expuestos a shocks climáticos, las inversiones en vivienda más resistente también contribuyen a reducir la vulnerabilidad frente a huracanes, inundaciones u otros eventos extremos.

La evaluación de estos créditos sigue el mismo enfoque de crédito responsable aplicado al financiamiento de negocios: se analiza el flujo de ingresos del hogar y del emprendimiento, se ajustan los plazos para no sobrecargar la carga financiera mensual y se priorizan mejoras que tengan un impacto claro en las condiciones de vida y en la resiliencia de la familia. En muchos casos, estos préstamos se complementan con acciones de educación financiera y con alianzas con proveedores y organismos públicos o sociales que promueven soluciones de vivienda segura y accesible.

De este modo, el crédito para vivienda se integra en la estrategia de inclusión de Banco Adopem, no como un producto aislado, sino como una herramienta que contribuye a reducir carencias estructurales, fortalecer la protección del hogar frente a riesgos y apoyar trayectorias sostenidas de salida de la pobreza.



El crédito educativo

Para muchos de los hogares atendidos por Banco Adopem, la educación de hijos e hijas es una de las principales motivaciones para emprender: el negocio se convierte en el medio para financiar matrículas, uniformes, transporte y materiales escolares.

Sin embargo, estos gastos suelen concentrarse en temporadas concretas del año y tensionan la liquidez de hogares con ingresos variables, que a menudo recurren a mecanismos informales o a sacrificar inversiones en el propio negocio.

El crédito educativo de Banco Adopem nace precisamente para evitar que la falta de liquidez a corto plazo se convierta en una barrera para la continuidad educativa. Se trata de un producto diseñado para cubrir gastos asociados a la educación formal y no formal matrículas, cuotas, materiales, equipos tecnológicos, transporte o cursos complementarios, con montos relativamente pequeños, plazos adaptados al calendario escolar y cuotas que se ajustan a la capacidad de pago del hogar.

La evaluación de estos préstamos tiene en cuenta tanto el flujo de ingresos del negocio como del resto del hogar, de forma que el financiamiento educativo no genere sobreendeudamiento ni comprometa la estabilidad del emprendimiento. En muchos casos, el crédito educativo se combina con educación financiera básica, presencial o digital, para ayudar a planificar mejor estos gastos recurrentes, separar, cuando es posible, las finanzas del hogar y del negocio y fomentar el ahorro previo para futuras etapas educativas.

Con esta línea, Banco Adopem contribuye a que los hogares emprendedores no tengan que elegir entre invertir en el negocio o en la educación de sus hijos, reforzando así una de las palancas más potentes de movilidad social a medio y largo plazo. El crédito educativo se integra, por tanto, en la estrategia de inclusión financiera de la entidad como un instrumento que conecta el día a día del micronegocio con las aspiraciones de futuro de la familia.



Ahorro y formación

Para los hogares emprendedores atendidos por Banco Adopem, el ahorro es una de las principales palancas para reducir la vulnerabilidad: permite afrontar gastos imprevistos sin recurrir a deuda informal, sostener el consumo en periodos de caída de ingresos y financiar pequeñas inversiones en el negocio o la vivienda.

Sin embargo, muchos clientes declaran tener dificultades para reservar una parte de sus ingresos, especialmente cuando estos son irregulares y dependen de la marcha diaria del micro negocio.

Con este punto de partida, Banco Adopem impulsa diferentes productos de pasivo a 545.469 clientes (+7% crecimiento anual): depósitos, cuentas de ahorro y soluciones de ahorro programado adaptados a las necesidades de hogares de bajos ingresos. Estos instrumentos buscan facilitar la acumulación gradual de pequeños montos, con requisitos accesibles y, en algunos casos, con objetivos concretos (por ejemplo, educación, vivienda o capital de trabajo futuro).

El segmento ahorrador constituye el motor principal de la liquidez de Banco Adopem. Representa el 5% de la base total de clientes pero aporta de manera consistente el 67% del saldo global de depósitos, manteniendo el mismo nivel de participación porcentual que el año anterior. Aumentó su saldo de ahorro hasta alcanzar un saldo total de USD 50 millones, lo que representa un crecimiento anual del 25%. Es importante destacar que la mayor parte de este crecimiento proviene de los que tienen un crédito en Banco Adopem, destacando el crecimiento de los emprendedores de más de un año que contribuyen en el saldo total un 29%. La relación de largo plazo con el cliente ha sido el motor del crecimiento de los depósitos en 2025, destacando dos comportamientos clave en el segmento ahorrador:

- **Capitalización Gradual** (Emprendedores): El 39% de los ahorradores con crédito (micronegocios) duplica sus ahorros con el tiempo, pasando de \$764 USD a \$1,751 USD. Si bien el segmento de perfiles de más de 40 años (lidera la acumulación de recursos con un saldo promedio de \$2,824 USD, superando significativamente los \$1,225 USD del grupo joven); se mantuvo una tendencia alcista del ahorro, fortaleciendo la solvencia individual en toda la estructura demográfica.
- **Alto Valor y Potencial** (No Emprendedores): Un segmento de mayor volumen que alcanza un saldo medio de USD 2,800 en el cierre de 2025.

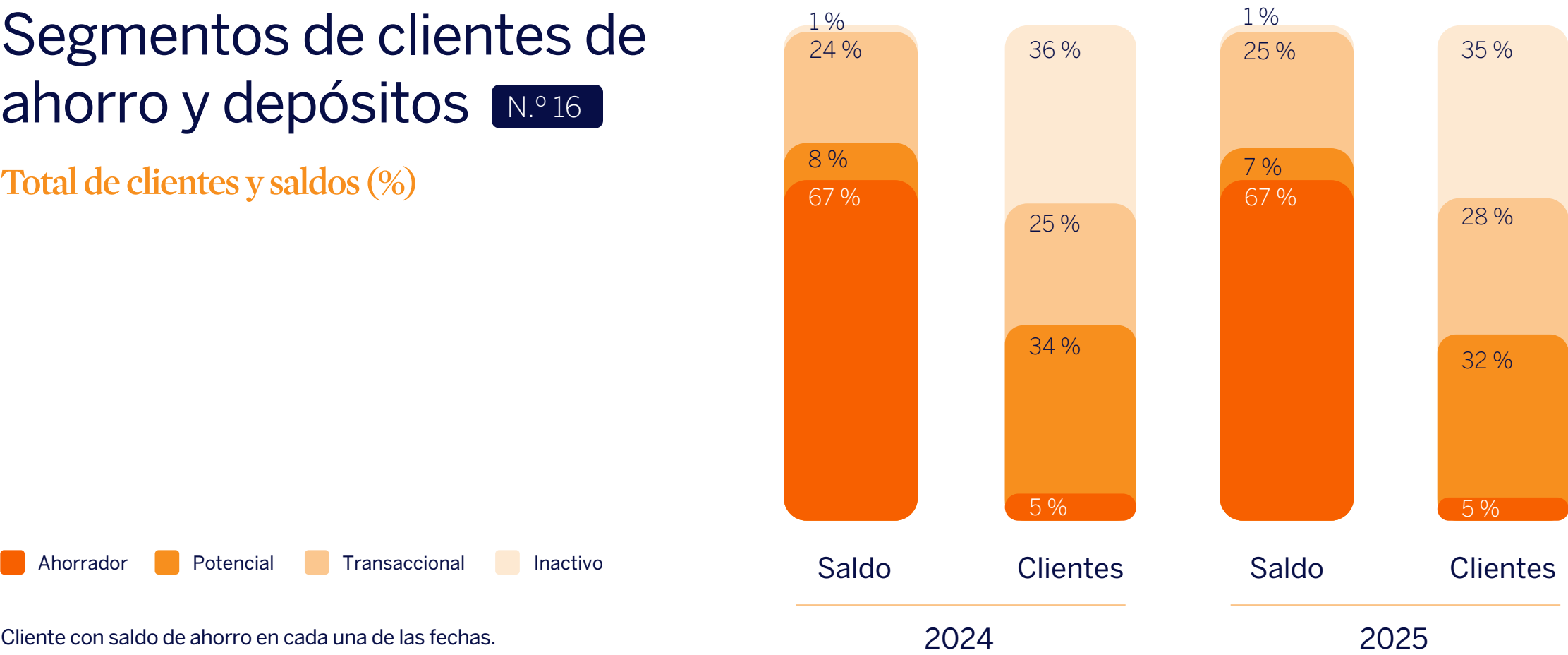
Clientes con cuentas de ahorro y depósitos N.º 15

Total clientes y saldos



Segmentos de clientes de ahorro y depósitos N.º 16

Total de clientes y saldos (%)



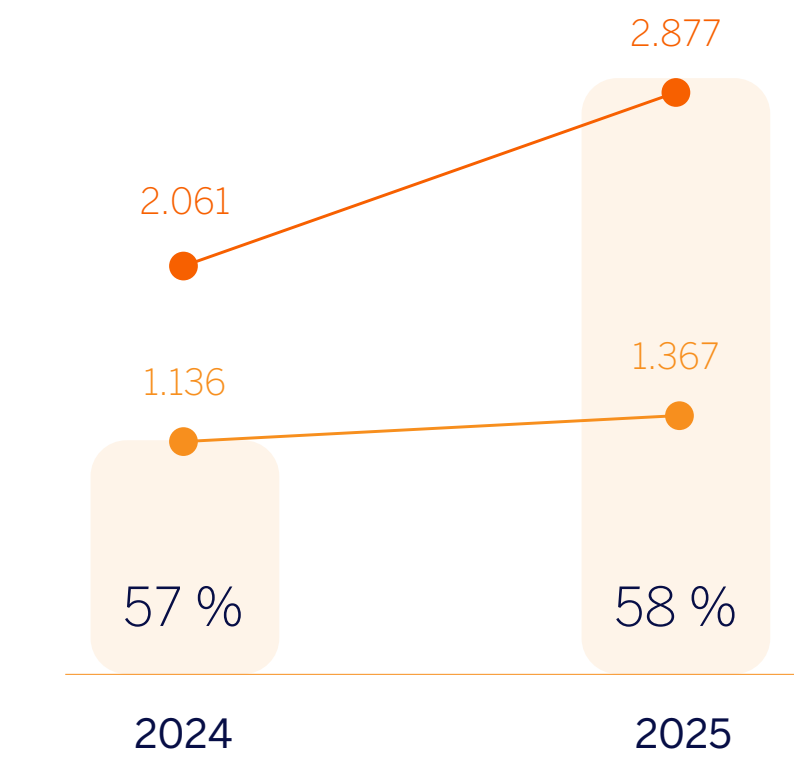
Más de 14.000 personas recibieron asesoramiento financiero o formación.

El desarrollo de capacidades financieras es el complemento necesario de estos productos. A través de actividades de educación financiera, presenciales y digitales, Banco Adopem trabaja contenidos básicos como la elaboración de un presupuesto sencillo, la separación, cuando es posible, de las finanzas del hogar y del negocio, la planificación de gastos recurrentes (educación, vivienda, salud) y la comparación entre diferentes opciones de financiamiento. Estas acciones se realizan tanto de forma individual, en las visitas de los asesores, como mediante talleres y recursos formativos breves dirigidos a grupos de clientes.

La combinación de ahorro y formación permite que los productos financieros tengan un impacto más profundo y sostenible. No se trata solo de ofrecer una cuenta de ahorro, sino de acompañar a los hogares para que construyan colchones financieros, tomen decisiones más informadas y puedan aprovechar mejor el crédito cuando lo necesiten. De este modo, Banco Adopem refuerza su contribución a la resiliencia de los emprendedores y a la mejora progresiva de sus condiciones de vida.

Ahorradores: con y sin crédito N.º 17

Saldos y número de clientes

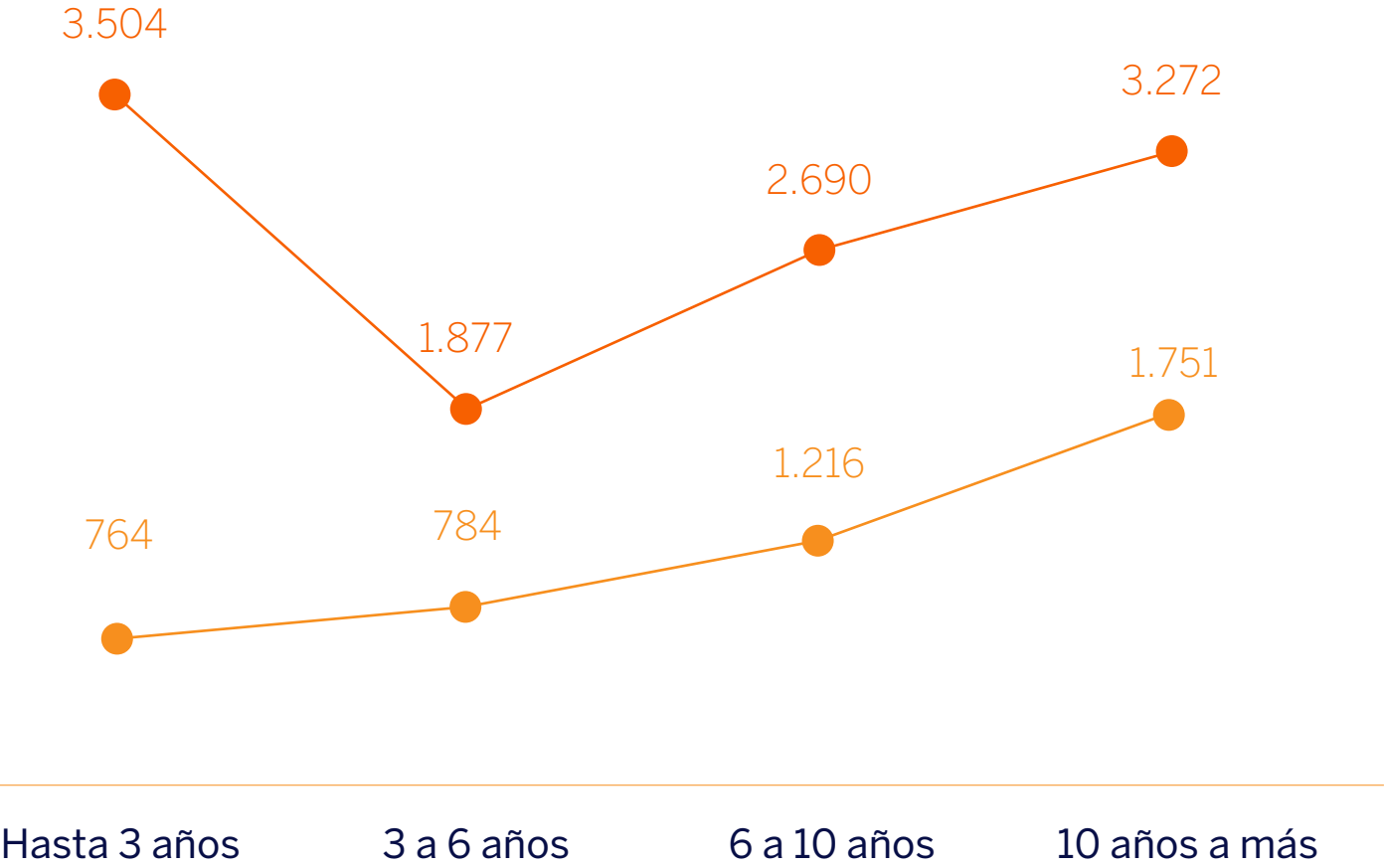


% Clientes emprendedores Saldo emprendedor Saldo no emprendedor

Cliente y saldo para el segmento de ahorradores.

Ahorradores: Saldo promedio por antigüedad N.º 18

Desglose por vinculación y antigüedad



Emprendedor No emprendedor

Saldo de ahorro en USD.

Seguros

Banco Adopem impulsa una oferta de seguros inclusivos, con especial foco en los seguros de vida vinculados o asociados al crédito.

En 2025, 75.321 personas contaban con un seguro de vida contratado a través de la entidad, lo que supone un crecimiento del 18% respecto a 2024. Estos productos ayudan a que, en caso de fallecimiento o incapacidad del titular, la familia pueda cubrir parte de los gastos asociados y evitar que la deuda se convierta en una carga adicional en un momento especialmente vulnerable.

La entidad trabaja además en la sensibilización y educación sobre el valor del seguro, ya que muchas personas no lo perciben como una herramienta de protección sino como un costo adicional. A través de explicaciones sencillas en el proceso de contratación, materiales informativos y el acompañamiento de los asesores, se busca que los clientes comprendan qué cubre cada póliza, cuándo se activa y cómo utilizarla. De esta forma, los seguros dejan de ser un accesorio del crédito y se convierten en una pieza más de la estrategia de resiliencia de los hogares de los emprendedores.

Seguros N.º 19

 Crecimiento en 2025
+ 18 %

75.321
Asegurados



Digitalización

La digitalización se ha convertido en un pilar clave de la estrategia de inclusión financiera de Banco Adopem. Para muchos emprendedores, el teléfono móvil es hoy la principal puerta de entrada al sistema financiero: les permite consultar saldos, realizar pagos, transferir dinero y gestionar sus productos sin tener que desplazarse a una oficina, ahorrando tiempo y costos de transporte, especialmente en zonas rurales o periurbanas.

Los canales digitales, banca móvil, corresponsales no bancarios y otros puntos de atención complementan el trabajo de la red de oficinas y de los asesores de crédito, en lugar de sustituirlo. El objetivo es que los clientes puedan elegir cómo interactuar con la entidad según su necesidad en cada momento: realizar operaciones sencillas a distancia y, al mismo tiempo, mantener un acompañamiento cercano cuando se trata de decisiones más complejas, como solicitar un crédito o reestructurar un préstamo.

