

CALIFICACIÓN SOCIAL

SOFIPA

México / Mayo 2021

CALIFICACIÓN



PERSPECTIVA

Positiva

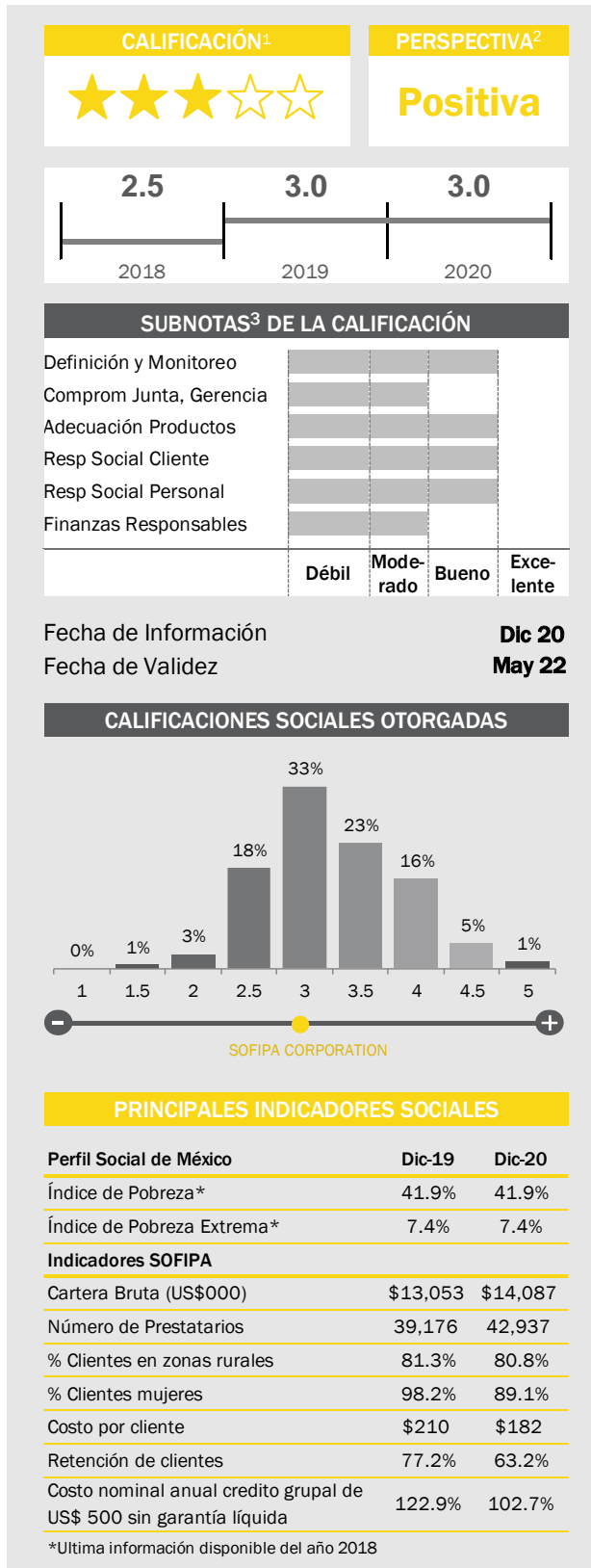
EQUIPO DE ANALISTAS

Daniel Panaifo

danielpc@microrate.com

Pamela Gómez

pamela.gomez@microrate.com



SOFIPA

SOFIPA⁴ Corporation S.A.P.I. de C.V., SOFOM E.N.R.⁵ (en adelante SOFIPA) es una empresa microfinanciera privada no captadora de depósitos. Fue fundada en Oaxaca (suroeste de México) como Sociedad Cooperativa de Consumo en 2004. En 2016, adopta su actual figura legal, con la que atiende microempresarios mediante metodología grupal e individual en áreas urbanas, semiurbanas y rurales en 7 de 32 estados del país.

A diciembre 2020 presenta una cartera de US\$14.1 millones y 42,937 prestatarios, principalmente con metodología grupal, pero también individual. Con crédito promedio de US\$328, SOFIPA se ubica en el nicho bajo del microcrédito local.

FUNDAMENTOS DE CALIFICACIÓN

SOFIPA mantiene, fiel a su misión, claridad en la atención al nicho bajo del microcrédito local, tradicionalmente mediante crédito grupal, pero con una creciente oferta de crédito individual. Resalta positivamente el buen diseño y adaptación al mercado objetivo del producto de banca comunal. Sin embargo, y pese a los destacables avances en la adecuación del microcrédito individual, la entidad aún no logra consolidar para este producto una oferta diferenciada y con riesgo controlado en un mercado altamente endeudado.

Destaca la buena atención al cliente y la buena responsabilidad hacia el personal, además de avances en la productividad que le permitirá mejorar su equilibrio financiero-social, aún moderado. Se observa una perspectiva positiva en la calificación gracias a los avances por parte del Gobierno y la Gerencia en redefinir la misión y visión, incluir objetivos sociales en su planeamiento y en la publicación de una política ambiental.

² Ver Anexo I.

³ Ver Anexo II.

⁴ Sociedad Financiera del Pacífico.

⁵ Sociedad Financiera de Objeto Múltiple Entidad no regulada.

¹ MicroRate es miembro del Social Performance Task Force (SPTF). La calificación Social está alineada a los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social.

MISIÓN INSTITUCIONAL

Misión

Proveer soluciones financieras que mejoren la calidad de vida de las familias.

Visión:

Liderar las finanzas populares, basados en el servicio, la innovación y la rentabilidad.

La misión institucional de SOFIPA es clara y concisa, aunque muy general en su objetivo de mejorar la calidad de vida de las familias. Resulta oportuno el proceso de revisión y reformulación que se viene realizando, para acotar el propósito de la entidad y hacerlo más medible.

La visión resulta más específica y es también fácil de entender. Existe el reto de alinear los objetivos estratégicos con los enunciados de ambas, para poder evaluar el cumplimiento o los avances hacia su consecución.

