

Tabel 3: Pregătirea pentru TOT

ITEM	TIMP
Logistica si selectarea locatiei	2 zile
Traducerea materialelor de training	5 zile
Adaptarea materialelor de training la contextul din Romania	7 zile
Promovarea proiectului catre potentialii parteneri	5 zile
Pregătirea materialelor pentru workshop	3 zile

din acest timp ar trebui perceput ca un cost platit o singura data in special cel referitor la traducerea si adaptarea materialelor, astfel ca derularea unui viitor TOT (de catre Vitas sau alta organizatie de dezvoltare) ar putea fi realizat in jumatate din timp.

Formarea formatorilor (TOT)

Evenimentul de formare a formatorilor a dezvoltat ofiterilor de credite expertiza si abilitatile necesare pentru instruirea/consilierea imediata a clientilor

CASETA 2: AGENDA SESIUNII DE FORMARE A FORMATORILOR (TOT)

Ziua 1: Principiile invatarii in randul adultilor, context pentru educatie financiara

Ziua 2: Decizii corecte de imprumut, tipuri de credite, dobanzi, capacitatea indatorarii, delicventa

Ziua 3: Implicatiile unui credit restant, managementul eficient al datoriilor, revizuirea modulului de "Managementul datoriilor"

Ziua 4: Consiliere individuala (utilizand modelul AMELA)

Ziua 5: Monitorizarea si evaluarea proiectului, servicii de educatie financiara de marketing

in probleme de educatie financiara. (Vezi Caseta 2 pentru o prezentare generala a agendei).

Important de retinut este faptul ca, Formarea Formatorilor (TOT) oferita de MFC abordeaza metoda "invatarea prin practica" — deruland sesiuni de training si consiliere in timp real pentru a permite ofiterilor de credit sa se familiarizeze cu continutul si sa isi exerseze tehnica de facilitare.

Odata cu incheierea formarii formatorilor (TOT), nivelul de resurse necesare pentru livrarea educatiei financiare poate varia, in functie de modalitatea de abordare. (Vezi Caseta 3 pentru costurile indicative)

BOX 3: RESURSELE NECESARE PENTRU LIVRAREA EDUCATIEI FINANCIARE

Formarea Formatorilor:

Pregatire: 4 zile (logistica si materiale)

Derulare: 4-5 zile, depinde de nivelul de experienta al organizatiei

Scop: Formarea a 20 formatori/consilieri

Sesiuni de training pentru clienti:

Pregatire: 1 zi

Derulare: 4.5 ore (o serie de sesiuni scurte daca este nevoie)

Scop: consilierea unui grup de 10-20 clienti

Cost: €25 per client, incluzand materialele si racoritoarele

Consiliere individuala a clientilor:

Pregatire: 10 minute per sesiune

Derulare: 40 minute din timpul personalului si al clientului

Cost: Timpul personalului, printarea materialelor cu exercitii

SFATURI PENTRU ALTE ORGANIZATII

Bazandu-se pe experienta lor, partenerii de proiect ofera cateva sfaturi utile pentru alte organizatii de dezvoltare

- Formatorii trebuie sa exerseze comunicarea catre client a unor concepte complicate intr-un limbaj cat mai simplu si mai clar. Pentru a putea sustine aceste sesiuni, formatorii trebuie sa stapaneasca arta de a vorbi in public.

- Ideile cheie trebuie sustinute prin exemple practice, concrete;
- In sesiunile de training, incercati sa reuniti clienti care au caracteristici similare (varsta, tipul afacerii, etc.) pentru a va asigura ca discutia se va forma in jurul unor experiente comune.

ECONIMISIRE PRIN EDUCATIE FINANCIARA IN ROMANIA

Microfinance Centre

www.mfc.org.pl

Noiembrie 2013

INTRODUCERE

La inceputul lunii Ianuarie- 2012, Microfinance Centre¹, in parteneriat cu Vitas (fosta Express Finance), au lansat un proiect cu o durata de 6 luni pentru imbunatatirea capacitatii financiare a persoanelor cu venituri mici din Romania.