Un ejemplo emblemático de esta apuesta es el proyecto “Comunidad Emprendedora Digital (CED)”, desarrollado junto al BID Lab. A través de esta iniciativa, Banco Adopem ha impulsado la mayor transformación digital de mujeres emprendedoras en la República Dominicana, capacitando a más de 5.400 mujeres, de las cuales más de 5.100 están registradas y continúan activas en la plataforma educativa “Crece con Adopem”, y logrando un crecimiento promedio de las ventas del 22%, equivalente a más de RD\$ 67,3 millones adicionales en sus actividades productivas. El programa combina formación, acompañamiento digital y acceso a financiamiento, mostrando cómo la tecnología puede multiplicar el impacto del crédito en los negocios liderados por mujeres.

La expansión de estos canales plantea también desafíos: no todos los clientes tienen el mismo nivel de familiaridad con la tecnología ni las mismas condiciones de conectividad. Por ello, Banco Adopem incorpora acciones de alfabetización digital básica en su relación con los emprendedores, explicando paso a paso cómo utilizar las aplicaciones, cómo proteger sus claves y cómo identificar posibles fraudes. De este modo, la digitalización no se limita a introducir nuevas herramientas, sino que se orienta a reducir la brecha digital, mejorar la experiencia de los clientes y reforzar la seguridad y la eficiencia en la prestación de los servicios financieros.





05

Impacto en los hogares

El impacto es la razón de ser en Banco Adopem.

El impacto de Banco Adopem en los hogares se observa, sobre todo, en la evolución de los ingresos de los emprendedores que renuevan sus créditos con la entidad. A medida que avanza la relación financiera, los negocios tienden a crecer, los excedentes mejoran y una proporción significativa de los clientes sale de la pobreza o se aleja de ella. Sin embargo, este progreso convive con trayectorias marcadas por la volatilidad de ingresos, que recuerdan que muchos hogares siguen siendo vulnerables a shocks y cambios en el entorno.

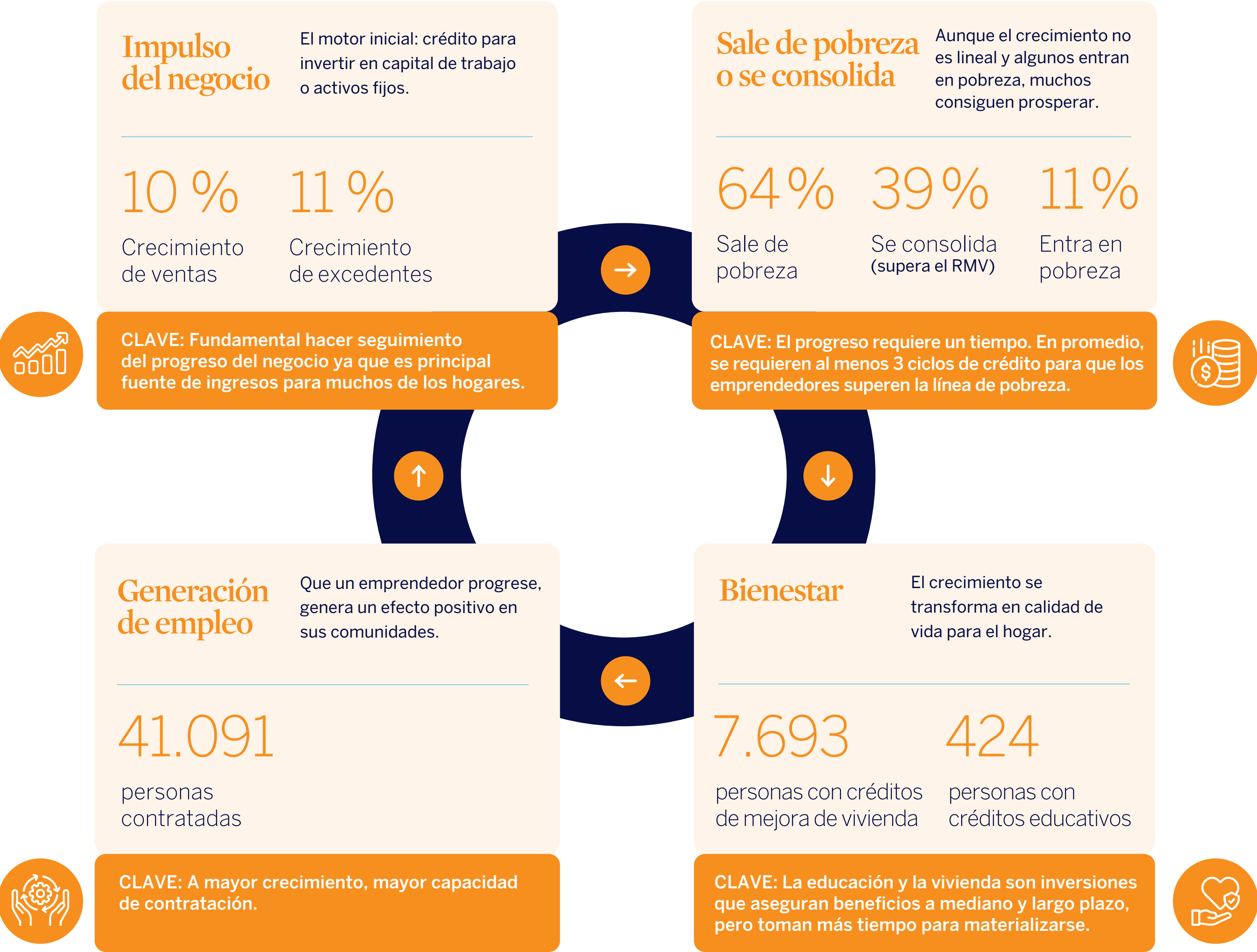


Círculo virtuoso de impacto



El negocio como motor de progreso

Más que una transacción, el acceso al crédito es el activador de un engranaje de transformación. No hablamos de un proceso lineal, sino de una espiral de crecimiento que se retroalimenta: cuando un negocio prospera, el bienestar se extiende al hogar y fortalece la resiliencia de toda la comunidad.



Crecimiento de los negocios

En 2025, las ventas y los excedentes de los emprendedores registraron crecimientos del 10% y 11%, respectivamente, manteniéndose en niveles similares a los observados en 2024. Este desempeño estuvo impulsado, en particular, por el dinamismo de las actividades vinculadas a centros de belleza, cuyo crecimiento cercano al 20% superó ampliamente el de los colmados y farmacias.

Este dinamismo se refleja en la reducción del segmento de pobreza entre quienes mantienen una relación continuada con la entidad. Al cabo de dos años de relación, el segmento de emprendedores en situación de pobreza se reduce un 39%. En función del tiempo que llevan trabajando con Banco Adopem, la reducción neta de la pobreza oscila entre el 23% y el 54%: en todos los tramos de antigüedad, la proporción de clientes que salen de la pobreza es muy superior a la de quienes entran en ella, y los resultados actuales mejoran o igualan a los del año anterior.

La evolución de la renta relativa a la línea de pobreza refuerza este patrón. En 2025, los hogares que comenzaron en extrema pobreza pasan, en promedio, de disponer de un ingreso per cápita equivalente a sólo el 32% de la línea de pobreza en su primer ciclo de crédito (0,32 veces la LP) a superar ese umbral desde el segundo ciclo y alcanzar cerca de 1,8 veces la línea de pobreza en el quinto ciclo. Los clientes que eran pobres al inicio pasan de 0,75 a más de 2,1 veces la línea de pobreza a lo largo de los cinco ciclos, mientras que los vulnerables avanzan de 1,80 a alrededor de 2,6 veces dicho umbral. En todos los segmentos, las trayectorias de 2025 son mejores que las observadas en 2024, señalando un impacto creciente de la intervención financiera sobre los ingresos de los hogares.

Aun así, estos promedios esconden realidades muy diversas: no todos los emprendedores avanzan de manera lineal y una parte importante experimenta subidas y bajadas de ingresos a lo largo del tiempo. Por eso es necesario complementar este análisis con una mirada específica a la inestabilidad de ingresos, que permite identificar hasta qué punto los hogares logran consolidar su progreso.

10 % Crecimiento anual ventas

Del total de emprendedores atendidos, un 35% tienen ingresos volátiles⁹, es decir, ese emprendedor entra y sale de la pobreza en más de dos ocasiones. El 32% consigue mantener ingresos estables y un 28% sale de la pobreza sin volver a caer en la misma situación. Tan solo el 5% son personas que estaban por encima de la línea de pobreza antes de obtener el crédito pero caen bajo la misma al tratar de emprender su pequeño negocio.

⁹Estas conclusiones se sacan al observar a clientes con más de 5 años de antigüedad, buen reflejo de un comportamiento más estructural.

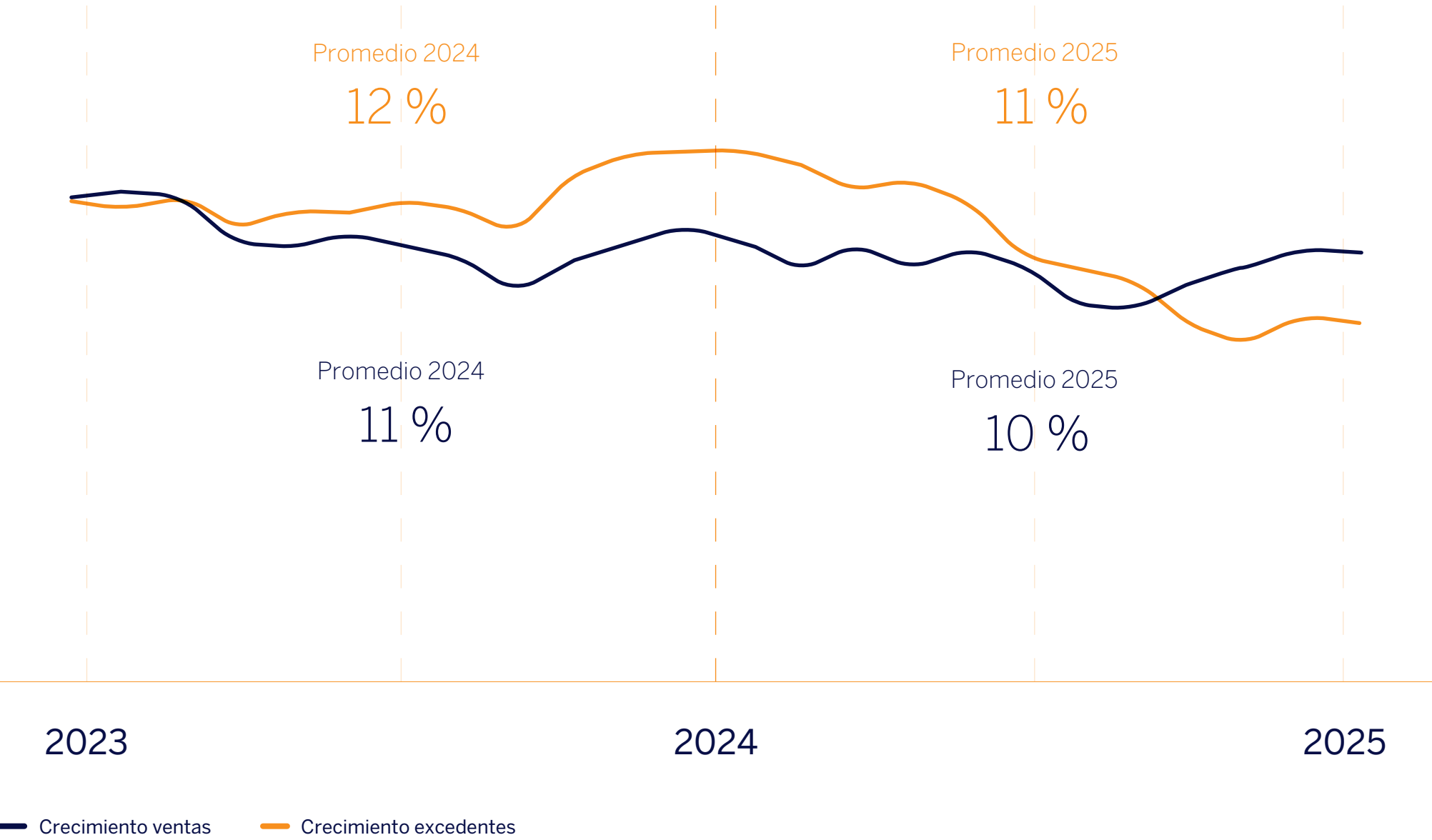
42 % se reduce el segmento de pobreza tras varios años de relación con la entidad

Cuando la situación inicial era de pobreza, más de la mitad, el 56%, superan de forma definitiva la pobreza y el 35% tiene unos ingresos inestables. Para los que parten de una situación de “no pobreza” tan solo el 10% caerán en esta, mientras el 55% se mantendrá estable y el 35% tendrá variaciones constantes.



Crecimiento de las ventas y excedentes N.º 20

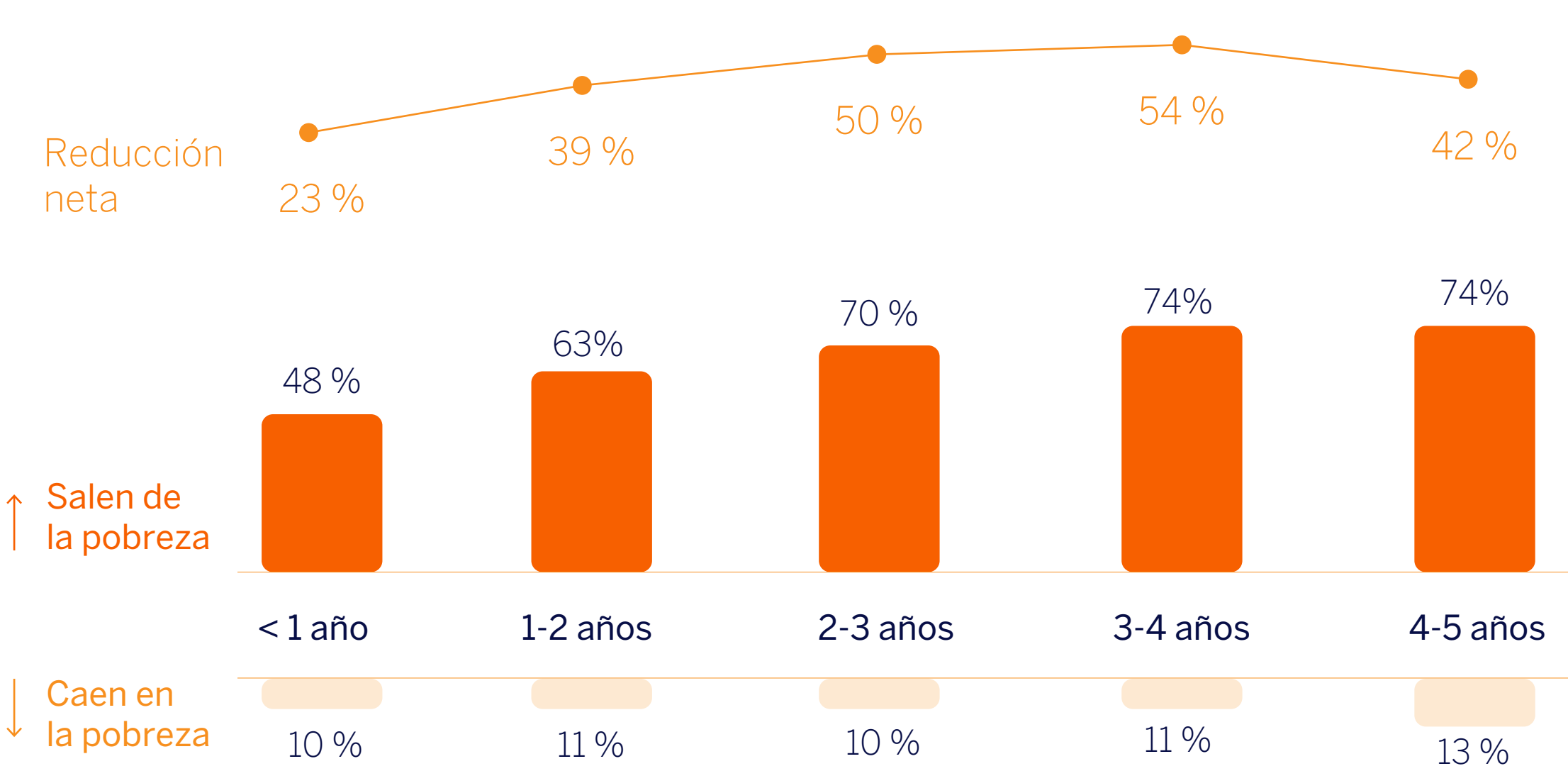
Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en cada período.
Tasas de crecimiento deflactadas (%)



Emprendedores que han tenido al menos una renovación. Se compara su información financiera con la inmediatamente anterior. Se realiza el cálculo de las tasas de crecimiento anual compuesta (tcac) para cada uno de los emprendedores, excluyéndose los valores extremos del 5% superior y del 1% inferior tratados como outliers. Tasas deflactadas. Se muestra el promedio anual de las series en 2024 y 2025. * Se asume un plazo mínimo de 170 días para el cálculo del crecimiento en créditos de corto plazo.