MATRIZ DE DESEMPEÑO SOCIAL

| Área | Nivel | Fundamentos |
|---|----------|---|
| Definición y Monitoreo de Objetivos Sociales | Bueno | <ul style="list-style-type: none"> » Nuevo plan estratégico con aceptable balance financiero-social. » Moderado monitoreo de indicadores sociales, con el reto de integrarlos a la gestión de la empresa y alinearlos a la misión. » Excelente profundidad de operaciones y claridad de nicho, se mantiene desde su creación a pesar de los cambios en la figura jurídica. » Reciente aprobación de la política medioambiental y algunas iniciativas a favor de la comunidad a raíz de la pandemia. |
| Compromiso de la Junta Directiva, Alta Gerencia y Personal | Moderado | <ul style="list-style-type: none"> » Gobierno corporativo con moderado compromiso social, se prioriza razonablemente la gestión operativa y financiera dado el contexto. » Liderazgo social del Director Ejecutivo, reduce el riesgo de desvío de la misión social. » Baja recordación del personal de la misión y visión. |
| Diseño y Adecuación de Productos | Bueno | <ul style="list-style-type: none"> » Buen diseño de productos, adaptados al perfil del cliente grupal e individual. » Reto de identificar las características y necesidades particulares de los distintos tipos de clientes y reforzar la prevención del sobreendeudamiento en ambas metodologías. |
| Responsabilidad Social hacia el Cliente | Bueno | <ul style="list-style-type: none"> » Buena responsabilidad social hacia el cliente, con fuerte énfasis en la calidad de atención. » Moderada retención de clientes en un mercado altamente competitivo. » Principios de Protección al Cliente con espacios de mejora en la prevención del sobreendeudamiento y precios responsables. |
| Responsabilidad Social hacia el Personal | Bueno | <ul style="list-style-type: none"> » Ligero incremento en la rotación del personal y analistas, todavía por debajo de la media del sector. » Buena gestión del área de Recursos Humanos, dando buen apoyo en la selección y desarrollo, hasta la desvinculación, de ser el caso. » Oportunidad de mejora en la capacitación de aspectos sociales. |
| Finanzas Responsables | Moderado | <ul style="list-style-type: none"> » Moderado equilibrio social-financiero. » Margen operativo afectado por el contexto y la moderada productividad, aunque con rentabilidad patrimonial todavía positiva. » Costo del crédito moderado, por debajo de la media comparable. |

CONTEXTO SOCIAL

Perfil Social de País

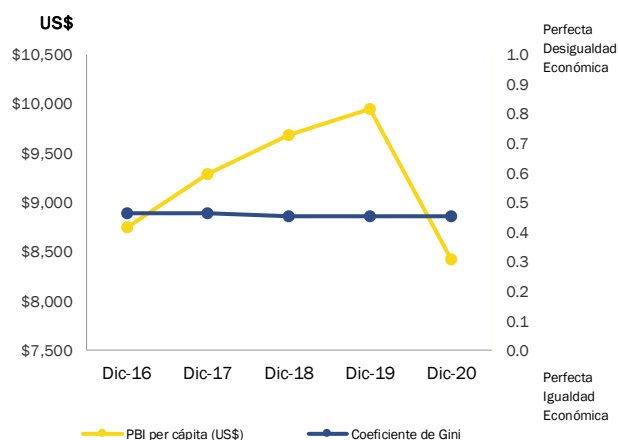
| | Dic-16 | Dic-17 | Dic-18 | Dic-19 | Dic-20 |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Inflación Anual | 3.4% | 6.8% | 4.8% | 2.8% | 3.2% |
| Devaluación Anual | 20.5% | -4.6% | -0.5% | -4.2% | 5.8% |
| Tasa de Cambio, fin del periodo/US\$ | 20.7 | 19.8 | 19.7 | 18.9 | 20.0 |
| Crecimiento Anual del PBI | 2.9% | 2.1% | 2.0% | -0.1% | -8.5% |
| PBI per cápita (US\$) | \$8,745 | \$9,288 | \$9,687 | \$9,946 | \$8,421 |
| Población (millones) | 123.3 | 124.7 | 126.6 | 127.6 | 127.8 |
| Incidencia de Pobreza Total* | 43.6% | 46.3% | 41.9% | 41.9% | 41.9% |
| Incidencia de Pobreza Extrema** | 7.6% | 7.6% | 7.4% | 7.4% | 7.4% |

Fuente: Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial.

* Medida como porcentaje de la población con ingresos por debajo de la línea de pobreza. Última información disponible de 2018

** Medida como porcentaje de la población con ingresos por debajo de la línea de pobreza extrema. Última información disponible de 2018

Gráfico 1:
PBI per cápita / Coeficiente Gini



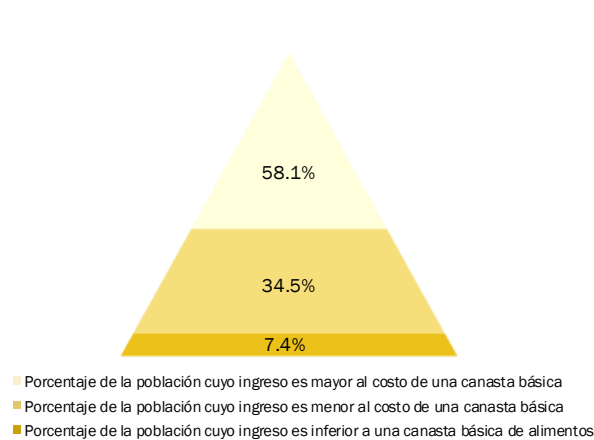
Fuente: Banco Mundial

México es catalogado como un país de Alto Desarrollo, ubicándose en el puesto 74 de 189 países, según el último ranking del Índice de Desarrollo Humano (2020). Sin embargo, el país todavía enfrenta elevados niveles de pobreza y desigualdad económica (Coeficiente de Gini⁶ de 0.454).

La economía mexicana ha sido una de las más afectadas en la región producto del COVID-19. Al cierre del 2020, el país registró una caída anual del PBI de 8.5%, reflejo de la contracción de sectores como servicios de esparcimiento, alojamiento y preparación de alimentos, transportes, construcción y otros servicios. Por otro lado, la inflación ya supera el rango meta a Abril 2021 (6.1% vs. Rango de 2% a 4%), mientras que el tipo de cambio presenta mayor estabilidad, luego de fuertes

⁶ El indicador mide el nivel de igualdad en la distribución del ingreso. Es un número entre 0 y 1 (donde 0 = perfecta igualdad y 1 = perfecta desigualdad).

Gráfico 2:
Distribución de la población según índice de pobreza



Fuente: CONEVAL

variaciones durante el 2020 producto de la incertidumbre del contexto.

Por su lado, el gobierno ha desplegado una serie de medidas para controlar la propagación del virus y mitigar el impacto económico que ha afectado principalmente a sectores de la población con menores recursos. Por ejemplo, se implementó un semáforo epidemiológico a nivel nacional, condonación de impuestos para negocios no esenciales (a partir de enero 2021), bonos de combustible, apoyo económico para personas que perdieron un empleo formal, entre otros.