In ciuda unui ritm de crestere alert datorat tranzitiei la o economie de piata², capacitatea financiara individuala din Romania ramane totusi la un nivel destul de scazut. Lipsa de acces la capital cumulata cu lipsa unei educatii financiare publice a condus la imposibilitatea populatiei de a dezvolta abilitatile necesare pentru a lua decizii eficiente si in cunostiinta de cauza cu privire la finantele lor. Acest decalaj a devenit deosebit de important in ultimul deceniu, pe masura ce pietele financiare au devenit mai complexe si surse ieftine de creditare nu doar ca au devenit mai disponibile, ci chiar comercializate in mod agresiv. Ca urmare, Romania este in prezent una dintre tarile cu o rata mare a creditelor neperformante din cadrul Uniunii Europene.

In acest context, Microfinance Centre (MFC) a creat si a sustinut o initiativa pentru dezvoltarea capacitatii institutiilor de microfinantare din Romania (MFIs) de a dezvolta la randul lor abilitati de management financiar persoanelor cu venituri mici. Programul s-a bazat pe doua din curricula de baza ale MFC:³

- **Managementul datoriilor:** Ajutarea clientilor cu venituri mici sa inteleaga beneficiile si riscurile de imprumut, modul responsabil de utilizare a unui imprumut precum si prevenirea/gestionarea supra-indatorarii.

- **Consiliere financiara (AMELA):** Instruirea personalului institutiilor de microcreditare pentru a oferi consiliere individuala clientilor precum si a-i ajuta sa dobandeasca abilitati de gestionarea a bugetului personal si de utilizare pe scara larga a serviciilor financiare.

Programul a vizat 6 institutii microfinanciare, formarea a 30 de consilieri din randul personalului pentru a sustine traininguri de educatie financiara si consiliere individuala clientilor. Fiecare consilier s-a angajat sa consilieze 15 clienti in termen de o luna de la incheierea cursului de formare (TOT) si sa urmareasca impactul avut asupra acestora in decurs de 3-4 luni. Obiectivele si rezultatele proiectului sunt prezentate in Tabelul 1.

Tabel 1: Obiectivele si rezultatele proiectului

ARIE	OBIECTIV	REZULTAT
Consilieri	20	30
Parteneri MFIs	5	6
Clienti consiliati	200	461

Acest rezumat a fost scris pentru alte organizatii regionale (furnizori de servicii financiare si ONG-uri de dezvoltare) interesate in oferirea de servicii de educatie financiara. Acesta subliniaza beneficiile emergente pentru clienti si parteneri de proiect si descrie cerintele institutionale pentru derularea unui program de educatie financiara de la inceput pana la final.

CE ESTE EDUCATIA FINANCIARA?

Educatia financiara permite organizatiilor de dezvoltare sa insuseasca clientilor cunostiinte pe o serie de teme, incluzand deciziile corecte de imprumut, gestionarea bugetului personal, evitarea delicventei precum si importanta economisirii. Aceste teme pot fi abordate fie prin workshop-uri (evenimente lungi sau o serie de evenimente mai scurte), fie prin intermediul unor sesiuni individuale de consiliere a clientilor,

¹ Microfinance Centre este o retea regionala acoperind Europa si Asia Centrala cu sediul in Polonia. Pentru mai multe informatii, vizitati www.mfc.org.pl.

² Rata anuala de crestere a Produsului Intern Brut a ajuns un maxim de 8.3 la suta inainte de criza economica globala in 2008 (IMF World Economic Outlook Database, Aprilie 2013).

³ Din 2004, MFC a implementat campanii de educatie financiara si dezvoltare a capacitatii in Europa si Asia Centrala, utilizand o serie de module de training despre economisire si administrarea unui buget, managementul datoriilor si remiterile de bani. Peste 200.000 de clienti cu venituri mici din 19 tari din regiune au beneficiat de aceste module.

Pentru mai multe informatii despre programul de educatie financiara si instrumente pentru educatie financiara disponibile va rugam sa vizitati www.mfc.org.pl/en/content/modules

in functie de nevoia si capacitatea institutiei. Seturile de competente-cheie predate sunt prezentate in Caseta 1.

CASETA 1: TEME EDUCATIE FINANCIARA

Credite: Definitii, decizii corecte de imprumut, regulile imprumutarii, tipuri de imprumuturi, costuri directe si indirecte, compararea ofertelor de creditare.