Reducción del segmento de pobreza N.º 21

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2025 (%)



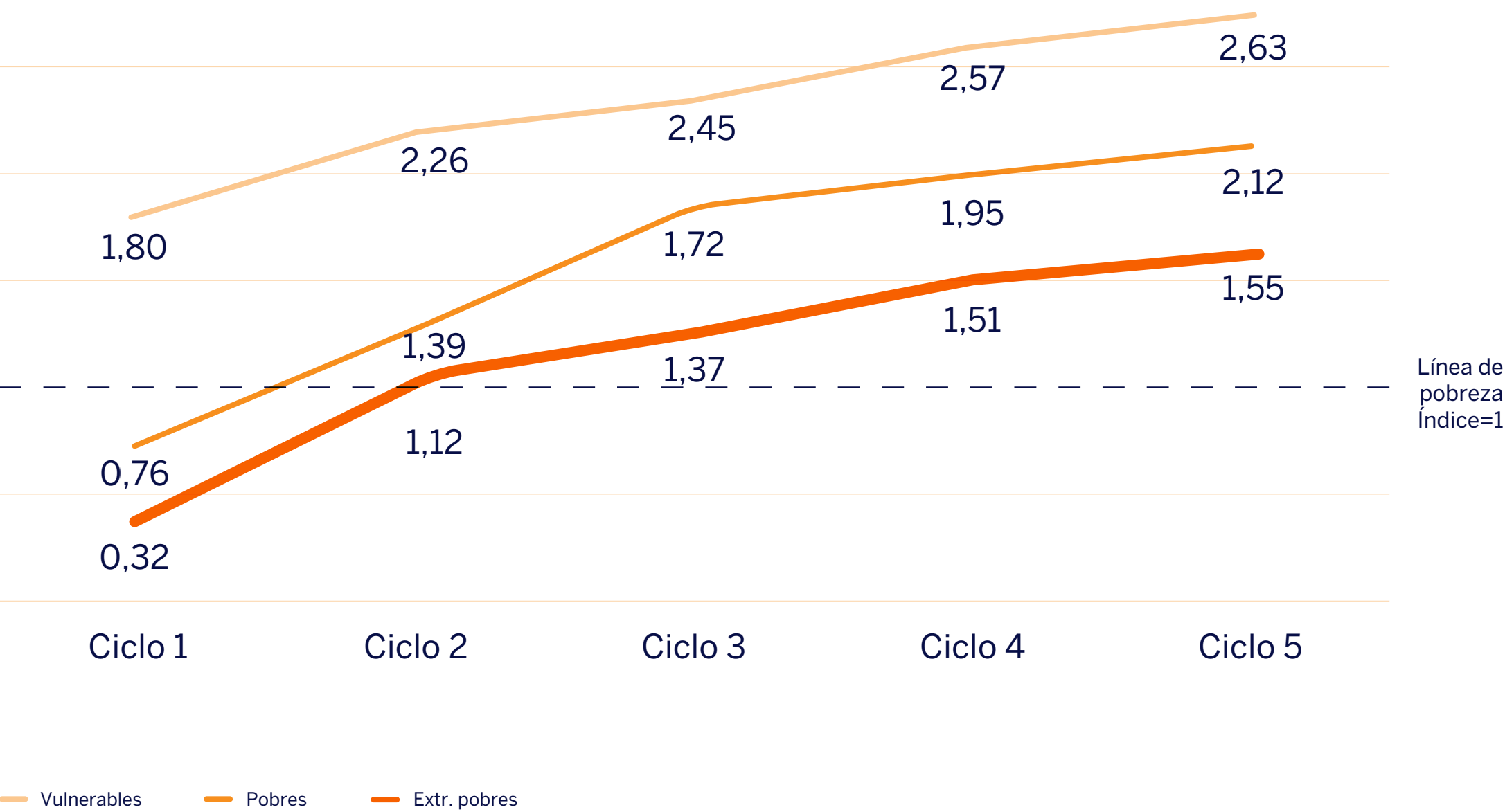
Se muestran los emprendedores renovados. Se excluye de la salida de la pobreza a aquellos emprendedores dados de baja por impago (castigados). Salida de la pobreza: Emprendedores en la pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como extremadamente pobres o pobres) que han generado rentas por encima de la Línea de Pobreza. | Entrada en la pobreza: Emprendedores en no pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como vulnerables u otros), que han generado rentas por debajo de la Línea de Pobreza | Reducción neta: Número de clientes que salen de la pobreza - Número de clientes que entran en la pobreza; entre el número total de clientes pobres. El nivel de pobreza se evalúa en función de su situación de inicio (primer crédito con la entidad).

Renta relativa a la línea de pobreza, por cada ciclo de crédito

N.º 22

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2025

Con cada ciclo de crédito, mejora la renta relativa de los tres grupos (extremadamente pobres / pobres / vulnerables) y aumenta la estabilidad. Los vulnerables se mantienen claramente por encima de la línea de pobreza (suben de ~1,76 a ~2,36).



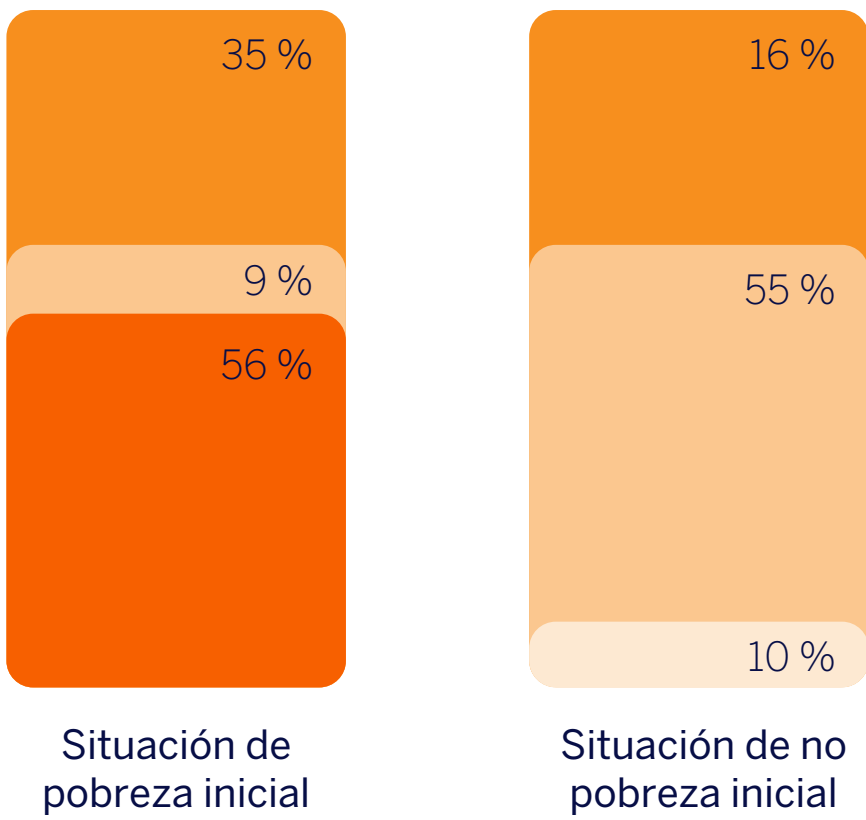
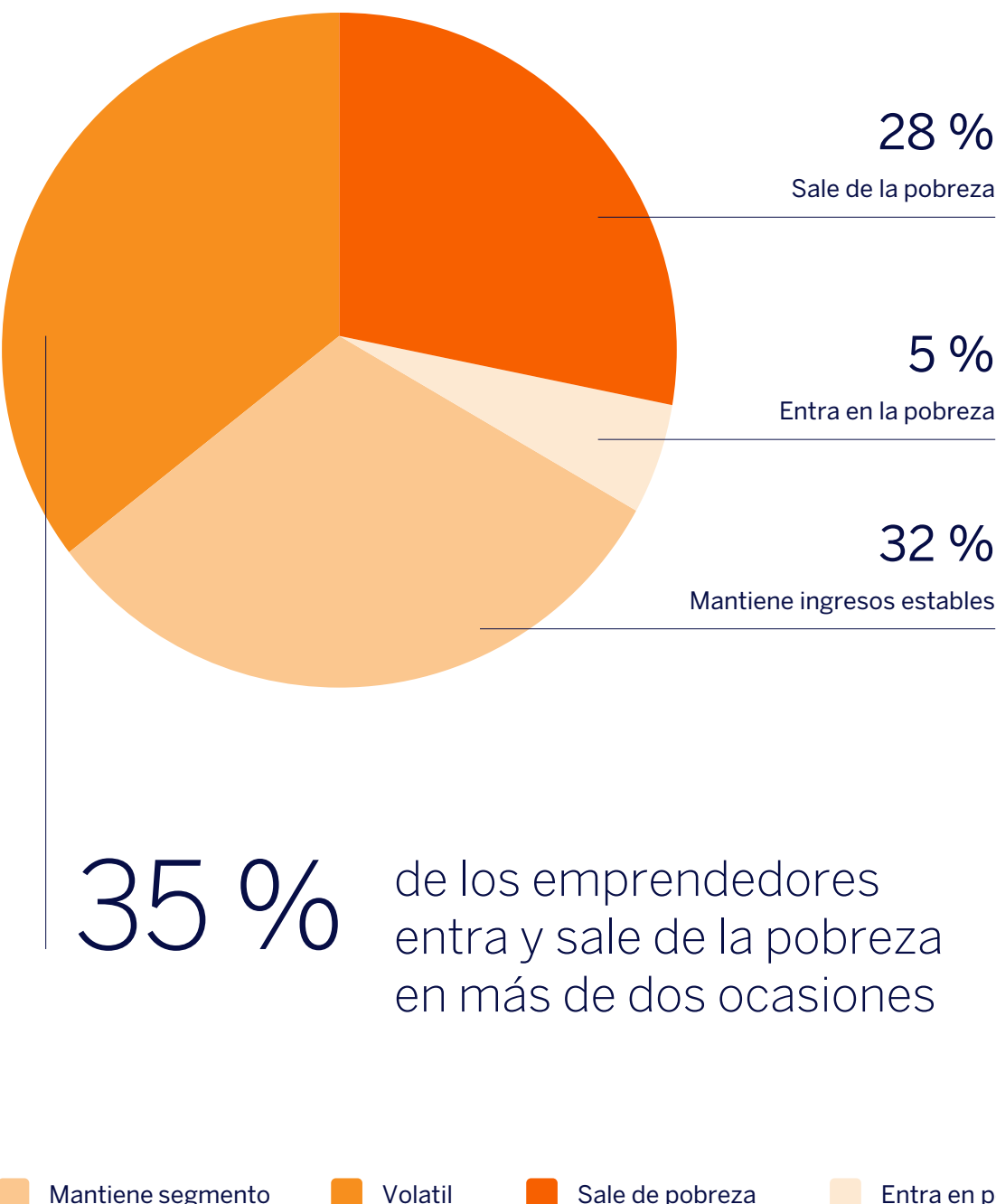
Se muestran los emprendedores atendidos durante 2024 y 2025 con crédito individual —clasificados según su situación inicial en el primer crédito— se exhibe el excedente per cápita en cada ciclo de crédito y en relación a la Línea de Pobreza oficial del país según el año de desembolso. La renta relativa toma valor 1 cuando es igual a la Línea de Pobreza.

Inestabilidad de ingresos

N.º 23

Emprendedores con más de cinco años de antigüedad (%)

Inestabilidad, por grado de vulnerabilidad



Segmentado por emprendedores que, al inicio de su relación con la entidad, generaban excedentes para cada miembro del hogar por debajo/por encima de la línea de pobreza. Muestra de emprendedores atendidos desde 2011 hasta 31.12.2025 que han tenido un mínimo de cinco desembolsos. Se analiza el número de veces que un cliente cruza la línea de pobreza (LP). Volátil: Cliente cuyos excedentes por cada miembro del hogar cruzan más de una vez la LP. Sale de la pobreza: Cliente pobre al inicio cuyos excedentes crecen por encima de la LP (y no se observa que vuelvan a disminuir). Entra en la pobreza: Cliente no-pobre al inicio cuyos excedentes caen por debajo de la LP (y no se observa que vuelvan a aumentar). Estable: Cliente que se mantiene en su situación de pobre (o no-pobre) a lo largo de los cinco desembolsos.

Consolidación de los emprendedores hacia una clase media emergente

El reto de los emprendedores es transformar excedentes puntuales en estabilidad financiera de largo plazo. Es decir, no se agota cuando un emprendedor cruza el umbral de la pobreza, sino cuando consigue la consolidación.

En 2025 se ha definido así un nuevo umbral para medir la calidad de este progreso donde se compara la renta del emprendedor con el Salario Mínimo Interprofesional (SMI) de República Dominicana. Esta referencia nos permite evaluar no solo la supervivencia, sino la posición relativa de nuestros clientes frente a un ingreso formal de mercado.

El progreso es sustancialmente distinto por segmentos:

Segmento “Vulnerable” (En transición): Consiguen mantenerse encima del SMI mostrando así cierta estabilidad en su progreso. No obstante, en 2024, la renta media de este grupo se situaba un 1.4% por encima del SMI, mientras que en 2025 esta diferencia aumenta ligeramente al 1.8%. Este avance es acumulativo: la mayoría de los clientes logra superar el SMI a partir del 3º ciclo de crédito. Actualmente, el 39% de los clientes que iniciaron en vulnerabilidad ya operan por encima de este nivel de ingresos.

Segmento "Otros" (No pobres): Este grupo mantiene una posición sólida con excedentes que superan ampliamente la referencia de mercado. Se identifica un ligero aumento sobre sus márgenes: el excedente sobre el SMI pasó del 59% en 2024 al 72.5% en 2025. Esto sugiere que, si bien están consolidados, están siendo capaces de afrontar nuevos desafíos con éxito para aumentar su nivel de competitividad y rentabilidad.



Se utiliza una nueva métrica de progreso: El Salario Mínimo Interprofesional, como referente de consolidación.

La verdadera medida del impacto es la capacidad de permanencia. Los datos de 2025 confirman que el acompañamiento continuado actúa como un seguro contra la regresión social.

Renta relativa al SMI N.º 24

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2025



Se muestran los emprendedores atendidos durante 2024 y 2025 con crédito individual —clasificados según su situación inicial en el primer crédito— se exhibe el excedente per cápita en cada ciclo de crédito y en relación al salario mínimo interprofesional (SMI) oficial del país según el año de desembolso. La renta relativa toma valor 1 cuando es igual al SMI.



Respecto al dato de 2024 **38,9 %**

38,6 %

Clientes vulnerables que superan el SMI



Respecto al dato de 2024 **12 %**

11,4 %

Clientes vulnerables que caen en pobreza



Respecto al dato de 2024 **73,9 %**

80,9 %

Clientes otros que se mantienen encima del SMI

El progreso no es solo cruzar un umbral, sino construir una base lo suficientemente sólida para que los eventos externos no borren el esfuerzo de años de trabajo.

El análisis por antigüedad confirma una correlación directa entre el número de ciclos y la estabilidad. Los clientes que inician en vulnerabilidad su relación con la entidad consiguen superar la línea de SMI, y en consecuencia, salir de su estado de vulnerabilidad con mayor probabilidad cuanto mayor sea el número de créditos y el tiempo que hayan pasado vinculados a la entidad.

Por otro lado, la probabilidad de caída en pobreza de los clientes no pobres a lo largo del tiempo se mantiene estable, dato que demuestra el control que realiza la entidad del endeudamiento del cliente a lo largo de toda su vinculación.

Generación de empleo

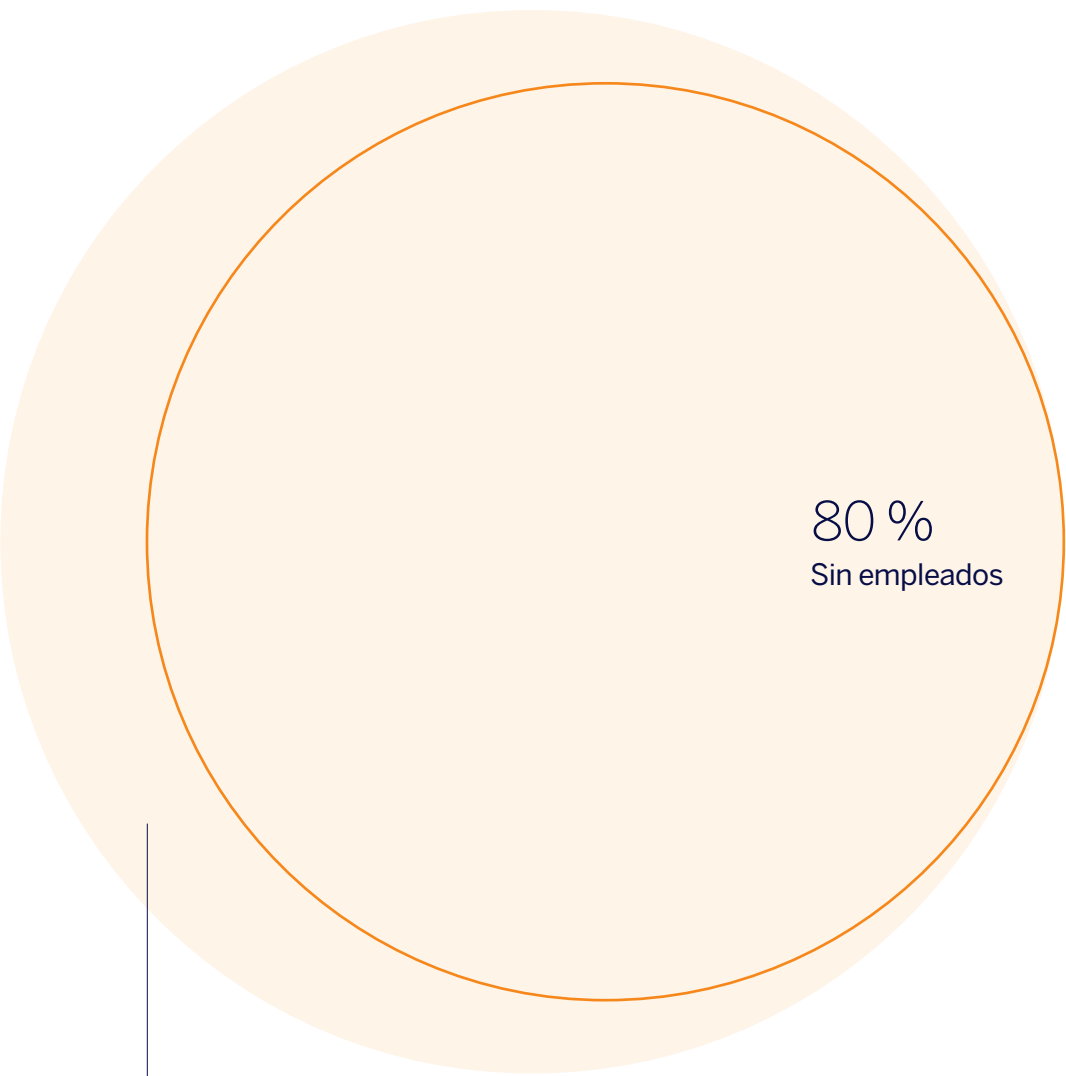
A medida que los emprendedores hacen crecer sus negocios, son capaces de contratar a personal. El 20% de negocios ya tienen al menos un empleado en su empresa y el 5% tienen a dos o más personas, promoviendo el empleo en su región. En términos absolutos, los emprendedores con créditos de Adopem tenían contratados a un total de 41.091 empleados.