Respecto al sector financiero, el ente regulador dispuso algunas medidas para que las instituciones supervisadas flexibilicen las tasas de interés, los plazos y montos de las cuotas. De igual manera también fueron favorecidas las instituciones financieras al reducir la exigencia de constitución de provisiones. Esto con el fin de fomentar el apoyo hacia los clientes, modificando las condiciones originales del préstamo.

Por su parte, el sector microfinanciero muestra señales de sobreendeudamiento en áreas urbanas debido a la alta competencia, aunque con potencial de crecimiento en zonas rurales.

A esto se le suma el actual escenario que ha afectado las colocaciones y recuperaciones de las instituciones microfinancieras (IMF).

En este contexto, SOFIPA muestra un aceptable posicionamiento gracias a su calidad de atención, y la claridad de su enfoque en el nicho bajo del microcrédito local. Si bien es positivo que su oferta crediticia se continúe ampliando con el crédito individual, el mercado atendido es altamente competitivo, por lo que es importante afinar el nicho objetivo y crear una oferta de valor que lo diferencie de las otras entidades crediticias.

DEFINICIÓN Y MONITOREO DE OBJETIVOS SOCIALES

En esta sección se evalúa la definición del grupo meta, sus objetivos, y cómo sus productos y servicios ayudan a lograr estos objetivos.

Planeamiento Estratégico

El nuevo Plan Estratégico 2021-2025, incorpora algunos indicadores sociales, mostrando un balance aceptable respecto a los aspectos financieros y operativos. Destaca entre sus 4 objetivos estratégicos (de Rentabilidad, Autosuficiencia, Cobertura y Crecimiento), el de "Cobertura", que estipula acreditar a más de 150,000 clientes, incrementando la retención y también atrayendo nuevos prestatarios. Para ello es acertado que se proponga gestionar la relación con el cliente en base al conocimiento de sus intereses, necesidades y comportamientos, desarrollando una segmentación interna y mejorando los productos y que se busque la innovación en productos y canales.

Además, como medida para lograr el objetivo de "Autosuficiencia", es positivo que se planteen las estrategias de mejorar la calidad de cartera y la de fortalecer la gestión del talento humano. En efecto, en el Plan Estratégico del área de Recursos Humanos se estipulan objetivos como: reforzar la filosofía ética y cultura organizacional, implementar un plan de compromiso social con los trabajadores, gestión del talento mediante sistemas de reconocimiento e incentivos, planes de carrera, agendas de desarrollo, certificaciones y mentorías; lo que promueve una mejor relación con sus empleados.

No obstante, presenta el desafío de incorporar más indicadores y metas sociales, que permitan medir sus avances y monitorear el cumplimiento de la misión, que plantea la mejora en la calidad de vida del cliente.

Sistematización de Objetivos Sociales

Si bien se cuenta con un reporte de diversos indicadores sociales, que se presentan a nivel gerencial, estos no se encuentran integrados a la gestión o al planeamiento de la entidad.

Resulta positivo que dentro del proyecto denominado "Amelie" se busque fortalecer la calidad y la integración de los datos del cliente. Esto le dará las herramientas para sistematizar la medición de sus objetivos sociales, además de reforzar su inteligencia comercial a favor del cliente.

Se observa que en la solicitud de crédito se solicita información relacionada a la vivienda, escolaridad, ingresos y bienes del cliente, que podrían utilizarse para medir el impacto del crédito. Además, el uso de un aplicativo en el celular para la toma de datos en campo (actualmente en fase piloto), mejorará la confiabilidad de la data, reduciendo el riesgo operativo que presenta al ser tomada inicialmente en papel por el asesor y luego digitalizada en las sucursales por las coordinadoras administrativas.

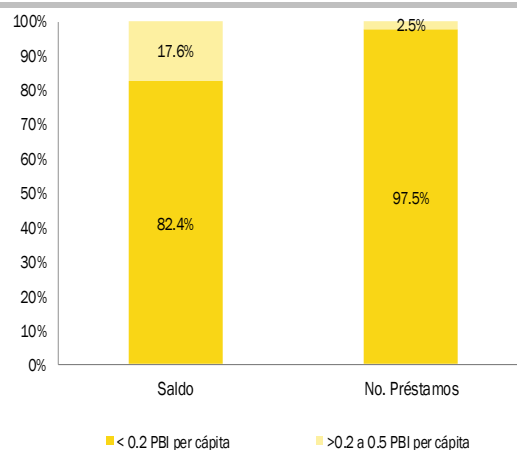
Por parte de Recursos Humanos se realiza un buen seguimiento de la rotación de empleados, su desempeño y seguimiento al plan de carrera.

Profundidad de los Servicios

| | Dic-19 | Dic-20 |
|--|--------|--------|
| Porcentaje de clientes en zonas rurales (%) | 81.3% | 80.8% |
| Porcentaje de clientes mujeres (%) | 98.2% | 89.1% |
| Porcentaje de préstamos con garantías no tradicionales (%) | 95.2% | 71.2% |
| Crédito promedio por cliente (US\$) | \$333 | \$328 |
| Promedio de crédito/PBI per cápita | 3.4% | 3.9% |

La profundidad de operaciones de SOFIPA y su claridad en el nicho objetivo son excelentes. Destaca la atención prioritaria a mujeres de bajos ingresos en zonas rurales, y la presencia en los departamentos más pobres del país. Asimismo, el crédito promedio de US\$328, equivalente a 3.9% del PBI *per cápita* mexicano lo ubica en el nicho bajo del microcrédito local. Además, el 97.5% de los créditos han sido desembolsados por un monto menor al 20% del PBI *per cápita*, a pesar del mayor peso del crédito individual, tradicionalmente de mayor monto, en su mix de productos.

Gráfico 3: Composición de Cartera a diciembre 2020



Acciones hacia la Comunidad y Medio Ambiente

Resulta meritoria la reciente aprobación de una política medioambiental que estipula el uso de materiales con menor impacto ambiental, eficiencia energética, ahorro de agua, correcta gestión de residuos y comunicación por medios no contaminantes.

Frente a la comunidad y como sensible reacción a la situación generada por la pandemia, en el 2020 SOFIPA repartió alimentos a familiares de enfermos, a las afueras de hospitales que atienden personas de bajos recursos (200 beneficiarios).

COMPROMISO DE LA JUNTA DIRECTIVA, ALTA GERENCIA Y PERSONAL

La alta gerencia monitorea activamente los objetivos sociales de la institución y los empleados tienen interiorizada la estrategia y cómo su propio trabajo contribuye a lograr los objetivos sociales y financieros de la entidad.

