

CALIFICACIÓN SOCIAL

SOFIPA

México / Abril 2022

CALIFICACIÓN

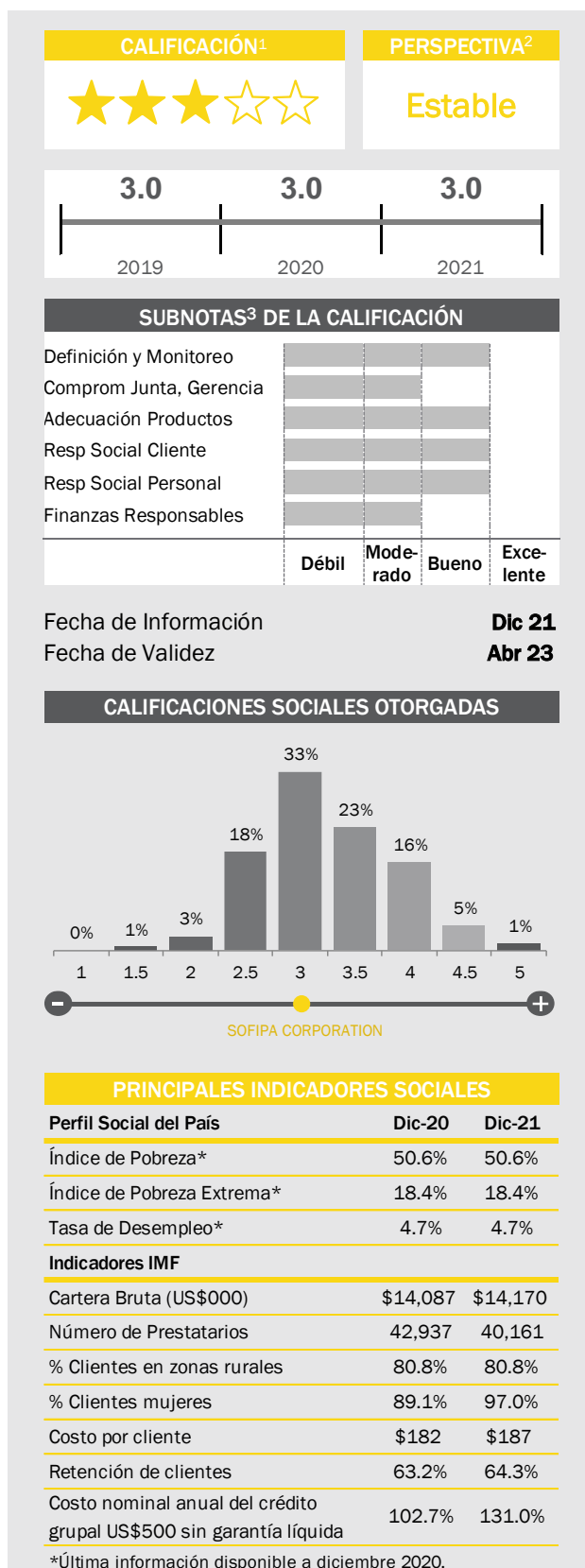


PERSPECTIVA

Estable

EQUIPO DE ANALISTAS

Jaime Santana
jaime.santana@microrate.com
Eduardo Zúñiga
eduardo@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 2021 presenta una cartera de US\$14.2 millones y 40,161 prestatarios, principalmente con metodología grupal, pero también individual. Con crédito promedio de US\$353, SOFIPA se ubica en el nicho bajo del microcrédito local.

FUNDAMENTOS DE CALIFICACIÓN

SOFIPA mantiene un aceptable desempeño social. Su misión y visión están alineadas a los objetivos del plan estratégico. No obstante, sostiene espacios de mejora para integrar indicadores sociales en la gestión. Destacan los esfuerzos realizados en la cultura organizacional, enfocándose en la calidad de atención y sentido de pertenencia de los colaboradores con la institución.

El diseño de productos es bueno, acorde al perfil de sus clientes objetivo, aunque con margen para reforzar la oferta crediticia. La responsabilidad social hacia el cliente es buena, si bien queda margen para fortalecer la prevención del sobreendeudamiento. También destaca una favorable responsabilidad social hacia el personal, con avances en la productividad y ratios de rotación. El balance financiero-social se mantiene moderado, con reto en generar eficiencias en favor de mejorar los márgenes

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

Mejorar la calidad de vida de las familias mediante soluciones financieras oportunas e innovadoras.