Cuanto más tiempo dura la relación del emprendedor con la entidad, mayor es su capacidad de contratación. El 8% de los que han estado con la entidad dos años ha sido capaz de contratar y, pasados cuatro años, este valor alcanza el 11%.



Fuente de empleo N.º 25

Total emprendedores de crédito (%)



20 %

Contrata al menos un empleado

15 %

1 empleado

4 %

2-3 empleados

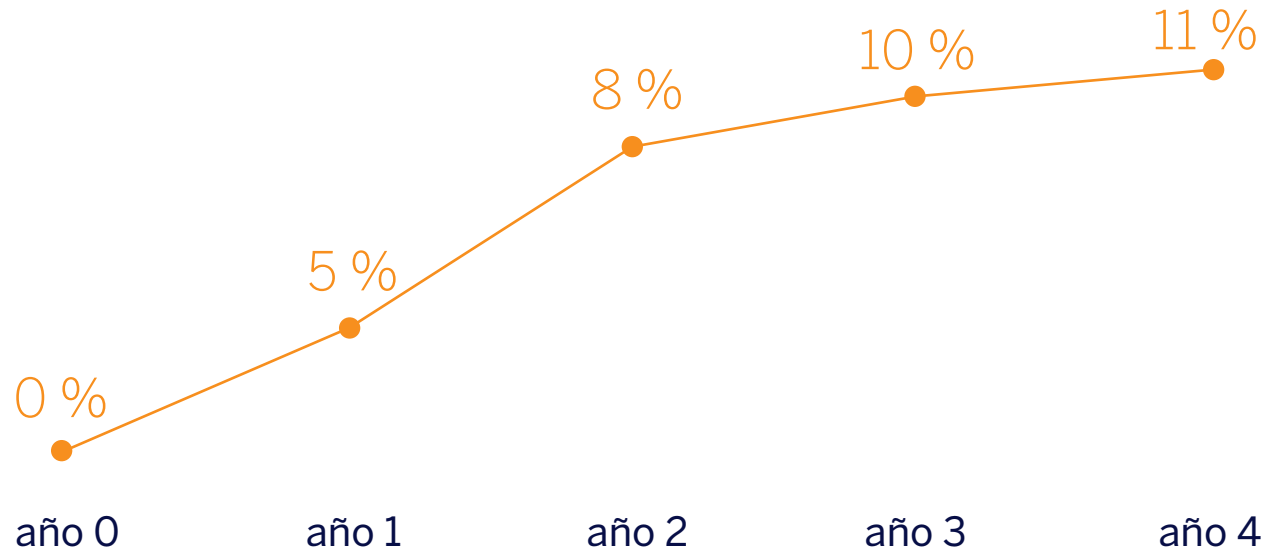
1 %

+ 4 empleados

Considera el número de empleados del negocio de los emprendedores con crédito vigente a 31.12.2025. No se realizan imputaciones de "missing".

Generación de empleo N.º 26

Total emprendedores de crédito (%)



Considera el aumento en el número de empleados del negocio sobre la situación inicial. Se muestran promedios de las cohortes (año de entrada) de 2022-2025.

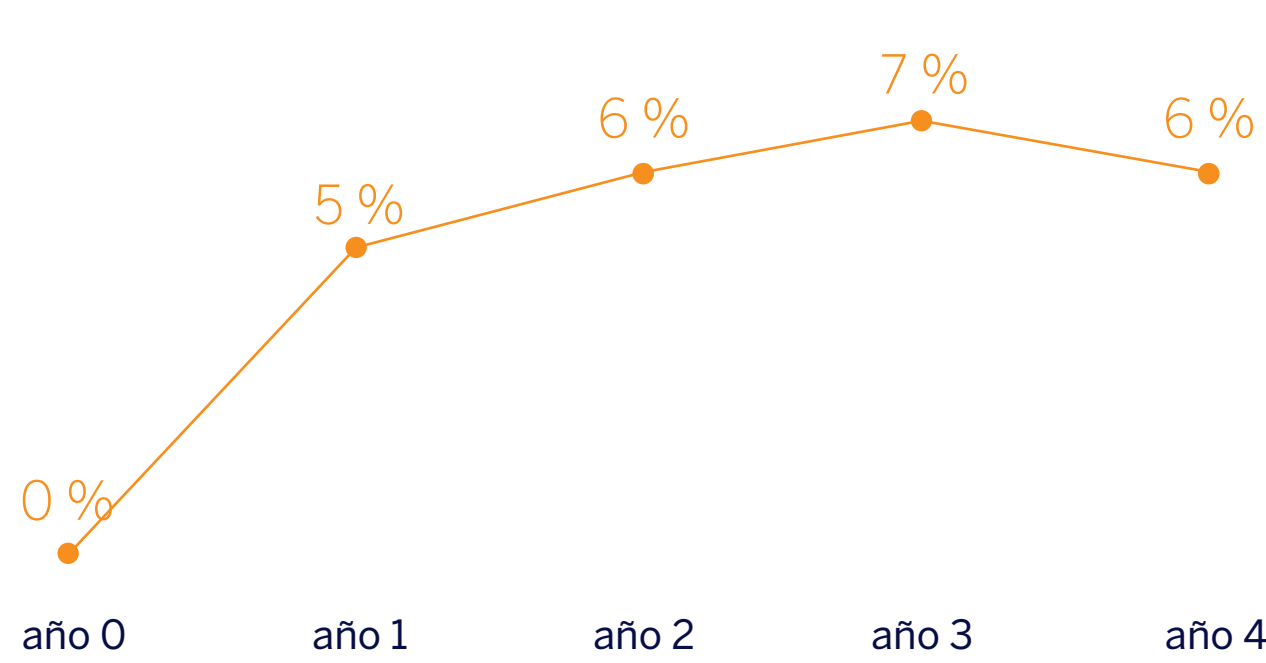
Se demuestra que el impacto no es individual sino comunitario. La estabilidad del emprendedor se extiende de una forma casi orgánica.

Bienestar: su vivienda

El progreso económico de las personas no solo tiene un impacto en aspectos como el financiero, sino que permite mejorar su régimen de vivienda, aunque éste es de menor escala y a más largo plazo.

Mejoras en la vivienda N.º 27

Total emprendedores de crédito (%)



De media, de los emprendedores que llevan en la entidad 3 años,

El 7 %

Ha logrado contar con una vivienda propia

Proporción de clientes de cada cohorte (2021-2025), vigentes a 31.12.2025, que había pasado a tener vivienda propia, frente a la alquilada previamente.



Salud financiera

En los últimos años, República Dominicana ha logrado avances significativos en materia de inclusión financiera, ampliando el acceso de la población a productos y servicios financieros formales.

De acuerdo con los datos Findex 2025, la proporción de adultos dominicanos (mayores de 15 años) con cuentas en alguna entidad financiera o cuentas móviles aumentó de un 51 % en 2021 a un 65 % en 2024, impulsada principalmente por la digitalización y el esfuerzo conjunto de las autoridades y el sistema bancario.

Este progreso constituye un paso fundamental para mejorar la gestión económica de los hogares; sin embargo, el acceso por sí solo no garantiza una situación financiera sólida ni sostenible en el tiempo.

La salud financiera va más allá de la tenencia de productos financieros y requiere considerar un conjunto más amplio de dimensiones, como la capacidad de generar ingresos de forma regular, gestionar los gastos del día a día, afrontar imprevistos, acumular ahorro y activos y planificar el futuro. Estas dimensiones resultan especialmente relevantes en contextos de mayor vulnerabilidad, donde los hogares presentan una mayor exposición a shocks económicos y un menor margen de maniobra para absorberlos sin comprometer su bienestar.

Entre los emprendedores atendidos por Banco Adopem, el 73 % de las personas afirma contar con un presupuesto anual, solo el 30 % logra cumplir sus objetivos financieros. Esta diferencia se explica, en parte, por la persistencia de la informalidad, la ocurrencia de imprevistos, una educación financiera limitada y las dificultades para utilizar adecuadamente las herramientas financieras disponibles.



La salud financiera es un elemento clave para el bienestar económico y la resiliencia de los hogares.

En este contexto, una buena salud financiera permite a los hogares gestionar mejor sus recursos, responder ante situaciones inesperadas y anticipar escenarios futuros, contribuyendo a una mejora sostenida de su bienestar económico y a una mayor resiliencia frente a riesgos. Analizar estas dimensiones de forma integrada resulta clave para identificar tanto los avances alcanzados como los principales retos que persisten.

73 %
tiene un presupuesto anual

30 %
consigue cumplir sus metas

¿Qué es la salud financiera?

- Banco Adopem define la salud financiera como la capacidad de los hogares para:
- Gestionar sus finanzas en el presente, a través de una adecuada relación entre ingresos y gastos.
 - Afrontar imprevistos, mediante mecanismos de protección que permitan absorber imprevistos económicos.
 - Anticipar situaciones futuras, a través del ahorro, la acumulación de activos y la planificación financiera.

Esta definición está alineada con la establecida en el marco del G20 y publicada por The Global Partnership for Financial Inclusion (GPFI), que define la salud financiera como:

“Un estado en el que las personas son capaces de manejar con solvencia sus necesidades y obligaciones financieras, pueden afrontar imprevistos, pueden perseguir aspiraciones, metas y aprovechar oportunidades, y se sienten seguras con respecto a su gestión financiera, teniendo en cuenta las circunstancias específicas del país.”

Esta definición fue respaldada por los Ministros de Finanzas y Gobernadores de los Bancos Centrales del G20. Las mediciones realizadas por Banco Adopem se encuentran alineadas con la nota metodológica publicada por GPFI, si bien no tienen carácter exhaustivo.

¿Cómo se mide?

En línea con el planteamiento del Grupo FMBBVA, Banco Adopem ha establecido una medición de la salud financiera basada en indicadores objetivos, que permite evaluar de forma rigurosa y comparable entre países la situación financiera de los hogares y su evolución en el tiempo. En contextos con menores niveles de digitalización, las encuestas constituyen una herramienta clave para medir la situación financiera.

Se realizó un total de 974 encuestas a través de la red de oficiales de crédito (margen de error 3% nivel de confianza 95%), utilizando una muestra representativa en perfil y cobertura nacional. Incluye exclusivamente a microemprendedores con crédito que no se encuentran en mora. La medición se estructura en torno a varios bloques que permiten capturar las principales dimensiones del bienestar financiero:

Gestión de ingresos y gastos del día a día
Capacidad de respuesta ante imprevistos
Nivel y suficiencia del ahorro y los activos
Endeudamiento y capacidad de pago
Uso de mecanismos financieros complementarios

El análisis conjunto de estos elementos permite identificar patrones de estabilidad y vulnerabilidad, así como áreas de oportunidad para reforzar el acompañamiento financiero de los hogares.

Índice de salud financiera

La salud financiera de los emprendedores ha mejorado según el indicador definido en 2024 en FMBBVA, donde el porcentaje de emprendedores que tienen un nivel expuesto o saludable aumenta un 7%.

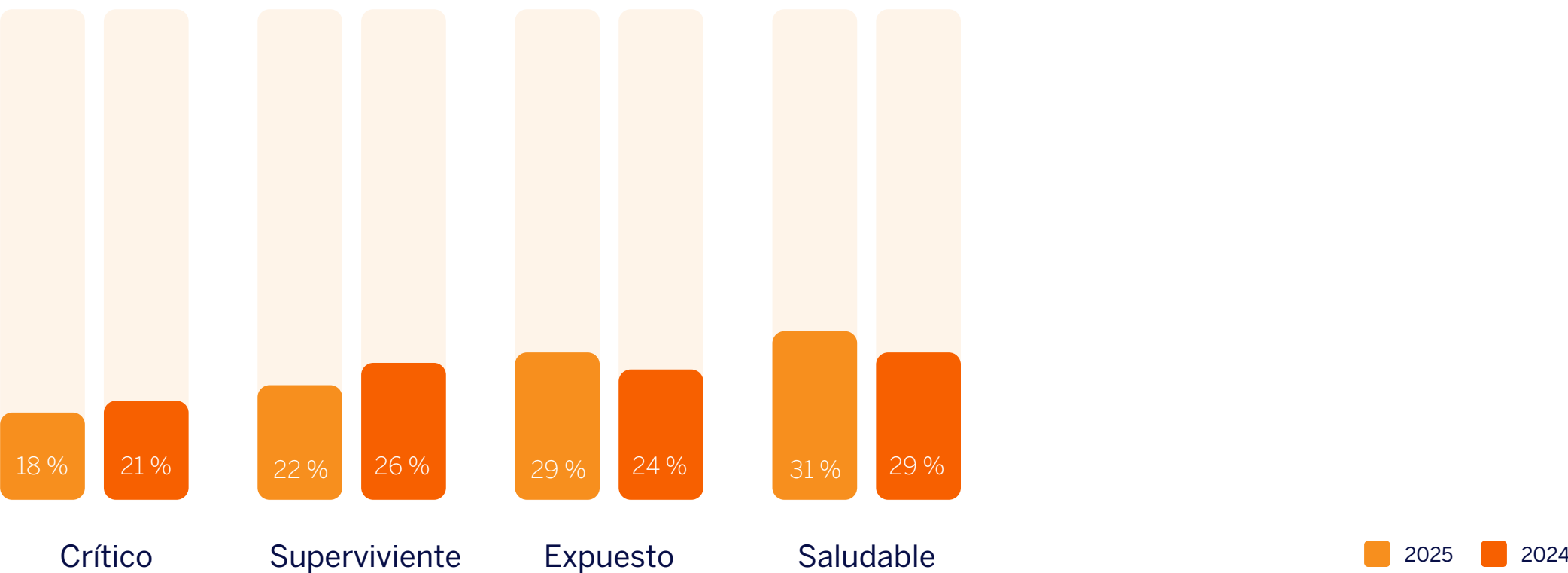
El análisis tiene en cuenta como evolución los gastos, el ahorro y los bienes comparando la situación actual con la evolución durante el último año.

- Sólo 3 de cada 10 tienen más dificultades que el año anterior para cubrir los gastos y un 15% no ha tenido dificultades. Entre los que tienen más dificultades para cubrir los gastos, predominan los que se ubican en entornos rurales.
- Hay un 9% más que en 2024 de emprendedores con ingresos estables.
- El número de emprendedores que mantienen el colchón de ahorro se incrementa un 20%. El nivel de educación condiciona esta evolución de forma directa.
- En un porcentaje similar aumentan los emprendedores que mantienen el nivel de activos del año previo.

Pese a la situación favorable en términos de bienestar financiero, todavía queda un grupo de emprendedores con una situación más precaria.

Indicador de salud financiera N.º 28

Total emprendedores encuestados (%)



Saludable	Es capaz de gestionar su día a día con solvencia/holgura, manteniendo su nivel de ahorro y activos en al menos 7 meses.
Expuesto	Es capaz de gestionar su día a día sin dificultades y mantiene un nivel de ahorro y activos de al menos 1 meses.
Superviviente/ Frágil	Es capaz de gestionar su día a día sin dificultades pero no tiene nivel de activos o lo destruye. Tiene muchas dificultades (o incluso no llega) en gestionar en día a día, independientemente de su nivel de activos (Es equivalente a o bien no tiene ahorros o bien no es capaz de gestionar su día a día).
Crítico	Tiene dificultades en gestionar el día a día y no tiene colchón o lo ha destruido.

Gestión de ingresos y gastos

La gestión de los ingresos y gastos del día a día muestra en 2025 una evolución positiva y confirma la capacidad de la mayoría de los hogares para cubrir sus necesidades básicas con estabilidad.

En comparación con 2024, se observa una mejora en la cobertura de los gastos corrientes, consolidando una tendencia favorable en la gestión financiera cotidiana. Esta capacidad aumenta con la edad, lo que sugiere que una mayor experiencia vital y financiera contribuye a una administración más eficiente de los recursos del hogar.