Gobierno y Monitoreo

El Consejo de Administración muestra moderado compromiso social, al permanecer alineados en la atención al nicho bajo, pero con una gestión del desempeño social aún mejorable. Se valora el fortalecimiento del gobierno corporativo, logrado gracias a un proceso de certificación culminado en 2020, y la presentación de un plan estratégico con mayor contenido social, pero la definición y monitoreo de objetivos sociales no se encuentran desarrollados. Se observan avances en incorporar un proceso de evaluación del desempeño de la Gerencia y autoevaluación del Consejo, pero todavía sin incorporar aspectos sociales. Sí se considera la evaluación del liderazgo de la alta gerencia y el liderazgo y trabajo en equipo del Consejo de Administración.

Destaca la creación del Comité de Ética, que se reúne cuando hay necesidad de procesar alguna denuncia o casos que vayan en contra del Código de Ética, aprobado el año pasado.

Si bien hay una presentación de indicadores sociales a nivel de la alta gerencia, no se cuenta con una instancia para el monitoreo social a nivel del gobierno. Sin embargo, se observa claridad en el nicho objetivo y un reducido riesgo de desvío de la misión, gracias al liderazgo del Director General. Se valoran los avances e interés por desarrollar la gestión de desempeño social, siendo comprensible que se haya priorizado las necesidades operativas en un contexto complejo por la pandemia.

Selección y Capacitación

Es positivo que para la selección de nuevos analistas se considere candidatos con experiencia en ventas y vocación para el trabajo en campo y con personas. Sin embargo, mejores prácticas evalúan las actitudes y valores de los candidatos

para asegurarse que estas se alineen con los requisitos necesarios para realizar un buen trabajo en microfinanzas (buena atención al cliente, honestidad, vocación de servicio y habilidad de comunicación, trabajo en equipo, entre otros).

Si bien se incluyen aspectos como la visión, misión y valores en la capacitación inicial de todo el personal, la recordación de estas es limitada, especialmente en sucursales. La orientación social observada en algunos asesores y personal de campo resulta propia del carácter de estos, por el tipo de trabajo realizado, pero no se evidencia una integración con la orientación social institucional o la cultura. En efecto, presenta como oportunidades de mejora reforzar la capacitación continua de la misión y visión, así como el fortalecimiento de una cultura organizacional que ayude a permear en todas las actividades el enfoque social de la entidad y motive al personal.

Si bien el periodo de capacitación inicial se plantea en un mes, se observó que este puede ser menor en la práctica. Además, dista de las mejores prácticas para el caso de crédito individual (3 meses). Destaca la comunicación efectiva del Código de Ética.

Sistema de Incentivos

La política de incentivos no considera indicadores sociales específicos, aunque de manera indirecta es positivo que se contemple la normalidad de cartera (como llave), el crecimiento por número de clientes, además del crecimiento de cartera y monto desembolsado.

Si bien no es un requisito para cobrar incentivos mensuales, destaca la consideración de encuestas de satisfacción para medir la calidad de atención de los asesores, como requisito para avanzar en la línea de carrera.

DISEÑO Y ADECUACIÓN DE PRODUCTOS

La institución recopila información de los clientes y desarrolla productos y servicios que generen valor y beneficio a los clientes. Se evalúan la reducción de las barreras a la inclusión financiera; el fortalecimiento de su capacidad de adaptarse a las emergencias comunes; y la inversión en oportunidades económicas y las necesidades del hogar.

SOFIPA exhibe un buen diseño y adecuación de productos, con una oferta claramente diferenciada hacia dos mercados objetivo. Resulta favorable la realización de encuestas de satisfacción trimestrales y el estudio de deserción que se realizan para su principal producto.

Es así que, su crédito grupal tradicional, Crediimpulso Mujer, cuenta con características adecuadas para atender a mujeres emprendedoras de bajos recursos, en términos de montos, plazos, frecuencia de pago, canales de distribución y moneda. De otro lado, el crédito individual, canalizado a través de distintas sucursales, con una imagen institucional propia bajo la marca Masbisne, también presenta características favorables, como la flexibilidad en la frecuencia de pago (puede ser mensual, catorcenal o semanal), montos y requisitos. Sin embargo, constituye un reto el reforzar ambas metodologías en lo que respecta a la prevención del sobreendeudamiento y afinar la oferta de valor de Masbisne en un mercado altamente competido. También ofrece créditos paralelos para ambas metodologías y créditos de consumo a sus empleados.

Detalle de cartera a diciembre 2020

| Producto | Cartera | Prestatarios | Crédito promedio |
|----------------|-------------|--------------|------------------|
| Banca Comunal | 75.6% | 93.5% | \$265 |
| Microempresa | 24.0% | 6.3% | \$1,258 |
| Otros créditos | 0.4% | 0.2% | \$565 |
| Total | 100% | 100% | \$328 |

Asimismo, está pendiente analizar más a detalle las necesidades y características particulares de los distintos perfiles de clientes, para ambas metodologías, que le permita a SOFIPA complementar su oferta con productos diseñados a la medida de las características y requisitos particulares de cada subgrupo (agropecuario, vivienda, etc.). Cabe señalar que dentro del proyecto Amelie se espera generar data confiable para mejorar la oferta de la entidad.

Complementa su oferta crediticia con un seguro de vida familiar, que cubre muerte del titular, cónyuge e hijos hasta los 24 años. Este, además de cubrir el saldo deudor, otorga un

monto equivalente a US\$675 al beneficiario. Es favorable que SOFIPA pague inmediatamente este monto al cliente o sus deudos, para luego tramitar la devolución con la aseguradora, en pro de la calidad y rapidez en la atención al cliente.

Número de Productos y Servicios Financieros

| | Dic-19 | Dic-20 |
|---|--------|--------|
| Número de productos financieros | 3 | 3 |
| Número de servicios financieros | 1 | 1 |
| Número de productos no financieros (Serv. Sociales) | 1 | 1 |

Servicios No Financieros

Hasta el mes de abril, SOFIPA otorgó al 100% de sus clientes de banca comunal, educación financiera, integrada a la capacitación y formación inicial de los grupos (antes del desembolso). Sin embargo, esta no pudo continuar hasta el momento por la coyuntura. Es favorable que se ofrezcan cursos abiertos al público mediante su página de Facebook sobre temas de educación financiera y manejo de negocios.

RESPONSABILIDAD SOCIAL HACIA EL CLIENTE

La institución incorpora mecanismos de protección al cliente en cada aspecto de su trabajo, desde el establecimiento de objetivos, la interacción con los clientes, la capacitación a los colaboradores respecto a esta materia, hasta la oferta de productos y servicios.

SOFIPA mantiene una buena responsabilidad hacia el cliente, con aceptable cumplimiento de los principios de protección al cliente. Sin embargo, en un mercado altamente competido, la retención alcanzada es moderada: 63.2% vs 65.9% Benchmark México.