Visión:

Ser una empresa líder en finanzas populares confiable y rentable atendiendo a más de 150,000 familias al 2025.

La misión institucional de SOFIPA define las características con las que deben contar sus productos financieros. No obstante, mejores prácticas delimitan mejor el segmento objetivo donde se desea tener impacto.

La visión es más acotada y plantea una meta clara tanto de alcance como de plazo. Ello permite a la entidad evaluar su nivel de cumplimiento y ajustar sus objetivos específicos y accionables.

MATRIZ DE DESEMPEÑO SOCIAL

Área	Nivel	Fundamentos
Definición y Monitoreo de Objetivos Sociales	Bueno	<ul style="list-style-type: none"> » Alineamiento de la visión con objetivos estratégicos, haciéndola medible. » Mantiene una excelente profundidad y nicho claro, con estrategias de incremento de cobertura. » Plan estratégico con de estrategias de gestión del talento adecuadas. » Mantiene retos de integrar indicadores sociales en la gestión. » Principios filosóficos promueven compromiso con la comunidad y medioambiente.
Compromiso de la Junta Directiva, Alta Gerencia y Personal	Moderado	<ul style="list-style-type: none"> » Gobierno corporativo mantiene moderado compromiso social. Se está trabajando en mejorar la calidad y fiabilidad de la información. » Es positivo que se considere el compromiso y foco en el cliente dentro del perfil en el reclutamiento. » Favorable capacitación en temas de cultura organizacional. » Mejora en el nivel de recordación de misión y visión por el personal.
Diseño y Adecuación de Productos	Bueno	<ul style="list-style-type: none"> » Buen diseño y adecuación de productos para perfiles de cliente. » Tiene espacios de mejora en la adaptación de sus productos financieros a las necesidades específicas rubros/sectores. » Sostiene retos en la prevención del sobreendeudamiento.
Responsabilidad Social hacia el Cliente	Bueno	<ul style="list-style-type: none"> » Mantiene una buena responsabilidad social hacia el cliente, con acciones en favor de la calidad de atención. » Margen para fortalecer la retención de clientes. » Espacios de mejora en Principios de Protección al Cliente, principalmente en la prevención del sobreendeudamiento y precios responsables.
Responsabilidad Social hacia el Personal	Bueno	<ul style="list-style-type: none"> » Reducción de la rotación del personal y analistas. » Favorable gestión del área de Recursos Humanos, con acompañamiento al colaborador durante toda su experiencia en la institución. » Reconocimientos por desempeño puede incluir a familia de colaborador. » Positivas medidas para supervisar el trato justo al personal.
Finanzas Responsables	Moderado	<ul style="list-style-type: none"> » Mantiene un equilibrio social-financiero moderado. » Rentabilidad patrimonial ajustada pero positiva, aunque con margen operativo aún en recuperación.

CONTEXTO SOCIAL

Perfil Social de País

	Dic-17	Dic-18	Dic-19	Dic-20	Dic-21
Inflación Anual	6.8%	4.8%	2.8%	3.2%	5.9%
Devaluación Anual	-4.6%	-0.5%	-4.2%	5.8%	3.2%
Tasa de Cambio, fin del periodo/US\$	19.8	19.7	18.9	20.0	20.6
Crecimiento Anual del PBI	2.1%	2.2%	-0.2%	-8.5%	4.8%
PBI per cápita (US\$)	\$9,288	\$9,687	\$9,950	\$8,329	\$9,008
Población (millones)	124.8	126.2	127.6	128.9	127.8
Incidencia de Pobreza Total*	46.3%	41.9%	41.5%	50.6%	50.6%
Incidencia de Pobreza Extrema**	7.6%	7.4%	10.6%	18.4%	18.4%
Desempleo***	3.4%	3.3%	3.5%	4.7%	4.7%