En términos generales, la situación es estable para la mayoría de los hogares: sólo tres de cada diez declaran tener más dificultades para cubrir sus gastos que el año anterior. Entre quienes experimentan un mayor deterioro, predominan los hogares ubicados en entornos rurales, lo que vuelve a poner de manifiesto la influencia del entorno en la capacidad de afrontar los gastos diarios.

El emprendimiento desempeña un papel relevante en la estructura de ingresos de los hogares. Para el 25% de los emprendedores, el negocio constituye la principal fuente de ingresos del hogar o aporta más del 50% del total de los ingresos, lo que refuerza la centralidad de la actividad emprendedora en la sostenibilidad económica familiar.

No obstante, esta capacidad de cobertura de gastos convive con un elevado grado de inestabilidad en los ingresos. El 49% de los emprendedores concentra la mayor parte de sus ingresos en un máximo de nueve meses al año, lo que evidencia una fuerte dependencia de ciclos irregulares de actividad. Esta inestabilidad aumenta en relación con 2025 y se manifiesta con mayor intensidad entre los emprendedores más jóvenes.

La mayoría de los hogares logra cubrir sus gastos sin un deterioro significativo respecto al año anterior, consolidando una tendencia de estabilidad en la gestión del día a día.

97 %
cubre todos
sus gastos

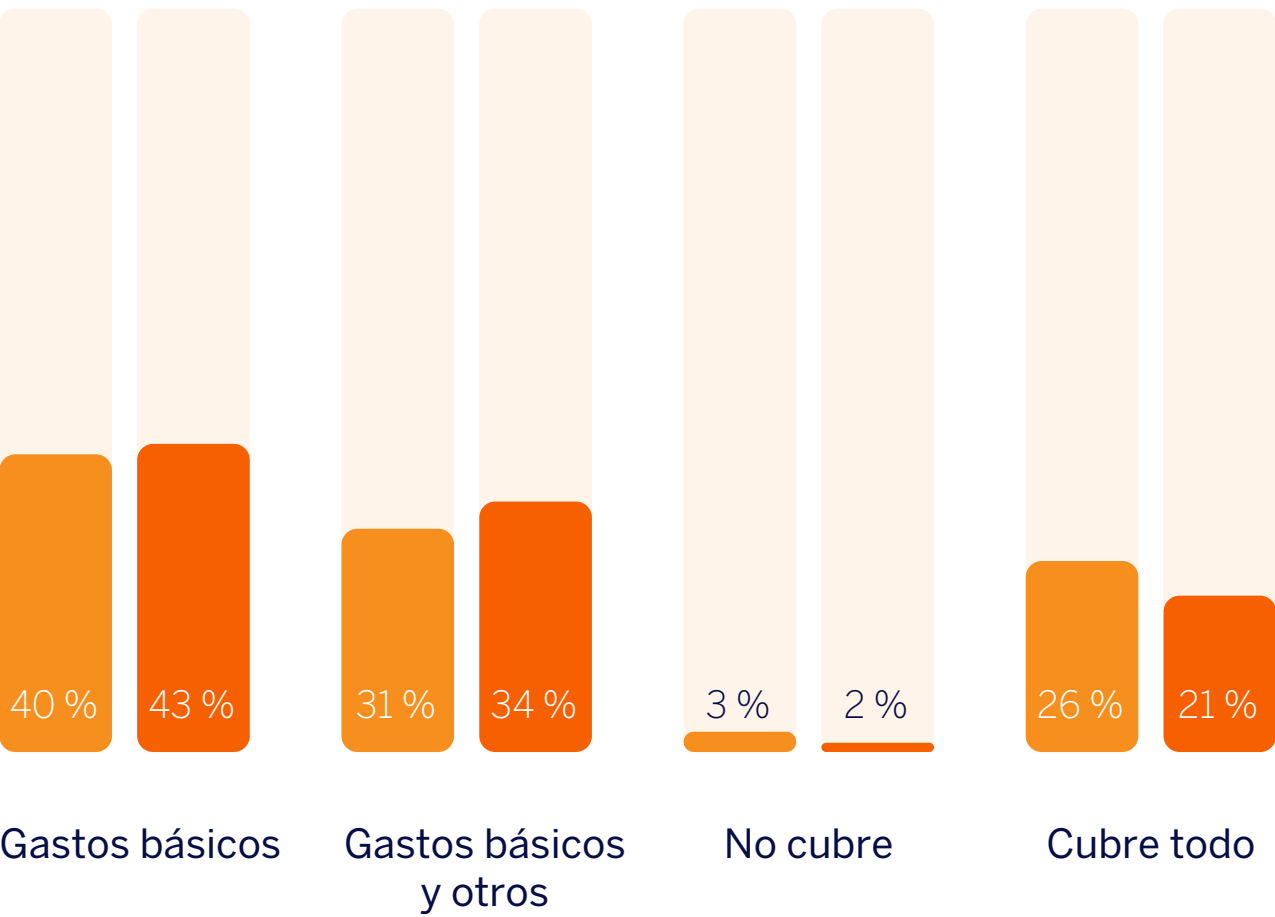
52 %
tiene más o las mismas
dificultades para cubrir gastos

49 %
tiene ingresos inestables
o muy inestables

Cobertura de gastos N.º 29

Total emprendedores encuestados (%)

97% cubre todos sus gastos

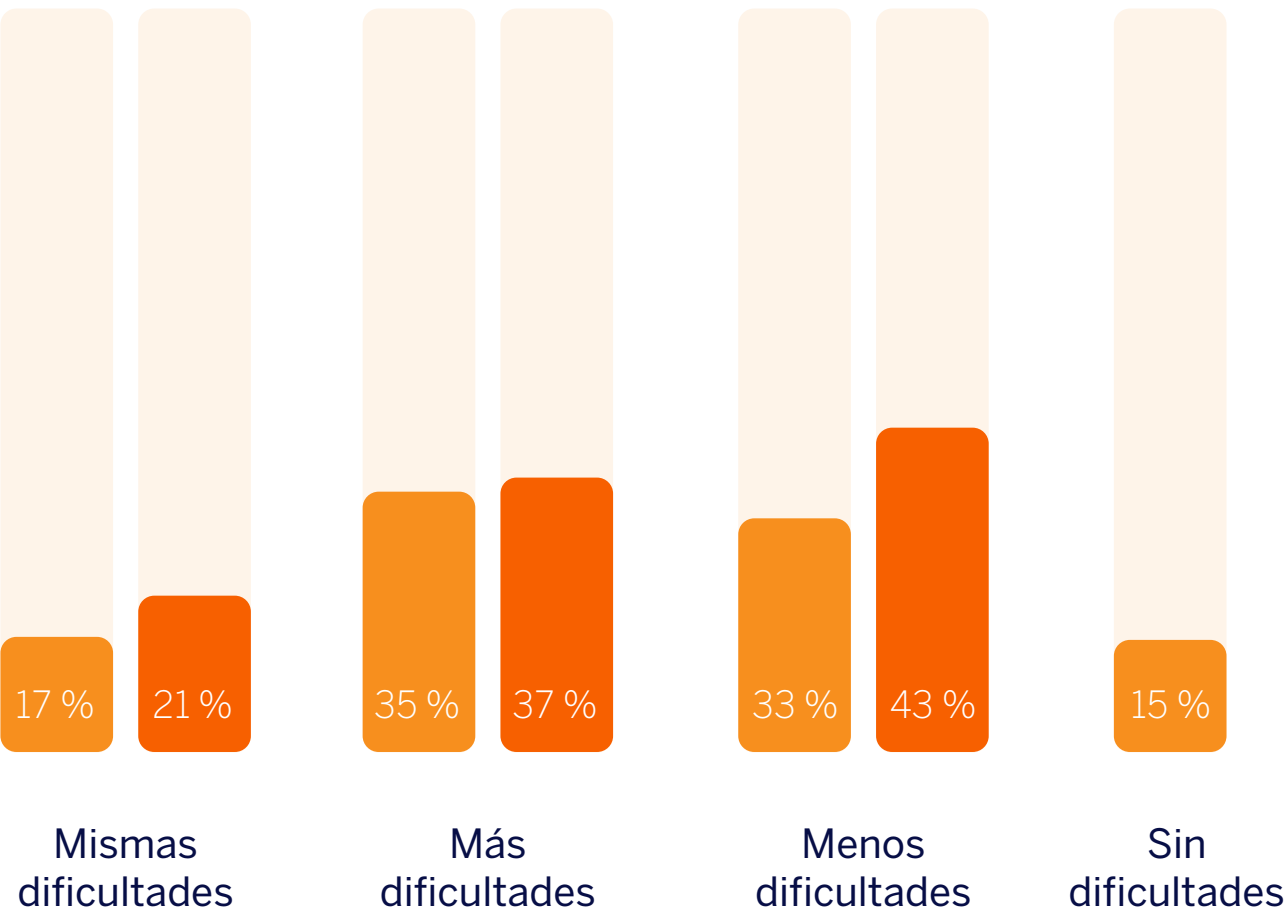


2025 2024

Evolución cobertura de gastos N.º 30

Total emprendedores encuestados (%)

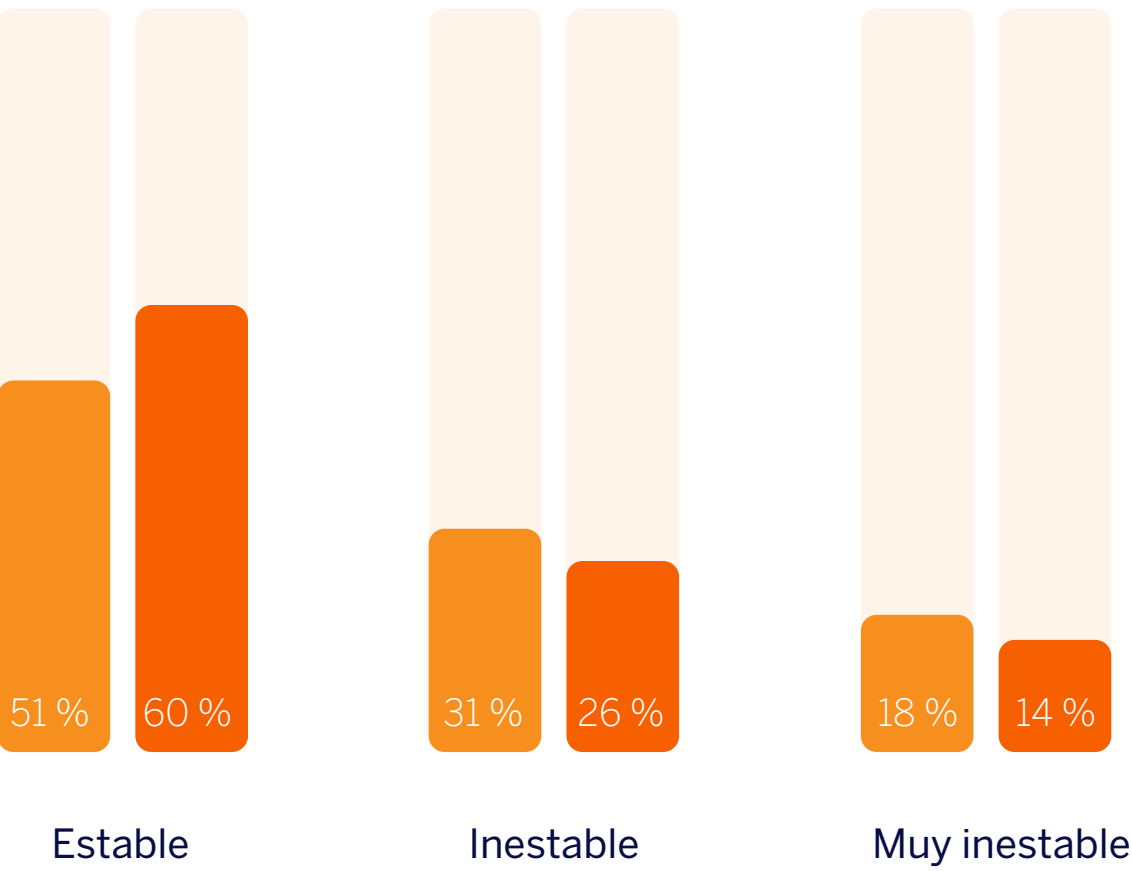
52% tiene más o las mismas dificultades para cubrir gastos



Inestabilidad de ingresos N.º 31

Total emprendedores encuestados (%)

49% tiene ingresos inestables o muy inestables



La estabilidad se define como la posibilidad de contar con ingresos todos los meses del año.
Inestables son aquellos hogares que ganan la mayor parte de ingresos en un máximo de 9 meses al año; muy inestables es un máximo de 6 meses.

Imprevistos

A pesar de estar expuestos ante eventos inesperados que pueden comprometer la estabilidad económica de los hogares, la mayoría presenta una buena capacidad de respuesta. Durante el último año, 1 de cada 2 emprendedores ha sufrido algún imprevisto económico.

Sin embargo, la mayor parte de ellos declara haberlo podido resolver con relativa facilidad, lo que indica la existencia de mecanismos de protección y respuesta que amortiguan el impacto de estos eventos.

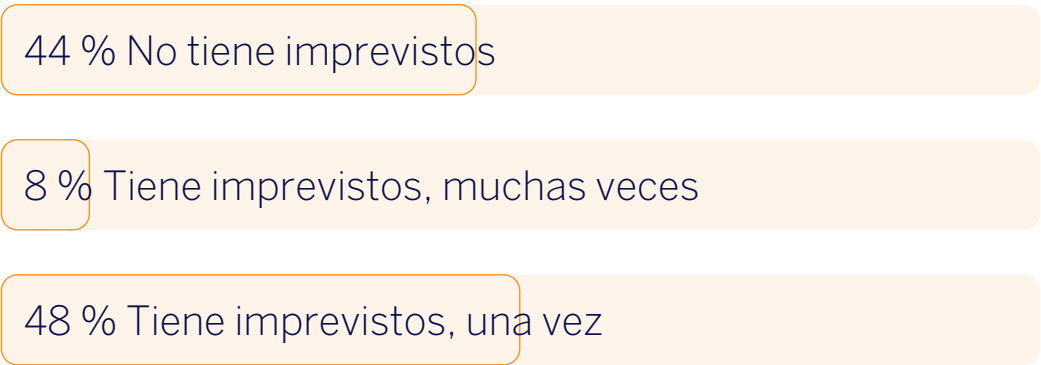
El ahorro o fondo de emergencia se consolida como el principal recurso utilizado para hacer frente a este tipo de situaciones, reforzando su papel como elemento central de la resiliencia financiera. Este patrón se mantiene respecto al ejercicio anterior y pone de manifiesto la importancia de contar con un colchón financiero mínimo para absorber shocks de corto plazo sin recurrir de forma inmediata a mecanismos que puedan generar mayor presión financiera futura.

El análisis de los hogares que no ahorran en la entidad muestra que las principales barreras continúan siendo la insuficiencia de ingresos y, en menor medida, la distancia a la sucursal, lo que evidencia la persistencia de obstáculos estructurales que limitan el acceso o el uso más intensivo de determinados productos financieros.

La resiliencia financiera se apoya en una buena gestión diaria y en la existencia de un colchón de ahorro que permita absorber impactos de corto plazo.