Responsabilidad hacia el Cliente

| | Dic-20 |
|---|----------|
| Retención de clientes | 63.2% |
| Apropiado Diseño y Entrega de Productos | Bueno |
| Prevención del Sobreendeudamiento | Moderado |
| Transparencia | Bueno |
| Precios Responsables | Moderado |
| Tratamiento Justo y Respetuoso al Cliente | Bueno |
| Privacidad de los datos del Cliente | Bueno |
| Mecanismos de Resolución de Conflictos | Bueno |

Prevención de Sobreendeudamiento

Resulta acertada la incorporación de una mesa de control, comités en agencia y comités grupales (para banca comunal), que refuerzan el cumplimiento de las políticas y la valoración de la capacidad de pago (monetaria y moral) de los clientes. Sin embargo, a pesar de que la entidad realiza una buena recopilación y análisis de información de los ingresos y gastos de la familia y el negocio, sus políticas de prevención del sobreendeudamiento son laxas. Es así que no existe un límite de número entidades deudoras (en mejores prácticas se establece 3 o 4 IMF como máximo) y el ratio cuota sobre excedente se acepta hasta 80% (mientras que mejores prácticas lo restringen a 70% e incluso hasta 60% para un primer crédito). Cabe señalar que, a raíz del deterioro de la situación económica por la pandemia, se ajustó la política de centrales de riesgo (Círculo y Buró de Crédito), siendo ahora más restrictivos con clientes que presentan días de atraso en otras instituciones financieras.

Transparencia

La transparencia es buena. Resulta adecuada la capacitación previa al desembolso que se brinda para créditos grupales, donde se comunican las principales características del crédito y se resuelven dudas. Además de entregar a los prestatarios los contratos, pagarés y copia de todos los documentos firmados por el cliente, es una buena práctica que se comunique verbalmente las principales condiciones del crédito y el seguro antes y durante el desembolso. Sin embargo, a pesar de que el seguro es opcional, se observó en campo que los clientes lo toman pensando que es obligatorio, por lo que hay oportunidades de mejora en la correcta comunicación de las condiciones de este servicio financiero.

Además, mejores prácticas incluyen la publicación de las tasas en las sucursales y la página web.

Trato Justo y Respetuoso

Resulta favorable la capacitación inicial otorgada a los asesores y analistas, favoreciendo el buen servicio y atención al cliente. Si bien se observó un buen nivel de trato justo y respetuoso, resulta importante que se refuerce la capacitación en el manejo de conflictos, resolución de reclamos y comunicación asertiva, para mejorar la experiencia crediticia, especialmente en metodología grupal. Por otro lado, presenta espacios de mejora en la comunicación efectiva de los derechos y obligaciones de los clientes (presentar una queja, recibir un buen trato, etc.).

Privacidad de Datos

La información del cliente está debidamente resguardada y administrada. De hecho, el sistema cuenta con accesos definidos según perfiles de usuarios, los que, en caso de desvinculación de personal, son deshabilitados. Es prudente que se solicite autorización al cliente para la consulta de su récord crediticio. Resulta positivo, además, que los contratos especifiquen la autorización para el uso de datos del cliente.

Mecanismos para la Resolución de Reclamos

SOFIPA cuenta con un Manual de Políticas de Atención al Cliente, que indica cómo encaminar y responder a las consultas, aclaraciones, quejas, sugerencias y felicitaciones de los clientes. Este está enmarcado en las leyes de protección y de transparencia de los usuarios de servicios financieros. Establece los medios de contacto a través de una línea telefónica, correo electrónico y directamente en las sucursales, siendo destacable el tiempo de respuesta establecido, de 24 horas, antes de un escalamiento y de 20 días en total, menor a lo exigido por ley.

RESPONSABILIDAD SOCIAL HACIA EL PERSONAL

La institución crea y promueve un ambiente de trabajo favorable, y asegura que los colaboradores estén protegidos, capacitados y motivados para lograr los objetivos sociales.

Responsabilidad hacia el Personal

| | Dic-19 | Dic-20 |
|---|--------|--------|
| Rotación de Empleados | 40.4% | 41.5% |
| Rotación de Analistas | 42.3% | 52.2% |
| Beneficios laborales adicionales a ley | Sí | Sí |
| Línea de carrera formalizada | Sí | Sí |
| Sistema formalizado de quejas y reclamos para el personal | Sí | Sí |

SOFIPA alcanza una buena responsabilidad hacia el empleado, aunque con ligero deterioro de la rotación en el último año. En efecto, este indicador se vio afectado por la decisión tomada para enfrentar la desaceleración de la actividad ocasionada por la pandemia que consideró reducir en un 12% la planilla. Así también, recortar por unos meses los salarios del equipo gerencial. Sin embargo, se observan buenas iniciativas desarrolladas por el área de Recursos Humanos.

Destaca, por ejemplo, la proactividad en la selección de personal, manteniendo una estructura descentralizada y con buenos tiempos de respuesta. Se valora positivamente el acompañamiento a los nuevos empleados, quienes efectúan una llamada de seguimiento para verificar cómo se ha venido dando la integración del nuevo trabajador en la organización.

Para el personal de campo, se cuentan con reconocimientos como el de “Analista/Asesor del mes”, existe una línea de carrera bien definida y beneficios adicionales a ley (Vales de movilidad, seguro de vida gratuito, financiamiento de motocicletas, vales de despensa). Estas buenas prácticas vienen acompañadas de un salario competitivo y apropiado ambiente laboral.

Si bien es favorable la medición del clima laboral por parte de Recursos Humanos, mejores prácticas incluyen en la encuesta a todo el universo de trabajadores, siendo realizado por un tercero independiente, para asegurar la transparencia de las respuestas.

Destaca la línea de denuncias anónima, donde el trabajador puede comunicar cualquier problema o reportar actividades sospechosas o acciones contra el código de ética.

Complementario a las evaluaciones de desempeño, resaltan las llamadas a clientes para evaluar el trato de su asesor, lo que se toma en cuenta para los asensos. En efecto, es positivo el seguimiento que realiza Recursos Humanos del avance

de un asesor en su línea de carrera, pidiendo retroalimentación del jefe superior y acciones de apoyo para lograr el crecimiento profesional de todos.

De manera similar, ayuda en la rotación y el trato justo al trabajador la intervención del área para los despidos, requiriendo una justificación de parte del jefe superior para el retiro de un empleado. Esto evita las decisiones subjetivas, asegurando un ambiente de trabajo más justo, controlando la rotación. Se evidencia también una sincera preocupación del Consejo por el personal.