Bugetare: Calcularea capacitatii de plata a creditului, pregatirea unui calendar de rambursare a creditului, stabilirea obiectivelor financiare pe termen lung si scurt.

Delicventa: pericolele si cauzele delicventei, supra-indatorarea si creditele restante, consecinte, rolul Biroului de Credite, controlarea datoriei;

Economisirea: Importanta economisirii, crearea unui "fond de urgente", diferite optiuni de economisire, crearea unor obiective de economisire.

CLIENTII TINTA

Proiectul a atins in mod eficient publicul tinta, intr-un numar chiar mai mare decat s-a anticipat. In total, de proiect au beneficiat 461 de clienti cu venituri mici, dintre care 201 clienti au beneficiat de training iar 260 de clienti au primit consiliere. Informatiile demografice cheie sunt:

- Venit mediu per persoana: 774 RON (comparat cu un salariu minim de 700 RON)
- 68% dintre participanti aveau slujbe permanente slab platite, 19% erau micro-intreprinzatori
- 48% dintre participanti au experimentat lipsa unui cashflow in mod frecvent sau ocazional
- 92% erau capabili sa faca calcule simple
- 52% dintre participanti erau femei, iar varsta medie era 41 ani

Abordarea propusa de catre MFC a educatiei financiare este conceputa in beneficiul clientilor cu venituri mici si a clientilor potentiali

Beneficii pentru clienti

Abordarea MFC a educatiei financiare este conceputa astfel incat clientii sa poata beneficia in mai multe moduri. In primul rand, ii ajuta inainte sa se indatoreze – sa inteleaga ce inseamna o decizie corecta de imprumut astfel incat sa isi indeplineasca obiectivele financiare personale, sa inteleaga conditiile de imprumut si in ce masura isi permit sa se indatoreze in cadrul unui buget/flux de numerar personal. In al doilea rand, ajuta clientii sa gestioneze in mod eficient datoria existenta – prin intocmirea unui calendar de rambursare si prin constituirea unui fond de siguranta pentru urgente. In cele din urma, abordarea MFC a educatiei financiare ia in considerare si situatiile in care lucrurile nu merg asa cum ar trebui - ajutand clientii sa inteleaga pericolele indatorarii si a supra-

“Clientii nostri sunt multumiti , deoarece pana in prezent nu au avut ocazia sa isi dezvolte aceste abilitati.” - Sauca Catalin, Loan Officer (FAER IFN)

indatorarii precum si modul in care pot beneficia de ajutor.

Beneficii pentru institutii

Educatia financiara ofera, de asemenea , o serie de avantaje concrete pentru institutiile financiare si de dezvoltare, dupa cum urmeaza:

- **Construirea increderii:** ajuta la construirea unui nivel mare de incredere, demonstrand o preocuparea reala pentru bunastarea si succesul financiar al clientilor sai.
- **Furnizarea valorii adaugate:** Integrarea serviciilor non-financiare pentru a oferi valoare adaugata clientilor, imbunatateste reputatia organizatiei – un bun de valoare pe masura ce concurenta pe piata creste iar cresterea incetineste.
- **Construirea de relatii:** Permite ofiterilor de credite sa se implice activ in deciziile financiare ale clientilor lor (mai degraba decat sa fie doar niste furnizori de produse), imbunatateste de asemenea relatia personal-client, fapt care poate avea un impact pozitiv asupra satisfactiei si retentiei pentru ambele parti. Livrarea de

“Trainingul de Educatie financiara ii ajuta pe ofiterii de credit sa inteleaga misiunea noastra si motivul pentru care nu vrem sa promovam acordarea de credite intr-un mod agresiv.” – Cristian Jurma, Director General (Vitas)

educatie financiara potentialilor clienti permite institutiilor sa construiasca relatii solide astfel incat sa converteasca acesti potentiali clienti in clienti noi.

- **Gestionarea riscului:** Imbunatatirea capacitatii financiare a clientilor conduce la o probabilitate mai mica ca acestia sa devina restantieri, reducand astfel expunerea la risc a institutiei care lucreaza cu astfel de grupuri de clienti vulnerabili.
- **Alinierea cu cele mai bune practici:** Oferirea de educatie financiara este vazuta din ce in ce mai mult ca una din “ bunele practici de afaceri”, mai ales ca reglementarile privind protectia clientului si standardele international sunt din ce in ce mai prezente.