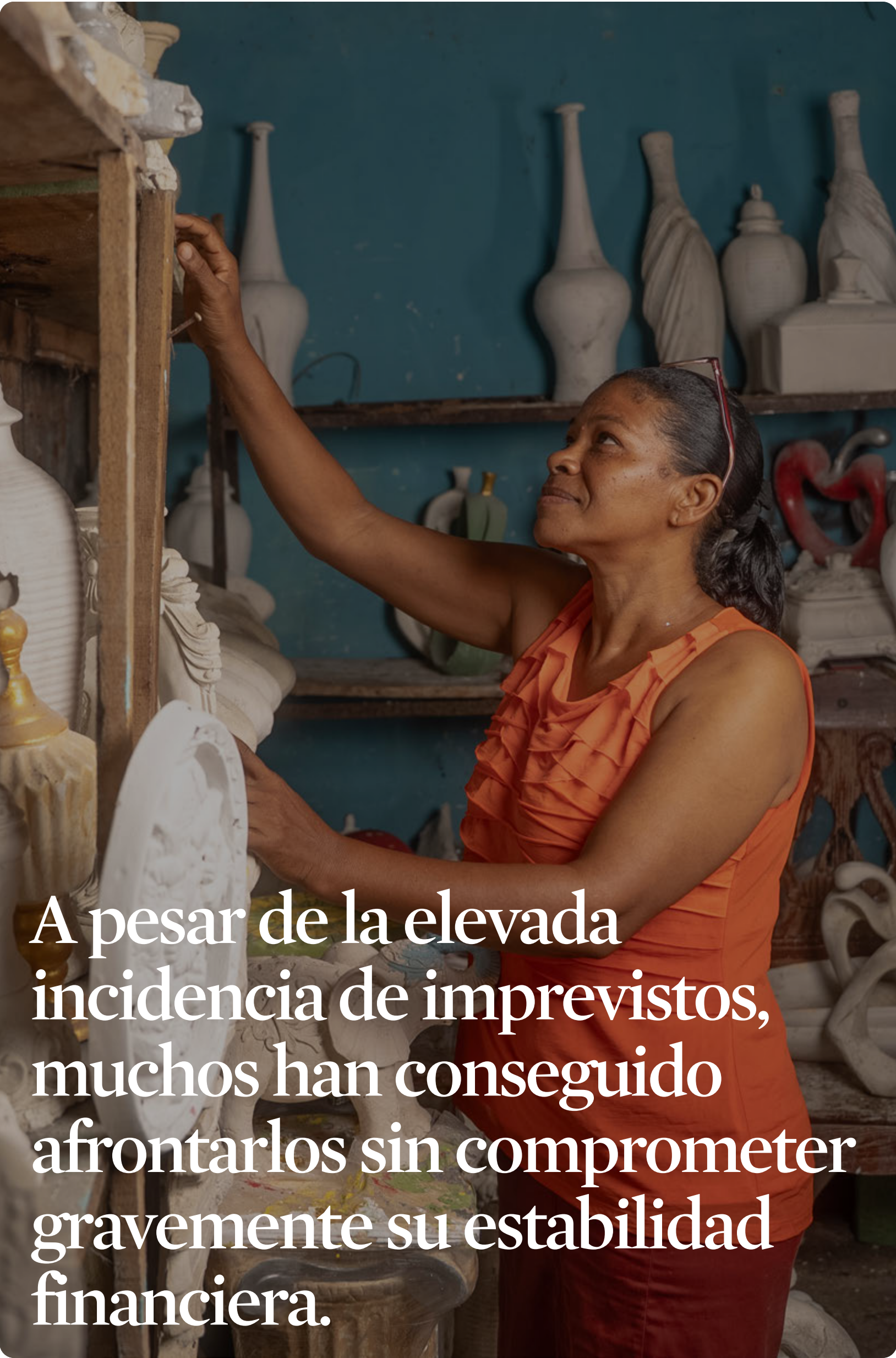
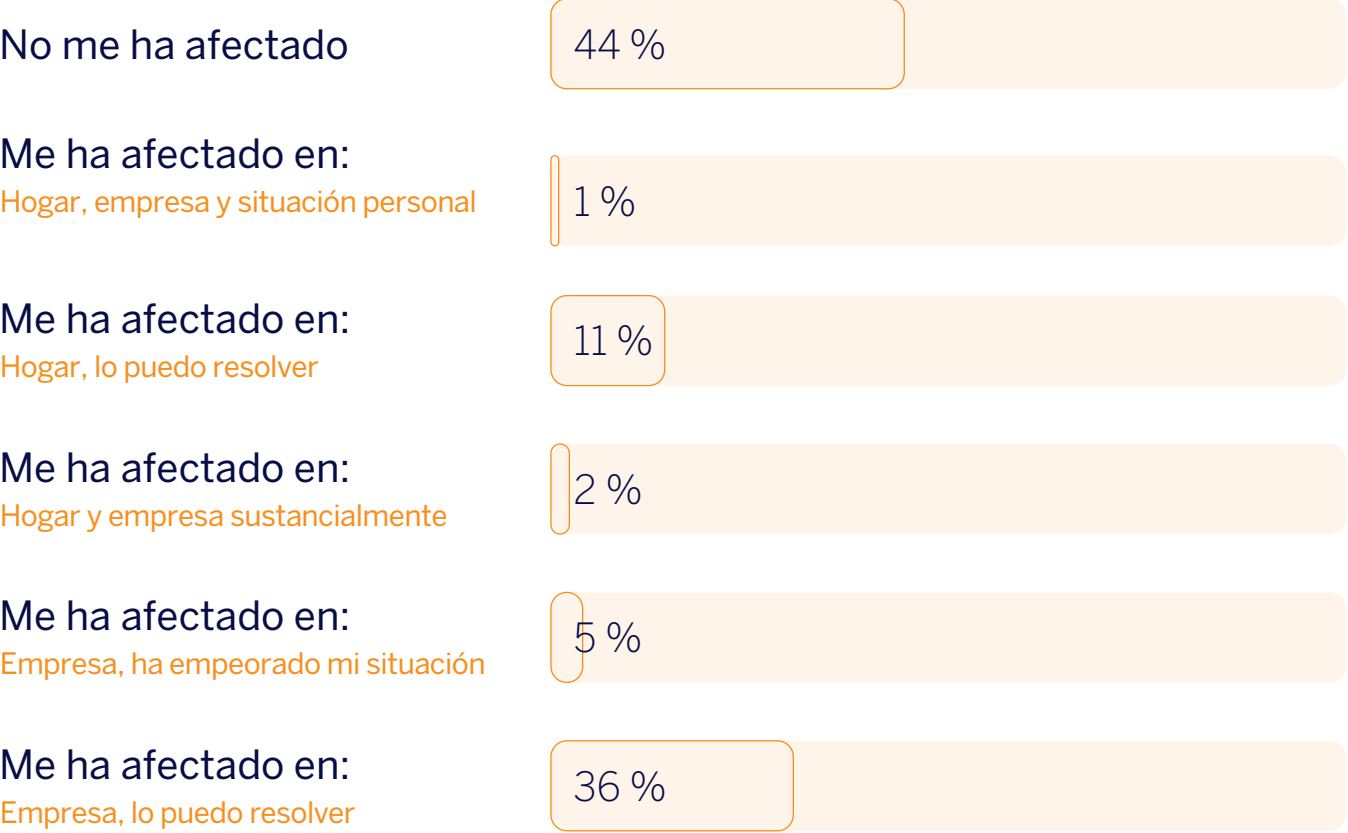
Nivel de imprevistos N.º 32

Total emprendedores encuestados (%)



Impacto de los imprevistos N.º 33

Total emprendedores encuestados (%)



Nivel de ahorro y activos

A diferencia de la gestión diaria, que responde a un flujo continuo, el ahorro y los activos representan una dimensión de acumulación que resulta clave para la resiliencia financiera.

En 2025, los resultados muestran una situación globalmente positiva en términos de ahorro. El 73% de los hogares declara contar con algún tipo de ahorro, lo que confirma una amplia adopción de esta práctica. Al analizar la evolución durante el último año, se observa que casi 8 de cada 10 ahorradores han aumentado o mantenido su colchón, evidenciando un interés sostenido por preservar o reforzar su capacidad de protección financiera.

No obstante, esta capacidad de ahorro presenta límites: solo un 26% de los hogares podría sostenerse durante más de seis meses utilizando exclusivamente sus ahorros. Pone de manifiesto que, pese a la elevada proporción de ahorradores, el volumen acumulado sigue siendo insuficiente para una parte significativa de la población ante escenarios prolongados de dificultad.

A cambio, consolidan una mayor estabilidad patrimonial: el porcentaje de hogares que mantiene su nivel de activos aumenta en 21 puntos porcentuales, consolidando sus bienes. Casi 6 de cada 10 hogares podrían cubrir más de seis meses de gastos mediante la venta de sus activos, lo que refuerza el papel de estos como mecanismo complementario de protección financiera.

De hecho los hogares tienen preferencia por la inversión y, en 2025, se invierte en mayor medida en bienes vinculados al negocio que en bienes del hogar, en contraste con el ejercicio anterior, donde la inversión en el ámbito del hogar tenía un mayor peso. Este cambio sugiere una mayor orientación hacia la generación o sostenimiento de ingresos como estrategia para reforzar la estabilidad financiera. Al igual que en 2024, el préstamo formal sigue siendo la principal herramienta para invertir.

Por otro lado, se aprecia una evolución en las fuentes complementarias: el ahorro gana protagonismo como vía de financiación frente al apoyo familiar, que el año anterior tenía un peso equivalente. Este cambio apunta a una mayor autonomía financiera de los hogares y a una utilización más estratégica de los recursos propios.



La mayoría de los hogares mantiene o incrementa su nivel de ahorro, consolidando una tendencia positiva respecto al año anterior.

De los hogares:

83 %

cuenta con algún tipo de ahorro

Esto confirma una amplia adopción de esta práctica.

Entre los ahorradores:

8/10

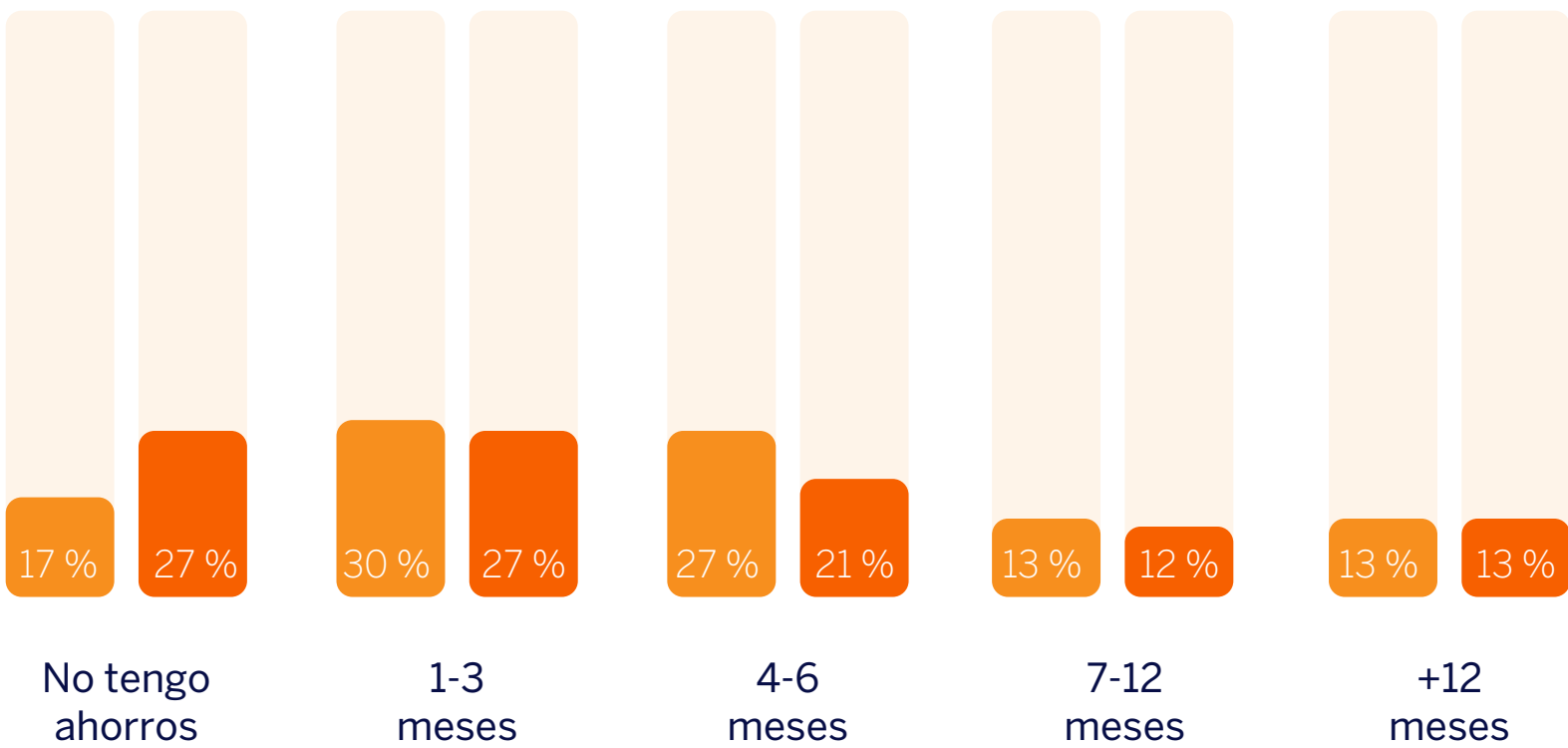
han aumentado o mantenido su colchón

Esto evidencia un interés sostenido por preservar o reforzar su capacidad de protección financiera.

Nivel de ahorro N.º 34

Total emprendedores encuestados (%)

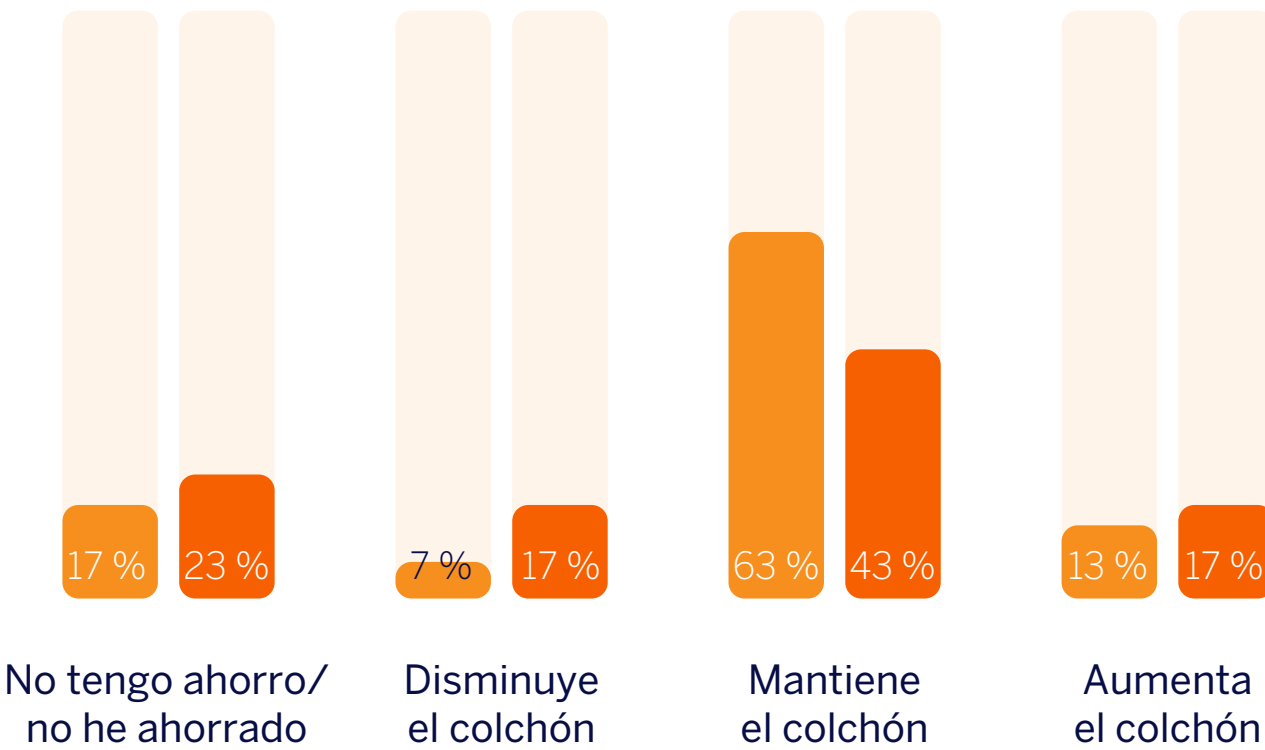
26 %
puede vivir 6
o más meses
con sus ahorros



Evolución de ahorro N.º 35

Total emprendedores encuestados (%)

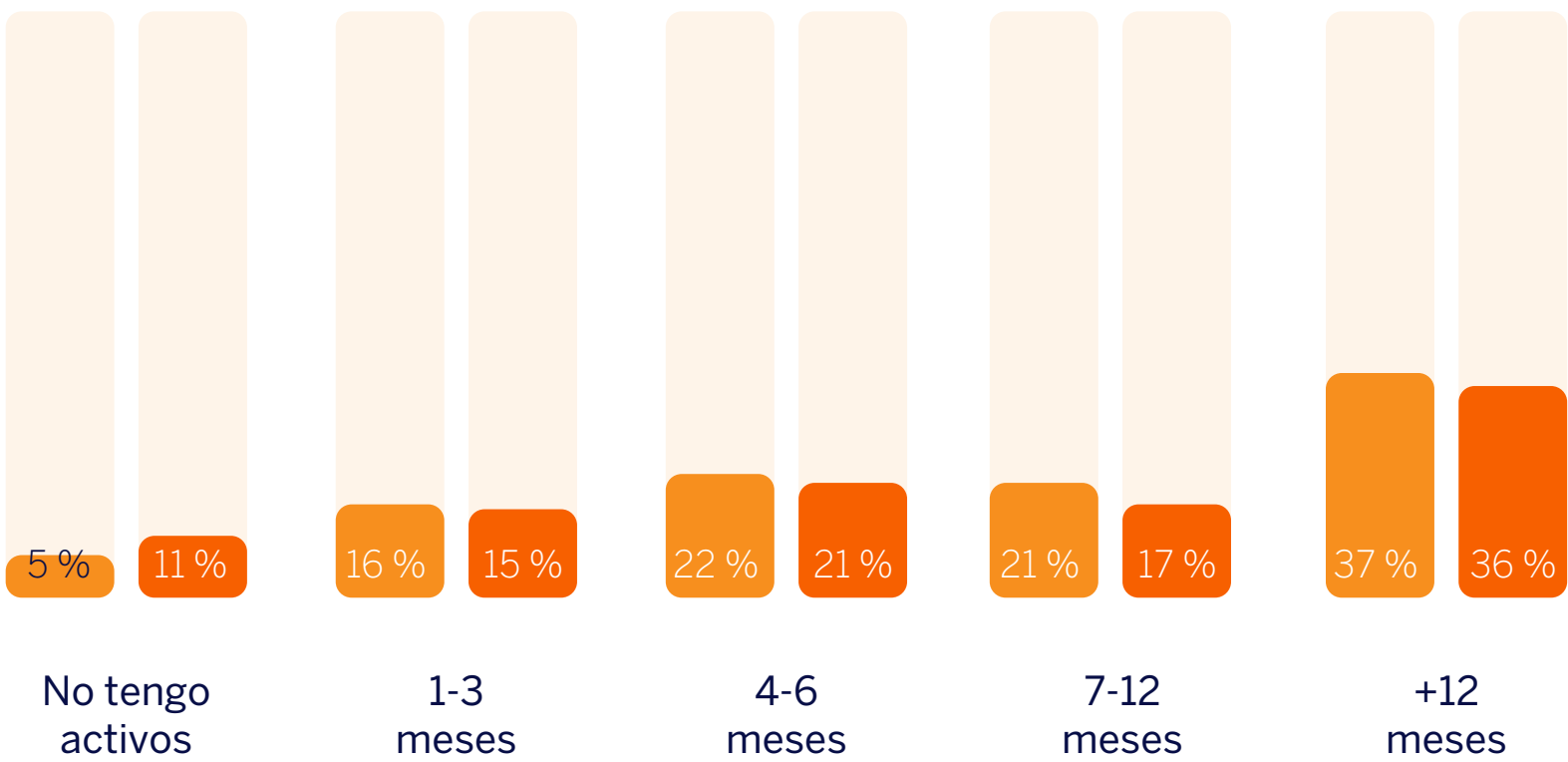
76 %
mantiene o
aumenta su
colchón



Nivel de bienes y activos N.º 36

Total emprendedores encuestados (%)