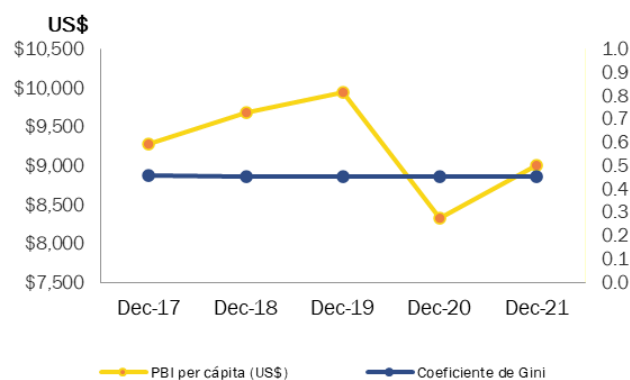
Fuente: International Finance Statistic, CEPAL, Banco Mundial.

* Medida como porcentaje de la población con ingresos por debajo de la línea de pobreza. Última información disponible de 2020.

** Medida como porcentaje de la población con ingresos por debajo de la línea de pobreza extrema. Última información disponible de 2020.

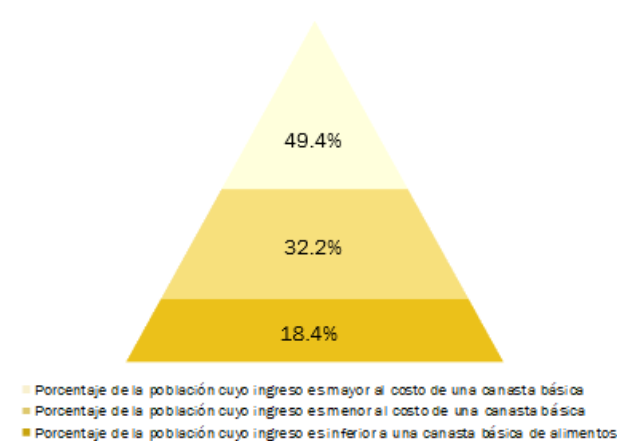
*** Última información disponible de 2020.

Gráfico 1:
PBI per cápita / Coeficiente Gini



Fuente: Banco Mundial

Gráfico 2:
Distribución de la población según índice de pobreza



Fuente: CONEVAL

México es catalogado como un país de Desarrollo Humano Alto, según el último ranking de Índice de Desarrollo Humano (2019), ubicándose en el puesto 74 de 189 países. Sin embargo, a diciembre 2020 hubo un incremento de 8.1% en la pobreza (50.6%) y 7.8% en extrema pobreza (18.4%) a comparación del año anterior. Asimismo, México tiene un nivel de corrupción elevado, encontrándose en el puesto 124 de 180 países, según Transparency International.

Los pronósticos del Banco Mundial para 2022 indican que el crecimiento del PBI se desaceleraría a un 3% (en 2021 se tuvo un crecimiento de 5%) debido a una posible caída de la demanda externa de Estados Unidos, siendo impulsado principalmente por el consumo local. La inflación en 2021 cerró

en 7.4%, siendo la mayor en los últimos 20 años. Ello, impulsado principalmente por el alza de los productos agropecuarios y servicios energéticos.

Respecto a la evolución del Covid-19, los datos recolectados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) explican que se han descubierto 5.5 millones de casos hasta el mes de marzo del 2022. Sin embargo, el nivel de vacunación del país es aproximadamente 90%, el cual es uno de los mayores porcentajes de vacunados en Latinoamérica.

El mercado microfinanciero, de acuerdo con Prodesarrollo al cierre del 2021, estaba conformado por 57 instituciones: 2

Entidades Bancarias, 10 SOFIPO⁶ y SOFINCO7, 35 SOFOM⁸, 10 Entidades Dispersoras⁹. Mantiene un marco regulatorio sólido para el sistema bancario, encargado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Sin embargo, el impacto de la pandemia en la economía mexicana, también se ve reflejado en el mercado microfinanciero. Al segundo trimestre de 2021, la cartera de crédito de las IMF se contrajo en 2.73%, mientras que los clientes activos en 4.42%. No obstante, la cartera en riesgo mayor a 90 días disminuye de 4.95% a 3.10%. Cabe

indicar que existen iniciativas legislativas para limitar las tasas de interés y las comisiones que, de aprobarse, podrían tener un impacto negativo en la rentabilidad y expansión del sistema financiero.