FINANZAS RESPONSABLES

Finanzas Responsables reflejan el balance entre los objetivos sociales y financieros, así como la capacidad de la institución para lograr su autosostenibilidad.

SOFIPA presenta moderado balance financiero-social. Es así que el margen operativo es negativo, afectado por los menores ingresos por intereses percibidos, mayor gasto de provisiones y costos operativos aún elevados. Pese a la desaceleración de la economía por la pandemia, alcanza una rentabilidad patrimonial ajustada pero positiva, favorecida por los ingresos provenientes de la venta de seguros de vida.

Finanzas Responsables

| | Dic-19 | Dic-20 |
|--------------------------------------|--------|--------|
| Gastos operativos por cliente (US\$) | \$210 | \$182 |
| Gastos de operación | 71.9% | 55.2% |
| Retorno sobre el patrimonio (ROE)* | 15.9% | 1.7% |
| Margen Operativo | 5.5% | -1.8% |
| Cartera en riesgo | 3.2% | 5.8% |
| Castigos | 2.3% | 5.5% |

* Ajustado

En efecto, el rendimiento de cartera se ha visto afectado por el otorgamiento de prórrogas (período de gracia de 2 o 3 meses, sin pago de intereses) y por el menor dinamismo de la cartera. Además, la tasa que cobra a sus clientes se ajusta de acuerdo al ciclo de pago, tamaño de los grupos y nivel de riesgo, siendo en promedio menor al benchmark de crédito grupal, esto tomando en cuenta un crédito grupal sin garantía líquida (sólo se pide garantía líquida en los tres primeros ciclos, equivalente al 30% de la cartera grupal).

Costo del crédito al cliente a diciembre 2020

| Metodología y Monto | Frecuencia | Garantía Líquida | CNA* | CEA** |
|--------------------------------|------------|------------------|--------|--------|
| Grupal US\$500 (ciclo 1a 3) | Semanal | Sí | 154.6% | 358.7% |
| Grupal US\$500 (ciclo 4 a más) | Semanal | No | 102.7% | 176.4% |
| Grupal US\$1,000 | Semanal | | 100.4% | 170.4% |
| Individual US\$1,500 | Mensual | | 92.2% | 143.1% |

* Costo Nominal Anual.

** Costo Efectivo Anual. Toma en cuenta los efectos compuestos. Ambos incluyen intereses, seguro de vida y garantía líquida.

Crédito Grupal US\$500 sin garantía líquida (ciclo 4 a más)

| | CNA* | CEA** |
|----------------|---------------|---------------|
| Interés | 98.2% | 164.5% |
| Seguro de Vida | 4.5% | 11.9% |
| Total | 102.7% | 176.4% |

* Costo Nominal Anual.

** Costo Efectivo Anual. Toma en cuenta los efectos compuestos. Ambos incluyen intereses y seguro de vida.

Asimismo, el deterioro de la calidad de cartera se traduce en mayores gastos de provisiones, lo que también afecta el margen operativo y la rentabilidad patrimonial. Si bien la calidad es mejor que el promedio mexicano (cartera en riesgo 10.3% y castigos de 8.6%), muestra deterioro especialmente en el crédito individual.

Si bien los gastos operativos se reducen, estos están aún por encima de la media del mercado mexicano (55.2% vs. 44.8%). Es clave incrementar la productividad del personal para mejorar este indicador, lo que a su vez le otorgaría un espacio para reducir las tasas de interés cobrada al cliente sin comprometer la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

El nivel de solvencia es manejable, con un apalancamiento de 3.1x (Vs 2.8x Benchmark México). Es positiva la apertura de los socios por incorporar nuevos accionistas que puedan traer mayor espaldita financiera para crecer las actividades.

FUTURO

- » Comunicación de la recientemente reformulada misión y visión institucional, estipulada en el plan estratégico 2021-2025.
- » Implementación total del uso de un aplicativo de celular para la toma de información en campo, ya en fase piloto.
- » Fortalecer la integridad y calidad de los datos del cliente, dentro del proyecto Amelie, lo que facilitará el monitoreo de objetivos sociales y la medición de la pobreza de los clientes. Para esto, resulta acertado que se busque adaptar la metodología PPI.
- » Medición de la mora interna para afinar la toma de decisiones y la medición de calidad de cartera.
- » Comunicación e implementación de la política medioambiental.

Estado de Situación Financiera (US\$000)

| | Dic-16 | Dic-17 | Dic-18 | Dic-19 | Dic-20 |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Activo | 6,114 | 9,697 | 11,416 | 17,280 | 18,659 |
| Caja y Bancos | 245 | 927 | 973 | 1,429 | 1,231 |
| Inversiones Temporarias | 684 | - | - | 32 | 1 |
| Cartera Neta | 4,386 | 6,379 | 8,165 | 12,451 | 13,348 |
| Cartera Bruta | 4,421 | 6,510 | 8,517 | 13,053 | 14,087 |
| Cartera Vigente | 4,404 | 6,418 | 8,245 | 12,640 | 13,270 |
| Cartera en Riesgo | 17 | 93 | 271 | 413 | 817 |
| Provisiones para Préstamos Dudosos | 35 | 131 | 352 | 602 | 739 |
| Intereses Devengados Por Cobrar | 47 | 91 | 158 | 283 | 521 |
| Otros Activos Corrientes | 129 | 593 | 236 | 430 | 519 |
| Inversiones de Largo Plazo | - | 1,019 | 817 | 1,210 | 1,387 |
| Activo Fijo | 554 | 560 | 824 | 1,052 | 1,046 |
| Otros Activos | 69 | 129 | 242 | 393 | 608 |
| Pasivos | 4,872 | 7,803 | 8,680 | 13,551 | 14,532 |
| Ahorros | - | - | - | - | - |
| Depósitos a Plazo Fijo, Corto Plazo | - | - | - | - | - |
| Obligaciones, Corto Plazo | 3,377 | 4,902 | 3,551 | 8,027 | 11,641 |
| Otros Pasivos, Corto Plazo | 669 | 650 | 1,143 | 1,873 | 1,609 |
| Depósitos a Plazo Fijo, Largo Plazo | - | - | - | - | - |
| Obligaciones, Largo Plazo | 827 | 2,251 | 3,987 | 3,651 | 1,282 |
| Cuasicapital | - | - | - | - | - |
| Otros Pasivos, Largo Plazo | - | - | - | - | - |
| Patrimonio | 1,242 | 1,893 | 2,736 | 3,729 | 4,127 |
| Capital | 1,328 | 1,896 | 2,307 | 2,729 | 3,092 |
| Ganancias (Pérdidas) Periodo | 107 | 82 | 431 | 580 | 156 |
| Resultado de Ejercicios Anteriores | (196) | (88) | (6) | 394 | 828 |
| Otras Cuentas de Capital | 3 | 3 | 3 | 26 | 52 |
| Total Pasivo y Patrimonio | 6,114 | 9,697 | 11,416 | 17,280 | 18,659 |
| Fuente de los Estados Financieros: | EEFF Auditados | EEFF Auditados | EEFF Auditados | EEFF Auditados | EEFF Auditados |