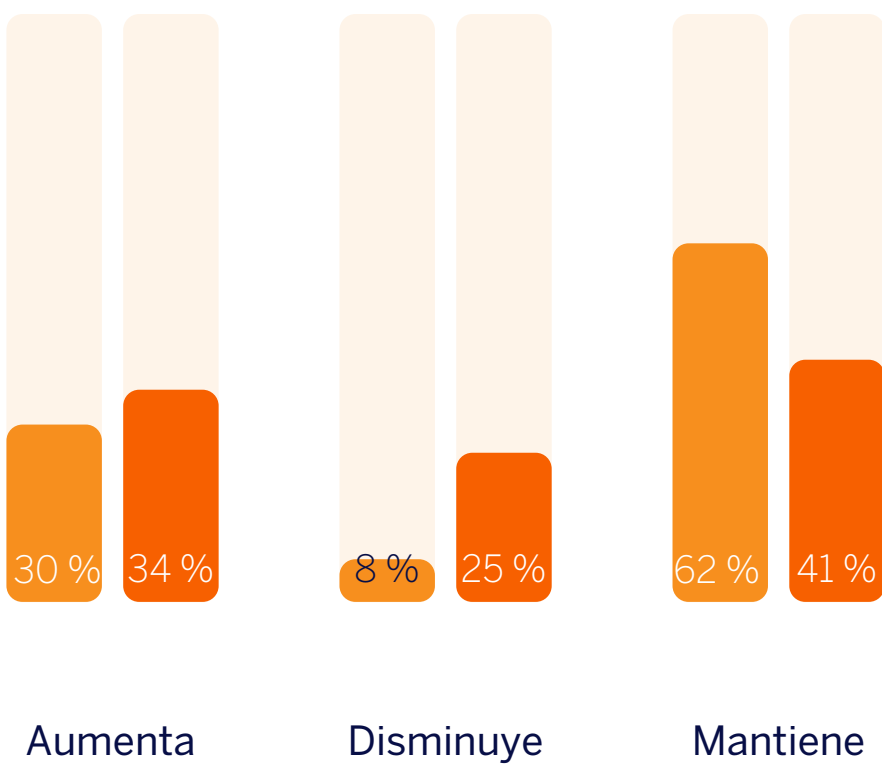
58 %
puede vivir 6
o más meses
con sus activos



Evolución de bienes y activos N.º 37

Total emprendedores encuestados (%)

92 %
aumenta o
mantiene el
nivel de activos



2025 2024

Endeudamiento

Dado que el préstamo es la principal herramienta para invertir, resulta fundamental seguir de cerca el nivel de endeudamiento de los hogares, ya que puede actuar tanto como un mecanismo de impulso económico como una fuente de presión financiera, dependiendo de su magnitud, finalidad y capacidad de repago.

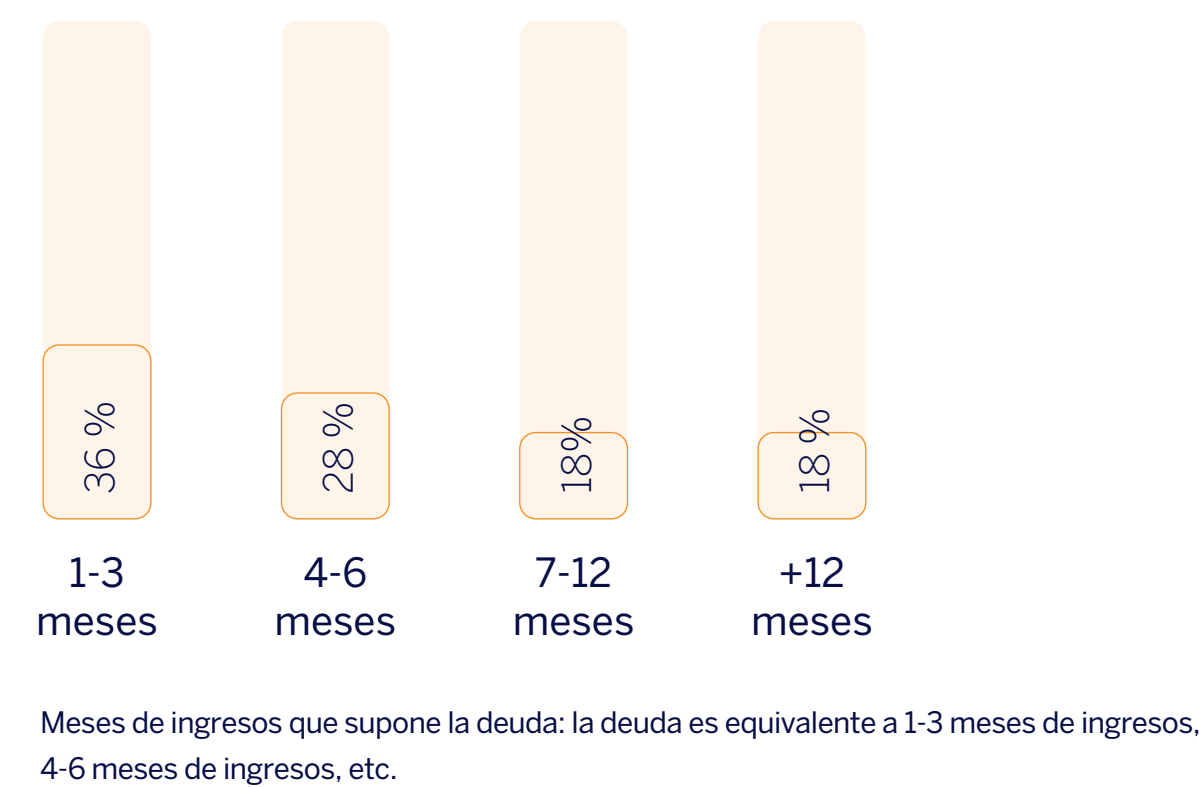
Para la mayoría de los hogares la deuda representa menos de seis meses de ingresos o ventas, lo que sugiere un nivel de endeudamiento moderado. No obstante, el impacto económico de la deuda no es homogéneo. Solo un 14% de los hogares declara que la deuda ha tenido un impacto elevado en la mejora de sus ingresos o ventas, lo que indica que, en la mayoría de los casos, la deuda cumple una función más defensiva o de sostenimiento, que de expansión económica.

Además, para 4 de cada 10 hogares el pago de las cuotas de deuda supone más del 30% de los ingresos mensuales, lo que reduce significativamente el margen disponible para cubrir gastos corrientes, ahorrar o afrontar imprevistos, incrementando su vulnerabilidad ante cualquier alteración en los ingresos.

Así, la deuda actúa, en muchos casos, como mecanismo complementario al ahorro y a los activos, especialmente cuando estos resultan insuficientes para cubrir determinadas necesidades. Sin embargo, cuando la carga financiera es elevada, la deuda puede convertirse en un factor de riesgo que erosiona la estabilidad lograda a través de una buena gestión del día a día y de la acumulación de recursos.

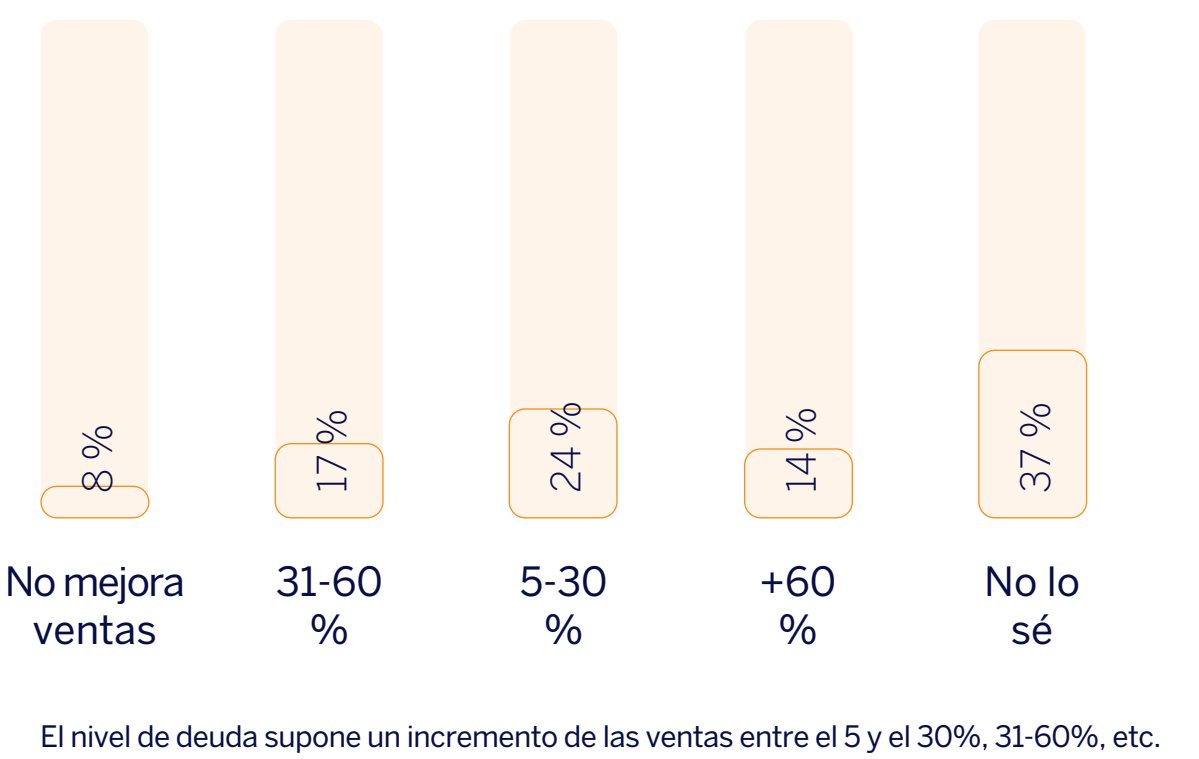
Nivel de deuda N.º 38

Total emprendedores encuestados (%)



Impacto de deuda N.º 39

Total emprendedores encuestados (%)



El endeudamiento refuerza la salud financiera cuando es compatible con la capacidad de pago; cuando no lo es, se convierte en un factor de vulnerabilidad.

Conclusión

La salud financiera de los hogares analizados en 2025 presenta una evolución favorable y consolidada respecto al ejercicio anterior, especialmente en la gestión del día a día, la resiliencia ante imprevistos y la estabilidad del ahorro y los activos.

No obstante, el análisis pone de manifiesto retos estructurales preexistentes vinculados a la inestabilidad de los ingresos, la suficiencia del ahorro y la presión financiera asociada al endeudamiento en determinados segmentos.

De hecho, los mecanismos financieros reflejan un uso que combina prudencia y adaptación. El mayor uso del ahorro como herramienta de inversión y protección refuerza la resiliencia financiera de los hogares, mientras que el recurso al préstamo formal continúa siendo clave para impulsar determinadas decisiones económicas.

En conjunto, el informe evidencia una mejora sostenida de la salud financiera, al tiempo que subraya la necesidad de seguir reforzando el acompañamiento financiero.

El préstamo formal se mantiene como el principal mecanismo para financiar inversiones, pero el ahorro se consolida como el principal mecanismo tanto para afrontar imprevistos como para complementar la financiación de inversiones.



Fermín y su compromiso con las comunidades locales

Fermín Martínez comenzó a trabajar como oficial de negocios en Banco Adopem, entidad de la Fundación Microfinanzas BBVA en República Dominicana, donde la Fundación esta presente desde el 2019. Desde el inicio, asumió proyectos retadores y centró su labor en acompañar a los microempresarios, brindándoles educación financiera y fomentando la cultura del ahorro para impulsar su crecimiento.

Descubre más historias en nuestra web

“La mayor satisfacción radica en ver a los microempresarios crecer y alcanzar sus metas.”

Desde entonces, ha consolidado su liderazgo dentro de la entidad gracias a su desempeño generando oportunidades para quienes más lo necesitan. Entre los hitos que han marcado su carrera profesional destaca su ascenso dentro de la Carrera profesional de Asesores, transitando del segmento de Microempresa hacia el de Pequeña Empresa durante su primer año en la entidad, y los reconocimientos internos por su destacado compromiso en línea con la misión y los valores de la entidad por su trabajo con los emprendedores.

La acción de Adopem

Fermín siempre ha destacado por la atención personalizada que proporciona a sus clientes. Enseña a los emprendedores contenidos formativos y herramientas adaptadas a sus necesidades para que mejoren su planificación financiera y promueve que utilicen certificados financieros como herramienta de inversión y respaldo patrimonial. Esta asesoría integral fortalece su estabilidad económica, haciendo que el crecimiento de sus pequeñas empresas sea sostenido en el tiempo.

El impacto en su vida

El progreso profesional y personal de Fermín en Banco Adopem siempre ha ido de la mano de su compromiso social, un legado que trasciende lo financiero. Su mayor satisfacción radica en ver cómo los emprendedores a los que atiende mejoran sus condiciones de vida y las de sus familias, transformando comunidades enteras en República Dominicana.



06 ESG

En Adopem estamos comprometidos con el desarrollo económico sostenible e inclusivo.

La gestión de los aspectos de la sostenibilidad constituye una de nuestras prioridades, y para ello contamos con un marco de indicadores ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza) o ESG a partir del cual se desarrolla el plan estratégico.

Este modelo está centrado en los emprendedores con los que trabaja la entidad, quienes son la esencia de nuestro propósito, y aborda la dimensión social, medioambiental y de gobierno, recogiendo entre sus principios las líneas estratégicas del Grupo FMBBVA.

La visión de sostenibilidad está basada en servir a poblaciones desatendidas en situaciones de vulnerabilidad y excluidas de sistemas básicos como el financiero. Con esta visión, se les intenta dotar de herramientas financieras y no-financieras con tal de mejorar su situación de una forma transversal, sostenida en el tiempo y reconociendo la complejidad de su entorno y los obstáculos a los que se enfrentan.

Este objetivo incluye la protección y reparación del entorno natural más allá de la mitigación de los efectos de la crisis climática y abarca a todos nuestros grupos de interés (emprendedores, empleados, proveedores). Nuestro compromiso se sella con un sólido cuerpo de gobierno en todas nuestras instituciones.

Es por tanto el marco para diseñar las iniciativas que permitirán reducir las diferencias de ingresos, las múltiples brechas sociales y, sobre todo, poner a disposición de las poblaciones vulnerables herramientas para mejorar su resiliencia financiera a medio plazo de cara a potenciar su desarrollo. Todo ello, cuidando los recursos, los colaboradores y el buen gobierno.

Nuestro modelo ESG

El modelo ESG refleja los retos a resolver de una forma integral y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030. Es decir, reconociendo las múltiples dimensiones a las que se enfrentan los emprendedores y cómo éstos están apoyados por una sólida red de colaboradores con una robusta gestión de recursos que respetan el medioambiente.

Entre los factores sociales, la Fundación no sólo aspira a mitigar los factores de exclusión financiera y social, sino, en positivo, se hace un seguimiento del desempeño de los emprendedores que sirve en su negocio, salud financiera y bienestar.

Se trata de reducir sus brechas de ingresos, de vivienda, de educación y salud para mejorar su resiliencia y, con ello, sus probabilidades de salir adelante de una forma sostenida. Incluye por tanto, la resiliencia de los más vulnerables al cambio climático, el mejorar su interacción con el medio ambiente y sus condiciones de vida.

El alcance social se refiere también a los impactos en los empleados, las condiciones para su inclusión laboral y la implementación de prácticas y estándares de trabajo seguros y generadores de bienestar.

Los factores ambientales comprenden medidas para proteger y minimizar el impacto en el entorno y los esfuerzos por conservar los recursos. Algunos ejemplos son la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, el cumplimiento de las regulaciones gubernamentales sobre contaminación, la conservación y manejo de los recursos a través de la gestión del agua y los residuos, además de las prácticas de ahorro de energía.

Más allá de la mitigación de los riesgos ambientales, es necesario anticiparse a ellos, especialmente los relacionados con el cambio climático que ponen en riesgo a las poblaciones que viven en condiciones precarias. Partiendo de la medición de vulnerabilidad climática por zonas (mapas climáticos) el objetivo es establecer un índice de vulnerabilidad climática común a todos los países.

El modelo de gobernanza del Grupo FMBBVA apuesta por el largo plazo, con altos estándares éticos, y que alinea los intereses de todos los grupos de interés involucrados.

Así mismo, la incorporación del modelo ESG en nuestras entidades debe alinearse a los estándares y regulación en materia de sostenibilidad de cada país, entendiendo la diversidad y diferentes estados de maduración en esta materia, para lograr un mayor impacto en las comunidades y satisfacer las expectativas de los grupos de interés. En particular, está alineada con los estándares GRI, SASB y TCFD, si bien al utilizar el marco ESG se ha adaptado la metodología de manera que permite la comparación en todos los países del Grupo FMBBVA.