En ese sentido, SOFIPA mantiene claridad en el nicho objetivo en el mercado del microcrédito; no obstante, tiene espacio para potenciar su oferta de valor con productos que logren una diferenciación respecto a la competencia.

⁶ Sociedades Financieras Populares.

⁷ Sociedad Financieras Comunitarias.

⁸ Sociedad Financiera de Objeto Múltiple no regulada.

⁹ Empresas que reciben financiamiento de la Financiera Rural a través del Programa de Financiamiento a Entidades Dispersoras, Programa de Financiamiento al Campo Cañero, al Sector Algodonero y Arrocero,

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

SOFIPA presenta espacios para ajustar el Plan Estratégico 2021-2025. La institución mantiene sus proyecciones pese a que en 2021 existió un contexto aún complicado por la pandemia. No obstante, es destacable que hayan alineado su visión al objetivo estratégico de Cobertura, manteniendo las estrategias de fidelización (retención), captación de nuevos clientes. Es positivo que dentro de las estrategias de atracción se contemple la apertura de nuevas agencias en zonas geográficas con potencial, así como el incremento de las zonas de cobertura de las sucursales actuales, ampliando el alcance de clientes pertenecientes a su nicho objetivo.

Es favorable también que dentro de los objetivos estratégicos se plantee el desarrollo de competencias del personal mediante los procesos de formación y capacitación. Es loable que se planteen acciones en la gestión del talento humano como: mejorar la fidelización de los trabajadores mejorando los esquemas de incentivos y reconocimientos, desarrollar planes de carrera, acompañamiento, implementar un plan de compromiso social, reforzamiento de la cultura organizacional y de las habilidades de liderazgo. Se resalta que estas acciones deben estar alineadas con el modelo de negocios y estrategia corporativa

Cabe indicar que mejores prácticas incluyen indicadores y metas sociales en el Plan Estratégico. Ello les permite medir los avances en el cumplimiento y realizar los ajustes necesarios, de ser el caso.

Sistematización de Objetivos Sociales

Si bien la institución afirma contar con un panel de indicadores sociales monitoreados anualmente, también declara que éstos no fueron incluidos en la planeación estratégica. Por lo tanto, se mantiene el desafío de integrar los indicadores sociales a dicha planeación.

La masificación del proyecto Amelie, proyectada para junio 2022, brindaría las herramientas necesarias para mejorar la calidad de la data obtenida de los clientes. De este modo se aumentaría su fiabilidad para definición y uso de indicadores sociales.

Si bien actualmente en las solicitudes de crédito se requiere información relacionada a la vivienda, escolaridad, ingresos y bienes del cliente, esta información no se encuentra sistematizada. A través de este proyecto, la data del cliente se ingresa directamente al sistema, reduciendo el riesgo operativo de la metodología tradicional a través de formatos físicos.

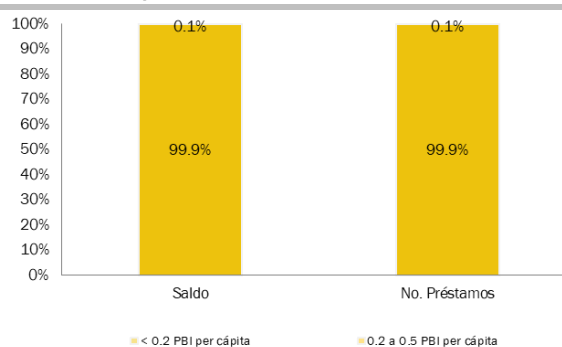
El área de Recursos Humanos realiza una buena labor en el monitoreo de los empleados, lo cual implica los procesos de inducción, capacitación, desempeño, plan de carrera e, inclusive, salida.