Estado de Resultados (US\$000)

| Por los periodos comprendidos entre: | Ene-16 - Dic-16 | Ene-17 - Dic-17 | Ene-18 - Dic-18 | Ene-19 - Dic-19 | Ene-20 - Dic-20 |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Ingresos de Intereses y Comisiones | 1,267 | 4,910 | 7,857 | 10,525 | 10,120 |
| Intereses Percibidos | 1,220 | 4,819 | 7,699 | 10,242 | 9,600 |
| Intereses Devengados | 47 | 91 | 158 | 283 | 521 |
| Gastos de Intereses y Comisiones | 199 | 864 | 1,516 | 1,646 | 1,927 |
| Ingreso Financiero Neto | 1,068 | 4,046 | 6,341 | 8,879 | 8,193 |
| Provisión para Préstamos Dudosos | 42 | 173 | 370 | 534 | 951 |
| Ingreso Financiero, Después de Provisión | 1,025 | 3,873 | 5,971 | 8,345 | 7,242 |
| Gastos Operativos | 1,040 | 3,989 | 5,759 | 7,754 | 7,487 |
| Personal | 447 | 2,189 | 2,573 | 3,537 | 3,898 |
| Otros Gastos Operativos | 593 | 1,800 | 3,186 | 4,217 | 3,589 |
| Ingreso Neto de Operaciones | (14) | (116) | 212 | 591 | (245) |
| Otros Ingresos | 121 | 205 | 227 | 154 | 305 |
| Ganancia (Pérdida) de Inversiones | 10 | 65 | 108 | 91 | 94 |
| Otro Ingresos No Extraordinarios | 111 | 140 | 119 | 63 | 211 |
| Otros Gastos | - | 28 | (56) | (83) | - |
| Ajuste por el Efecto de Inflación | - | - | - | - | - |
| Otros Gastos No Extraordinarios | - | 28 | (56) | (83) | - |
| Resultado Antes de Cuentas Extraordinarias | 107 | 61 | 495 | 828 | 60 |
| Extraordinarios | - | 33 | 121 | - | - |
| Ingresos Extraordinarios | - | 33 | 121 | - | - |
| Gastos Extraordinarios | - | - | - | - | - |
| Resultado Antes de Impuestos | 107 | 94 | 616 | 828 | 60 |
| Impuestos | - | 12 | 185 | 249 | (96) |
| Resultado | 107 | 82 | 431 | 580 | 156 |
| Fuente de los Estados Financieros: | EEFF Auditados | EEFF Auditados | EEFF Auditados | EEFF Auditados | EEFF Auditados |

TABLA COMPARATIVA SOCIAL AJUSTADA
(US\$000)

BASADA EN 30 INSTITUCIONES DE MICROFINANCIAMIENTO

| Período: Diciembre 2020 | LIMITE SUPERIOR | 1ER. CUARTIL | PROMEDIO | MEDIANA | 3ER. CUARTIL | LIMITE INFERIOR |
|--|-----------------|--------------|----------|---------|--------------|-----------------|
| Profundidad | | | | | | |
| Crédito promedio por cliente | \$166 | \$1,084 | \$2,241 | \$1,695 | \$3,548 | \$7,022 |
| Monto promedio préstamo / PBI per cápita | 3.1% | 16.1% | 61.7% | 46.8% | 59.6% | 353.6% |
| Número de préstamos < US\$500 (%) | 84.5% | 37.4% | 26.0% | 23.2% | 14.4% | 0.0% |
| Número de préstamos < US\$1,000 (%) | 100.0% | 62.5% | 48.5% | 49.3% | 31.9% | 0.2% |
| Saldo de cartera con préstamos < US\$500 (%) | 86.4% | 7.8% | 10.2% | 2.9% | 0.8% | 0.0% |
| Saldo de cartera con préstamos < US\$1,000 (%) | 116.4% | 22.6% | 22.5% | 10.1% | 3.2% | 0.0% |
| % Clientes mujeres | 100.0% | 64.0% | 59.1% | 50.1% | 47.4% | 20.4% |
| % Clientes en zonas rurales | 87.3% | 81.2% | 46.7% | 52.2% | 13.0% | 0.0% |
| % Préstamos con garantías no tradicionales | 100.0% | 99.0% | 58.4% | 69.2% | 24.8% | 5.5% |
| N° de servicios no financieros | 17 | 5 | 5 | 4 | 2 | 1 |
| Monto de depósitos / N° de depositantes | \$46 | \$516 | \$1,059 | \$992 | \$1,232 | \$3,502 |
| Monto de depósitos / Deuda | 96.9% | 90.3% | 72.8% | 82.9% | 68.9% | 13.5% |
| Retención de depositantes | 100.0% | 99.7% | 84.1% | 94.4% | 77.6% | 40.8% |
| Saldo de microcrédito / Cartera bruta | 100.0% | 73.8% | 47.0% | 37.6% | 19.3% | 9.4% |
| Saldo promedio de microcrédito por cliente | \$110 | \$634 | \$1,296 | \$1,033 | \$1,566 | \$5,147 |
| Saldo promedio de pequeña empresa por cliente | \$1,724 | \$5,039 | \$10,237 | \$7,638 | \$11,688 | \$27,041 |
| Eficiencia, Costo y Sostenibilidad | | | | | | |
| Gastos operativos / Cartera bruta promedio | 5.1% | 9.7% | 20.2% | 17.3% | 23.8% | 72.2% |
| Gastos operativos por prestatario (US\$) | \$11 | \$201 | \$285 | \$285 | \$331 | \$678 |
| EIR (Tasa de interés efectiva para créditos US\$500) | 27.5% | 56.6% | 112.7% | 74.1% | 123.1% | 536.1% |
| APR (Tasa de interés nominal para créditos US\$500) | 24.4% | 46.7% | 67.9% | 55.4% | 80.4% | 188.3% |
| Ingreso neto / Patrimonio promedio (ROE) | 20.3% | 4.9% | -1.4% | -1.3% | -10.2% | -20.0% |
| Ingreso neto / Activo promedio (ROA) | 8.7% | 0.8% | -0.3% | -0.2% | -1.4% | -5.6% |
| Margen operativo | 12.5% | 2.4% | -0.2% | 0.0% | -1.8% | -10.9% |
| Número de prestatarios / Total personal | 301 | 97 | 79 | 64 | 42 | 15 |
| Gasto de personal / Cartera bruta promedio | 0.0% | 6.0% | 11.2% | 10.6% | 14.4% | 36.3% |
| Oficiales de crédito / Total personal | 70.9% | 51.1% | 42.6% | 42.1% | 36.4% | 2.7% |
| Sueldo variable / Sueldo base | 73.0% | 51.7% | 32.3% | 30.0% | 11.0% | 0.0% |
| Personal con < 12 meses en la empresa | 3.0% | 9.4% | 18.1% | 14.3% | 24.3% | 46.7% |
| Cartera en Riesgo / Cartera Bruta | 1.3% | 5.0% | 9.7% | 9.0% | 14.7% | 26.0% |
| Castigos / Cartera Bruta | 0.0% | 0.7% | 3.2% | 1.8% | 4.6% | 20.3% |
| Responsabilidad | | | | | | |
| N° préstamos / N° clientes | 1.0 | 1.0 | 1.1 | 1.0 | 1.1 | 1.3 |
| Gastos de capacitación / Gastos operativos | 1.0% | 0.5% | 0.4% | 0.4% | 0.2% | 0.0% |
| Retención de clientes | 81.4% | 74.8% | 66.9% | 72.5% | 62.8% | 13.4% |
| Rotación de empleados | 4.5% | 12.4% | 25.1% | 20.2% | 30.5% | 84.5% |
| Rotación de empleados mujeres | 2.4% | 10.3% | 23.2% | 20.9% | 27.5% | 81.2% |
| Rotación de empleados varones | 3.3% | 13.9% | 24.4% | 18.7% | 28.3% | 88.1% |
| Rotación de analistas | 6.4% | 19.1% | 35.1% | 25.0% | 39.7% | 121.2% |
| Rotación de analistas mujeres | 0.0% | 13.0% | 30.6% | 25.3% | 42.8% | 120.9% |
| Rotación de analistas varones | 0.0% | 20.8% | 35.9% | 31.1% | 39.3% | 121.5% |
| Gasto de proyectos sociales / Gastos operativos | 10.6% | 2.0% | 1.9% | 0.3% | 0.2% | 0.0% |