ODS Ambiental: 7, 12, 13
ODS Social: 1, 5, 8, 10
ODS Gobernanza: 16, 17

Indicadores ESG Medioambiente

Métrica	Medidas	2023	2024	2025
Acceso a mecanismos de protección y adaptación ante los efectos del cambio climático (GRI 413: 103-1, 103-2, 103-3)				
Seguros ambientales	Nº de clientes que han contratado un producto en el año.	-	-	-
Financiación para la adaptación	Clientes vigentes	2.187	2.034	1.920
Financiación para la adaptación				
Financiación para la mitigación	Nº de clientes que han contratado un producto en el año.	2	33	321
Otros fines de sostenibilidad	Nº de clientes que han contratado un producto en el año.	0	34	799
Financiación para potenciar la economía circular	Nº de personas (clientes y no clientes) formadas en el año.	628	657	669
Gestión eficiente y sostenible de los activos naturales				
Energía consumida	Kwh	2.267.618	2.391.346	2.382.717
Agua consumida	m3	60.475	57.384	48.274
Papel	Kg	79.108	81.037	74.701
Reducción de nuestra huella de carbono				
Emisiones generadas	TnCo2	1.454	1.513	1.585
	KgCO2 / empleados	1,1	1,1	1,1
Alcance 1	TnCo2	147	130	213
Alcance 2	TnCo2	1.300	1.371	1.366
· Market-based	TnCo2	1.300	1.371	1.366
· Location-based	TnCo2	1.300	1.371	1.366
Alcance 3	TnCo2	7	12	7
· Viajes de negocio	TnCo2	7	12	7

Indicadores ESG Social | Cliente

Métrica	2023	2024	2025
Foco en personas pobres, vulnerables, excluidas y con carencias multidimensionales			
Cientes totales	476.133	509.848	545.640
Cientes con crédito	168.194	175.283	180.289
Pobres económicamente	22 %	19 %	16 %
Vulnerables económicamente	85 %	82 %	74 %
Mujeres	65 %	65 %	65 %
Rurales	42 %	41 %	42 %
Con niveles de educación bajos	43 %	42 %	41 %
Migrantes o desplazados	-	-	-
Cientes en pobreza multidimensional	-	8 %	14 %
Exclusivos	50 %	50 %	50 %
Clientes nuevos			
Cientes de crédito nuevos	35.676	38.298	37.174
Vulnerabilidad	91 %	87 %	80 %
Pobreza	31 %	27 %	23 %
Rural	41 %	39 %	42 %
Ed.Primaria a lo sumo	50 %	50 %	49 %
Impulso en el desarrollo de negocio de nuestros emprendedores			
Cientes que salen de la pobreza	52 %	58 %	63 %
Cientes que mejoran la renta	55 %	60 %	63 %
Cientes con 3 o + ciclos de crédito	67 %	65 %	64 %

Indicadores ESG Social | Cliente

Métrica	2023	2024	2025
Fortalecimiento de su salud financiera			
Bancarizados (por 1ª vez en sist.financiero)	66 %	64 %	67 %
Cientes con productos de depósitos (vista y no vista)	476.039	509.793	545.606
Cientes ahorradores	27.643	26.006	24.929
Nº asistencias a acciones formativas	47.010	46.242	14.124
Cientes con 3 o más productos	10,4%	11,3%	12,2%
Personas con seguros de vida	55.420	64.098	75.321
Incremento del bienestar de nuestros clientes y sus familias			
Cientes con prod. de vivienda	9.461	8.729	7.693
Cientes con prod. de saneamiento	-	-	-
Cientes con créditos educativos	186	320	424
Personas con cobertura de salud	-	-	-
Cientes que generan empleo	19 %	19 %	19 %
Becas entregadas a hijos de clientes	-	-	-

Indicadores ESG Social | Cliente

Métrica	2023	2024	2025
Contribución al empoderamiento de la mujer para la reducción de la brecha de género			
Mujeres	65 %	65 %	65 %
Mujeres nuevas	20.776	22.518	21.720
Situación de pobreza	33 %	28 %	24 %
Productos específicos (crédito y seguros)	0,2%	0,2%	0,3%
Capacitación e integración en el mundo digital			
Personas dotadas de acceso a internet por el Grupo FMBBVA	-	-	-
Usuarios activos en nuestra App y/o oficina virtual	8.491	6.770	14.225
Personas formadas en habilidades digitales	19.395	26.871	35.641
Usuarios digitales acumulados	2.552	1.993	5.646
Otros KPIs			

Personas dotadas de acceso a internet por el Grupo FMBBVA

Para velar por la privacidad y la protección de los datos personales, la entidad ha adoptado una política de protección de datos alineado con las previsiones establecidas en la normativa aplicable

Indicadores ESG Social | Empleado

Métrica	Medidas	2023	2024	2025
Respeto por la diversidad, equidad e inclusión				
Empleados		1.345	1.400	1.441
Rotación	% del total de FTEs	17,0%	19,4%	19,3%
Mujeres	% del total de FTEs	42 %	42 %	58 %
Edad		33	32	33
< 30 años	% del total de FTEs	44 %	42 %	40 %
Entre 30 y 50 años	% del total de FTEs	52 %	53 %	55 %
> 50 años	% del total de FTEs	5 %	5 %	5 %
Nacionalidades	Nº de nacionalidades	4	3	2
Directivos	% del total de FTEs	2 %	2 %	2 %
· Mujeres directivas	% del total de FTEs directivos	48 %	50 %	48 %
No directivos	% del total de FTEs	98 %	99 %	99 %
· Mujeres no directivas	% del total de FTEs no directivos	41 %	42 %	52,4%%

Indicadores ESG Social | Empleado

Métrica	Medidas	2023	2024	2025
Captación, desarrollo y retención del talento				
Nuevos empleados	% del total de FTEs	16,86 %	18,64 %	16,97 %
Nuevos empleados juvenes	% del total de nuevos empleados	78 %	77 %	63 %
Bajas empleados voluntarias	% del total de FTEs	9 %	8 %	11 %
Entre 0 y 3 años	% del total de bajas voluntarias	-	-	-
> 3 años	% del total de bajas voluntarias	-	-	-
Antigüedad media	Nº medio de años	6	6	5
Formación a empleados	% del total de FTEs	-	-	-
	Horas de formación / FTE	-	-	-
Promociones	FTEs promocionados / Total FTEs	-	-	-
Me				
Beneficios Sociales (gasto)	Gasto destinado a beneficios de empleados y sus familias	0,05 %	0,10 %	0,06 %
Personas que perciben los beneficios		1.376	1.427	1.466
Beneficios a empleados y sus familias		Gratificación por Aniversario, Pago Incentivos mensuales, Bono por Jerarquía, Bono Vacacional, Bono por Antigüedad, Regalía Gravada, Otros beneficios monetarios (DOR, Asignación de Vehículos, Premios Empleados Destacados, Incentivo por Marbetes, Incentivos Trimestrales y Gratificación Día Secretarias), Seguro de vida. Seguro Familiar de Salud, Fondo de Pensiones, Instituto de Fromación Técnico Profesional y Riesgos Laborales. Herramientas de trabajo: combustible, flota (celular corporativo) y uniforme.		
Libertad de asociación y representación		La libertad de organización está garantizada, empero, en FC no contamos con Sindicato.		
Gestión de riesgos salud y seguridad laboral		Programa Anual de SST referido a: Cumplimiento de actualización y desarrollo de documentación normativa en el SGSST, Vigilancia médico ocupacional en los trabajadores, Seguimiento de enfermedades crónicas, seguimiento y control de gestantes colaboradoras, gestión en prevención y manejo de incidentes y accidentes laborales. Desarrollo del programa de Capacitaciones en SST según exigencia normativa, Soporte y cumplimiento de requerimiento del Comité de SST, entre otros.		

Indicadores ESG Gobierno

Métrica	Medidas	2023	2024	2025
Propósito de un cuerpo de gobierno independiente, equitativo y diverso				
Composición del Cuerpo de Gobierno	Nº total de miembros	8	8	8
	% de mujeres	38 %	38 %	38 %
	% consejeros independientes	63 %	63 %	50 %
	Edad (por rango)			
	<50 años	0 %	0 %	0 %
	Entre 50 y 60 años	38 %	38 %	38 %
	>60 años	62 %	62 %	62 %
	Nº medio de años en el Consejo	9	10	8
	Nº total nacionalidades	2	2	3
Competencias y experiencia del Cuerpo de gobierno	Administración y alta dirección	100 %	100 %	100 %
	Finanzas y riesgos	75 %	75 %	88 %
	Sector microfinanciero	88 %	88 %	88 %
	Gestión del talento	38 %	38 %	38 %
	Tecnología y Procesos	13 %	13 %	25 %
	Desarrollo	25 %	25 %	25 %
Compromiso de tiempo y dedicación	% de asistencia a órganos de gobierno	95 %	97 %	98 %
Políticas de remuneración	USD por asistencia a Patronatos / Consejo	1.500	1.500	1.500
	USD por asistencia Comités	750	750	750
Independencia de Comités	% Comités presididos por independientes	100 %	100 %	100 %
Separación de poderes	[Cualitativa]	La presidencia del consejo de administración y la presidencia de la entidad no recaen sobre la misma persona, delimitándose claramente las competencias de cada uno de ellos para asegurar la adecuada toma de decisiones		
Autoevaluación	% cumplimiento del plan de actuación de Consejeros	100 %	100 %	100 %

Indicadores ESG Gobierno

Métrica	Medidas	2023	2024	2025
Compromiso con los estándares de ética y cumplimiento				
Memoria de actividad anual	[Cualitativa]	Al finalizar cada ejercicio, la entidad elabora una memoria de la actividad del consejo y una autoevaluación de sus órganos de gobierno y de sus consejeros individualmente, para conocer su desempeño e identificar las fortalezas y áres de oportunidad, así como para la mejora continua del ejercicio de sus funciones.		
Código de gobierno corporativo	[Cualitativa]	La entidad cuenta con un código de gobierno corporativo donde se recogen los más altos estándares y principios de buena gobernanza.		
Código de conducta	[Cualitativa]	El Grupo FMBBVA cuenta con un código de conducta que establece, los lineamientos de comportamiento de sus integrantes para ajustarlos a los valores del grupo.		
	% de empleados que han aceptado el código de conducta	100 %	100 %	100 %
Políticas Anticorrupción	[Cualitativa]	El Grupo FMBBVA cuenta con políticas anticorrupción, para combatir cualquier forma de esta, en todas las actividades que desarrolla.		
	% de empleados que han completado la formación anticorrupción	100 %	100 %	100 %
Existencia de un Canal activo de denuncias sobre el CdC	[Cualitativa]	El Canal de Actitud Responsable está disponible para que cualquier persona acceda a él para comunicar o consultar situaciones que puedan ir en contra del Código de Conducta dentro de las actividades desarrolladas por las entidades que forman parte del Grupo FMBBVA. Los dos principios que rigen el Canal son el de Confidencialidad de la información y protección al informante que actúa de buena fe.		
CdC - infracciones por categoria (sobre el total de infracciones al CdC)	Cliente	6,3%	10,5%	7,3%
	Colaboradores	2,1%	10,5%	5,5%
	Entidad	91,7%	76,3%	87,3%
	Sociedad	0,0%	2,6%	0,0%
Uso del canal	Dato Cuantitativo	7,0%	5,3%	3,8%
Reconocido el respeto a los Derechos Humanos en el Código de Conducta del Grupo y de la entidad	[Cualitativa]	El respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos fundamentales constituye un elemento esencial de la conducta del Grupo FMBBVA. El Grupo FMBBVA, promueve la aplicación y el respeto a los derechos humanos, conforme a los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y de otros convenios y tratados de organismos internacionales que promueven los Derechos Humanos.		
Plan de sucesión para Consejo y Alta Gerencia		La entidad cuenta con un plan de sucesión para consejeros y miembros de la alta gerencia, para garantizar una adecuada transición en el liderazgo y la continuidad del negocio		

Indicadores ESG Gobierno

Métrica	Medidas	2023	2024	2025
Gestión integral de riesgos				
Sistema de Gestión de Riesgos	[Cualitativa]	Banco ADOPEM cuenta con el Comité de Gestión Integral de Riesgos, que tiene un carácter regulatorio, creado para apoyar al Consejo en el diseño de las políticas, sistemas, metodologías, modelos y procedimientos para la gestión integral de los riesgos de la entidad, así como para tratar los temas de riesgos y liquidez de mercado.		
Control Interno	[Cualitativa]	-		
Protección al cliente				
Reclamaciones de clientes	% Tasa de reclamos (sobre total clientes)	0,02 %	0,04 %	0,06 %
	Gestion del reclamo en la atención al cliente en número de días (media)	12	15	12
	Número de Quejas y Reclamaciones	106	194	778

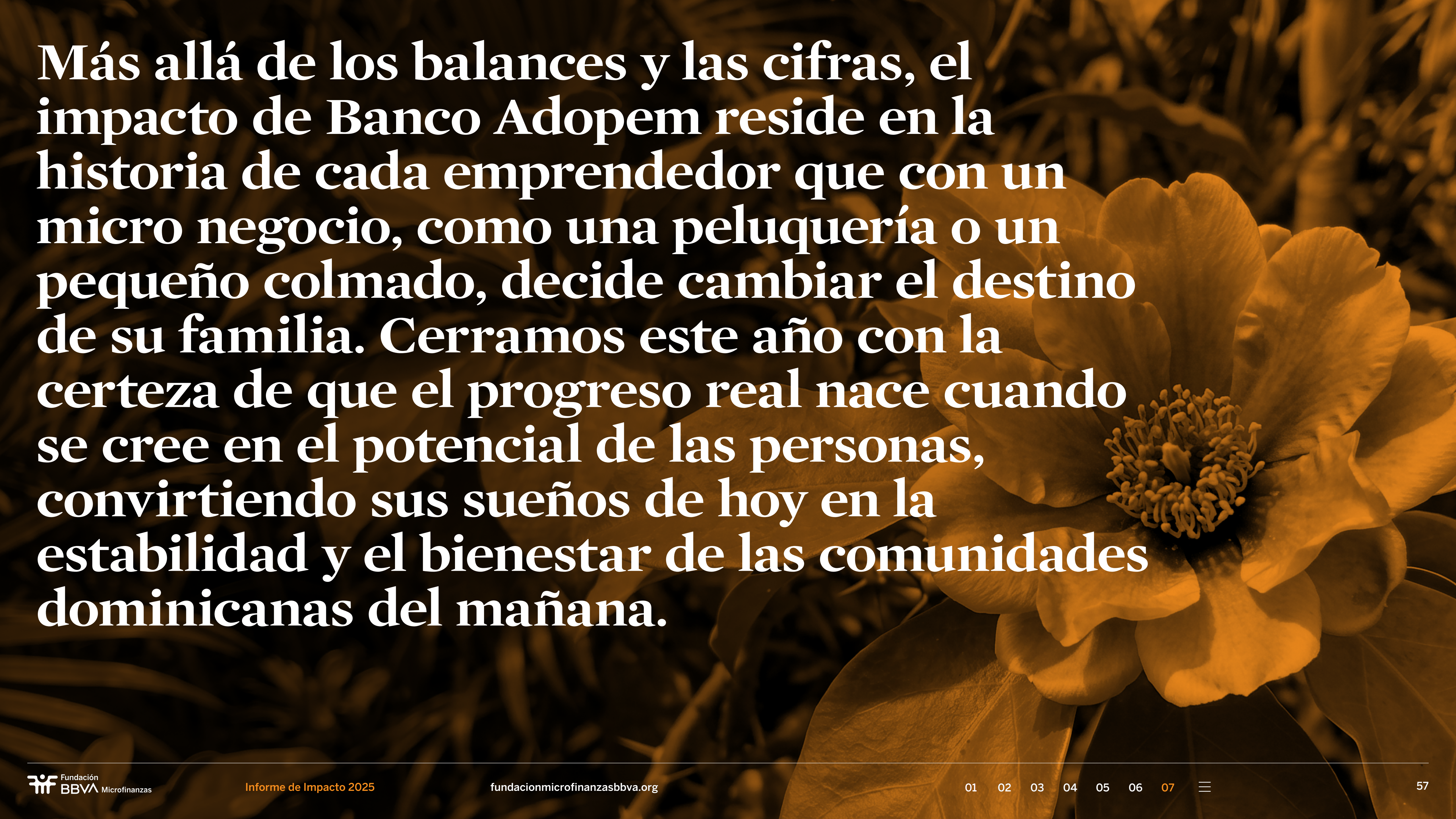


07

Futuro: Nuestra hoja de ruta para República Dominicana en 2026

En 2026, Banco Adopem consolidará un modelo de inclusión donde la salud financiera es el primer paso de cara al progreso multidimensional de cada hogar.

La hoja de ruta se centrará en potenciar la digitalización y la educación financiera como herramientas clave para que los emprendedores estabilicen sus rentas y logren una salud financiera sólida frente a la volatilidad del entorno. Más adelante, se evaluará la posibilidad de cerrar brechas estructurales en vivienda y educación, utilizando la investigación aplicada para diseñar soluciones que maximicen un progreso integral. Nuestro propósito es transformar el conocimiento en acciones precisas que fortalezcan la resiliencia de las comunidades dominicanas.



Más allá de los balances y las cifras, el impacto de Banco Adopem reside en la historia de cada emprendedor que con un micro negocio, como una peluquería o un pequeño colmado, decide cambiar el destino de su familia. Cerramos este año con la certeza de que el progreso real nace cuando se cree en el potencial de las personas, convirtiendo sus sueños de hoy en la estabilidad y el bienestar de las comunidades dominicanas del mañana.