Profundidad de los Servicios

	Dic-19	Dic-20	Dic-21
Porcentaje de clientes en zonas rurales (%)	81.3%	80.8%	80.8%
Porcentaje de clientes mujeres (%)	98.2%	89.1%	97.0%
Porcentaje de préstamos con garantías no tradicionales (%)	95.2%	71.2%	91.7%
Crédito promedio por cliente (US\$)	\$333	\$328	\$353
Promedio de crédito/PBI per cápita	3.3%	3.9%	3.9%

SOFIPA mantiene una destacada claridad de nicho objetivo, así como profundidad de operaciones. La institución es congruente con su misión, enfocando la atención a mujeres principalmente en zonas rurales. Inclusive, dentro de las políticas crediticias de crédito grupal se indica que los sujetos de crédito deben ser mujeres de sector socioeconómico C o D. Asimismo, el crédito promedio de US\$353, equivalente a 3.9% del PBI *per cápita* mexicano lo ubica en el nicho bajo del microcrédito local. Además, el 99.9% de los créditos han sido desembolsados por un monto menor al 20% del PBI *per cápita*. Ello responde a una reducción del crédito promedio individual, históricamente de mayor monto en comparación con los créditos grupales.

Gráfico 3: Composición de Cartera a diciembre 2021



Acciones hacia la Comunidad y Medio Ambiente

Es positivo que uno de los principios filosóficos de SOFIPA considere la consciencia del valor aportado a las comunidades y el compromiso en el cuidado y protección del medio ambiente. Además, el código de ética promueve el uso razonable de recursos que fomenten el cuidado del medioambiente. Ello se encuentra reforzado con una política de protección al ambiente, que promueve el uso de materiales con menor impacto ambiental, eficiencia energética, y ahorro de agua, entre otros fines.

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 compromiso del Consejo de Administración se mantiene moderado. Si bien existen intenciones de contar con indicadores de desempeño social, no se cuenta aún con objetivos sociales formalizados. No obstante, se viene trabajando en la calidad y fiabilidad de la información de los clientes a través del proceso de digitalización de la evaluación crediticia (aún en etapa de masificación).

Respecto a la evaluación de la Gerencia y Consejo de Administración, es positivo que incluyan aspectos como contribución para el trabajo en equipo, liderazgo y ética profesional.

El ajuste de la Misión y Visión es favorable, en la medida que delimita las características de sus productos financieros, así como también que fija una meta en número de familias a alcanzar en un plazo determinado. Esto facilitaría la rememoración e interiorización de la misma. Cabe indicar que esta meta se ha mantenido, pese a que el escenario adverso de 2021 no permitió lograr los objetivos proyectados. Si bien la Visión es más concreta y plantea una meta, la Misión aún es algo general en cuanto al impacto que se espera generar.

Selección y Capacitación

Es favorable que SOFIPA cuente con una matriz de competencias detalladas por puesto. Dichas competencias son agrupadas en 3 grandes categorías (transversales, duras y blandas), donde inclusive se indica el nivel requerido por cada una. Resulta positivo que se haya incorporado competencias como comunicación, enfoque al cliente, visión de negocio, trabajo en equipo, entre otros. Ello les permite desarrollar un perfil más completo del colaborador que valore estos puntos adicionales a la experiencia y conocimiento del rubro.

El plan de capacitaciones tiene un diseño adecuado, cubriendo los principales temas/competencias requeridos para los distintos perfiles. El procedimiento de reclutamiento y selección específica que los candidatos deben cumplir con al menos el 80% de las competencias. La brecha pendiente es cubierta mediante el proceso de inducción, capacitación y aprendizaje en campo. Es adecuado que las capacitaciones se lleven a cabo en horario laboral, respetando el tiempo personal de los colaboradores y, en lo posible, de manera presencial integrando al personal de distintas agencias.

Cabe señalar que en el proceso de inducción en la primera semana se capacite no solo metodología, sino también temas de cultura organizacional. En este proceso también incluye 1 semana con un mentor (analista experimentado), y 21 días de monitoreo directo por parte del gerente de sucursal.

Existe una mejora en el conocimiento de la misión y visión por parte del personal, relacionado al reforzamiento de la cultura organizacional (capacitaciones). Asimismo, se cuenta con una programación de eventos sociales que promueven espacios de integración y reforzamiento de pertenencia a la institución.

Sistema de Incentivos

Aún se encuentra pendiente la inclusión de indicadores sociales dentro de la política de incentivos de la institución. No obstante, es positivo que exista un equilibrio en los componentes de la bonificación variable, considerando no solo el crecimiento de cartera y desembolsos, sino también en número de clientes (clientes nuevos) y calidad de cartera.