Rezultate cheie pentru clienti

Inainte de sesiunea de formare sau de consiliere, ofiterii de credite au aplicat clientilor o serie de chestionare referitoare la obiceiurile lor reale, atitudinile si abilitatile lor financiare. In general, clientii au inceput cu abilitati bune de calcul si atitudini adecvate referitoare la economisire si imprumut. Cu toate acestea, obiceiurile financiare reale erau adesea mai slabe decat atitudinile, mai ales in zona de economisire si de urmarire a veniturilor/ cheltuielilor:

- 58% dintre participanti nu urmareau intr-o forma scrisa veniturile si cheltuielile, iar 57% nu mentineau un buget de uz casnic;
- 62% dintre participanti aveau unele economii, dar jumătate din acestia realizat ca nu au economisit suficient pentru a acoperi o luna de pierderi;
- 72% au avut un imprumut, iar 28% au avut mai mult de un singur imprumut. 28% au imprumutat pentru a rambursa imprumuturile deja existente;
- Ingrijorator este faptul ca 37% dintre participanti au cheltuit mai mult de 40% din venitul lor lunar pentru a rambursa datoria, chiar daca majoritatea

dintre ei considerau ca rata pe care si-au asumat-o, si-o puteau permite. 17% dintre participanti s-au simtit supra-indatorati;

Un chestionar repetat la un interval de timp de 3-4 luni a oferit o perspectiva asupra schimbarilor intervenite la nivelul clientilor (vezi Tabelul 2). Schimbarea cea mai notabila a fost referitoare la calculul capacitatii de rambursare a creditului. Inainte de formare, aproape 73% dintre clienti

Tabel 2: Schimbari in atitudinile si practicile financiare

ARIA DE FORMARE	INAINTE	DUPA
Calcularea capacitatii de rambursare	50%	97%
Utilizarea unui calendar de rambursare	51%	92%
Compararea ofertelor de creditare	72%	90%

au declarat ca si-au calculat capacitatea lor de rambursare atunci cand au accesat un imprumut. Cu toate acestea, pe parcursul trainingului, clientii au invatat cum sa completeze o evaluare detaliata, luand in considerare veniturile si cheltuielile. Dupa training, doar 50% dintre clienti au afirmat ca in trecut au estimat in mod eficient capacitatea de indatorare , sugerand ca se bazuu in schimb pe estimari. In interviurile de ulterioare, 97% dintre clienti au declarat ca au aplicat deja aceasta noua abilitate, sau ca intentioneaza sa o utilizeze in viitor.

In general, 90% dintre clientii instruiti si 91% dintre clientii consiliati au aplicat noile abilitati. Educarea referitoare la crearea unui fond pentru urgente si crearea de calendare de rambursare au fost considerate de catre client ca fiind cele mai utile. Clientii au indicat ca, in viitor, ar vrea de asemenea sa afle mai multe despre produsele de economisire si de investitii in afaceri.

DE CE ANUME ESTE NECASAR PENTRU A IMPLEMENTA EDUCATIA FINANCIARA?

Pregatirea

Metodologia testata de catre MFC este atat flexibila cat si scalabila. In practica, acest lucru inseamna ca atat instruirea cat si consilierea, ambele pot fi utilizate pentru a furniza acelasi continut, dar in moduri diferite, in functie de nevoile si capacitatea organizatiei.

In cazul Romaniei, a fost necesara o adaptare minimala a studiilor de caz pentru a se asigura ca acestea rezonau cu publicul tinta (micro-intreprinzatori); modificarile referitoare la text s-au

focusat pe schimbarea referintelor si a monedei si pe ajustarea preturilor relative. Adaptarea s-a focusat de asemenea pe adaugarea detaliilor referitoare la reglementarile locale (cum ar fi procedurile legale de executare silita, Biroul de Credit, Banca Nationala si Centrala Riscurilor Bancare).

In total, Vitas a petrecut 22 zile pentru pregatirea workshop-ului de Training of Trainers (TOT) (vezi Tabelul 3). Cu toate acestea, trebuie luat in considerare faptul ca mai mult de jumătate