ANEXO I: TABLA PARA CALIFICACIÓN SOCIAL

Calificación Social La Calificación Social de MicroRate mide el desempeño social de una institución microfinanciera (IMF).



5 estrellas: Desempeño social de primera clase.



4 estrellas: Excelente nivel de desempeño social



3 estrellas: Buen nivel de desempeño social



2 estrellas: Moderado nivel de desempeño social.



1 estrella: La IMF no muestra desempeño social o si existe es débil.

Perspectiva de Calificación

Tendencia esperada de la calificación en los próximos 12 meses

Positiva

Se espera que la calificación mejore.

Estable

Se espera que la calificación se mantenga.

Negativa

Se espera que la calificación desmejore.

Incierta

Se identifican factores que no permiten definir una tendencia

ANEXO II: GLOSARIO DE LA CALIFICACIÓN SOCIAL Y SUB-NOTA

Calificación Social Una Calificación Social de MicroRate mide el desempeño social de una Institución Microfinanciera (IMF).

Definición y Monitoreo de Objetivos Sociales

Excelente
Bueno
Moderado
Débil

Se evalúa la definición del grupo meta, sus objetivos, y cómo sus productos y servicios ayudan a lograr estos objetivos.

Compromiso de la Junta Directiva, Alta Gerencia y Personal

Excelente
Bueno
Moderado
Débil

La alta gerencia monitorea activamente los objetivos sociales de la institución y los empleados tienen interiorizada la estrategia y cómo su propio trabajo contribuye a lograr los objetivos sociales y financieros de la entidad.

Diseño y Adecuación de Productos

Excelente
Bueno
Moderado
Débil

La institución recopila información de los clientes y desarrolla productos y servicios que generen valor y beneficio a los clientes. Se evalúan la reducción de las barreras a la inclusión financiera; el fortalecimiento de su capacidad de adaptarse a las emergencias comunes; y la inversión en oportunidades económicas y las necesidades del hogar.

Responsabilidad Social hacia el Cliente

Excelente
Bueno
Moderado
Débil

La institución incorpora mecanismos de protección al cliente en cada aspecto de su trabajo, desde el establecimiento de objetivos, la interacción con los clientes, la capacitación a los colaboradores respecto a esta materia, hasta la oferta de productos y servicios.

Responsabilidad Social hacia el Personal

Excelente
Bueno
Moderado
Débil

La institución crea y promueve un ambiente de trabajo favorable, y asegura que los colaboradores estén protegidos, capacitados y motivados para lograr los objetivos sociales.

Finanzas Responsables

Excelente
Bueno
Moderado
Débil

Finanzas Responsables reflejan el balance entre los objetivos sociales y financieros, así como la capacidad de la institución para lograr su autosostenibilidad.

Copyright © 2021 MicroRate

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial sin permiso de **MicroRate**. La calificación otorgada refleja las opiniones y observaciones de análisis. Son afirmaciones de opinión y no afirmaciones de hecho o recomendaciones para comprar, vender o mantener títulos valores.

Toda la información contenida en este documento proviene de fuentes que se estiman confiables y precisas. Debido a la posibilidad de error humano o mecánico, **MicroRate** no garantiza la exactitud o integridad de la información y, por lo tanto, no se hace responsable de errores u omisiones como tampoco de las consecuencias asociadas con el uso de esa información. La Gerencia de la empresa calificada y Auditores Externos responderán en cualquier caso acerca de la veracidad de los datos facilitados. No es función de **MicroRate** realizar una auditoría a los estados financieros de la empresa calificada.

Copyright © 2021 by MicroRate

All rights reserved. The reproduction of this document either as a whole or in part without **MicroRate's** permission is prohibited. Ratings are opinions, based on analysis and observations. As statements of opinion they must be distinguished from statements of fact. In no case are they recommendations to purchase, sell or hold any securities.

All information contained herein is obtained from sources believed to be accurate and reliable. Because of the possibility of human or mechanical error, **MicroRate** makes no representation or warranty as to the accuracy or completeness of any information. Under no circumstances shall **MicroRate** have any liability to any person or entity for any loss in whole or in part caused by or relating to any error (negligent or otherwise) or other circumstance or contingency within or outside the control of **MicroRate**. The CEO and External Audit Firm(s) of the entity under review are responsible for the consistency and accuracy of the information given to **MicroRate**. **MicroRate** does not have the function of auditing the financial statements of the entity.