Es destacable que para los ascensos se considere también el conocimiento del Código de Ética aplicado tanto en procesos internos como en la casuística de las evaluaciones, adicional al tamaño de cartera que gestiona el asesor/analista.

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 tiene un buen desempeño en el diseño y adecuación de productos. La entidad se dirige a dos tipos de público objetivo, para lo cual cuenta con dos marcas diferentes. Cada marca trabaja con productos, condiciones e imagen institucional enfocados en el público que atienden. SOFIPA tiene como público objetivo grupos de mujeres con negocio (o por iniciar un negocio) de bajos recursos (NSE¹⁰ D y E); mientras que MasBisne está dirigido a personas naturales con negocio, preferentemente informales. Es propicio que con cada evaluación se realicen encuestas de satisfacción que sirven como *input* para la mejora y/o diseño de productos.

Es destacable que la institución cuente con un cuadro que sintetice la información más importante por producto para ambas marcas. En el caso de SOFIPA, el principal producto continúa siendo el Crediimpulso Mujer, cuyas características son adecuadas para el perfil del cliente objetivo; por ejemplo, cuentan con pagos semanales (negocios de generación diaria). Los productos de MasBisne, siendo su producto principal el mismo nombre de la marca, también cuentan con un diseño adecuado con frecuencias de pago personalizadas (cada 7, 14 y 30 días) acorde al ciclo de generación de efectivo y capacidad de pago del cliente.

Es de resaltar que se consideren créditos únicamente en moneda local, teniendo en cuenta las características de sus clientes: personas emprendedoras con pequeños negocios que tranzan en moneda local, de tal forma que tanto SOFIPA como sus clientes no se encuentren expuestos al riesgo cambiario. También es positivo que las cuotas sean constantes, siendo un pago más fácil de entender y afrontar para sus clientes. No obstante, sigue siendo un desafío la prevención del sobreendeudamiento ya que, si bien se realizan revisiones de buró y círculo de crédito, en algunos casos los clientes se encuentran en evaluación de manera simultánea en más de una institución o, inclusive, recurren a prestamistas alternativos.

Detalle de cartera a diciembre 2021

Producto	Cartera	Prestatarios	Crédito promedio
Banca Comunal	78.1%	91.7%	\$300
Microempresa	21.4%	8.1%	\$935
Otros créditos	0.5%	0.2%	\$722
Total	100%	100%	\$353

Por otro lado, mantiene desafíos en la identificación de características particulares por sector económico. La digitalización del proceso crediticio (en etapa de despliegue) tiene como uno de sus objetivos recolectar información relevante, que les permita seguir mejorando su oferta de productos financieros. Esto se viene realizando a través del aplicativo móvil Miofi, el cual inclusive les permite a los asesores/analistas recolectar la información *offline* para ubicaciones alejadas de zonas urbanas, siendo cargada al sistema una vez que se cuente con señal.

Adicionalmente, SOFIPA ofrece un seguro de desgravamen que cubre el monto adeudado en caso de fallecimiento del titular. De manera complementaria, en caso de deceso del titular, cónyuge o hijos hasta los 24 años, este seguro otorga US\$ 675 al beneficiario o su familia, según corresponda. Es loable que, en coherencia con su misión, SOFIPA entregue dicho monto de manera inmediata, inclusive previo a tramitar la devolución con la aseguradora.

Número de Productos y Servicios Financieros

	Dic-19	Dic-20	Dic-21
Número de productos financieros	3	3	3
Número de servicios financieros	1	1	1
Número de productos no financieros (Serv. Sociales)	1	1	1

Servicios No Financieros

En 2021 se retomaron las charlas y capacitaciones con las clientas de banca comunal en las que se integra incluye educación financiera. Adicionalmente, SOFIPA ofrece información de uso libre de educación financiera en su página web (tanto en SOFIPA como en MasBisne), que incluyen temas como definiciones de terminología básica de negocios, finanzas personales, inversión, sobreendeudamiento y consejos en finanzas.

¹⁰ Nivel socioeconómico acorde a clasificación de la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión.

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.

Respecto a la responsabilidad social hacia el cliente y cumplimiento de principios de protección al cliente, SOFIPA presenta un nivel aceptable en ambos casos, sin mayores variaciones en 2021. Sus niveles aceptables en ambos casos. La retención de clientes se mantiene similar al año anterior, aunque por debajo de otras instituciones comparables.

Responsabilidad hacia el Cliente

	Dic-20	Dic-21
Retención de clientes	63.2%	64.3%
Apropiado Diseño y Entrega de Productos	Bueno	Bueno
Prevención del Sobreendeudamiento	Moderado	Moderado
Transparencia	Bueno	Bueno
Precios Responsables	Moderado	Moderado
Tratamiento Justo y Respetuoso al Cliente	Bueno	Bueno
Privacidad de los datos del Cliente	Bueno	Bueno
Mecanismos de Resolución de Conflictos	Bueno	Bueno

Prevención de Sobreendeudamiento

La institución realiza distintas acciones para la prevención del sobreendeudamiento como verificaciones de buró y círculo de crédito, mesa de control, comités en agencia y comités grupales (para banca comunal). No obstante, estas medidas resultan insuficientes para controlar otros factores como evaluaciones simultáneas, deudas no reportadas en el sistema, además que su política no limita el número de IMF participantes.

La evaluación de los clientes (metodología individual y grupal) prima el análisis de la capacidad de pago, recogiendo la información de los ingresos y gastos de la familia y el negocio. Sin embargo, queda fuera del control de la institución si los grupos o clientes individuales se encuentran en evaluaciones simultáneas (con diferentes IMF). También es una característica del mercado que los clientes accedan a prestamistas informales, compras por catálogo u otras obligaciones que no se reflejan en las centrales de riesgo.

Respecto a sus políticas crediticias, estas aún sostienen espacios de mejora. Por ejemplo, no se delimita el número de

entidades deudoras (en mejores prácticas se establece 3 o 4 IMF como máximo). Otro ejemplo es que en el caso del crédito individual el ratio cuota excedente puede llegar hasta el 100% cuando el analista tiene más de 1 año de experiencia (70% para analistas de menos de 1 año); mientras que en el caso del crédito grupal, el ratio es de 80% (mejores prácticas consideran un ratio cuota excedente de 70%, e incluso 60% para un primer crédito).

Transparencia

La entidad muestra una buena transparencia. En el caso de los créditos grupales se realizan charlas previas y una capacitación obligatoria a todo el grupo, espacio que sirve para comunicar las principales características del crédito y resolver dudas. No obstante, se identificó una falta de consistencia entre el personal en la claridad del mensaje, por lo que se podría estar trasladando información inexacta a los clientes.

Trato Justo y Respetuoso

Es positivo que dentro de las competencias a evaluar para cada puesto se considere el “manejo de conflictos” y el “análisis y solución de problemas”. La inducción y capacitaciones refuerzan estas competencias, así como el servicio y atención al cliente.

La Unidad de Atención al cliente realiza una labor adecuada. Los miembros de esta área reciben, derivan y hacen seguimiento a las quejas, reclamos y consultas de los clientes hasta su resolución, asegurando que la atención sea efectiva.

Privacidad de Datos

La información de sus clientes cuenta con una seguridad adecuada. Su sistema cuenta con accesos por roles que permiten acceder únicamente a la información relevante para el perfil del colaborador. En caso de desvinculación, los accesos son retirados.

Respecto al aviso de privacidad, es apropiado que los lineamientos de la política de privacidad delimiten sus características. Por ejemplo, define la información mínima que debe tener, no deja espacio para la interpretación, la redacción e inclusive el canal de comunicación deben ser ajustados acorde al perfil que va dirigido. Ello permite una comunicación clara hacia los clientes sobre el tratamiento que tendrán sus datos personales.

Mecanismos para la Resolución de Reclamos

El Manual de Políticas de Atención al Cliente de SOFIPA es claro en cuanto a cómo gestionar las consultas, aclaraciones,

quejas, sugerencias y felicitaciones de los clientes. Dicho documento se encuentra enmarcado en las leyes de protección y de transparencia de los usuarios de servicios financieros.

Existen diversos medios de contacto para el cliente como: línea telefónica, correo electrónico y directamente en las sucursales. Es destacable que el responsable dentro de la Unidad de Atención al Cliente que haga seguimiento hasta la resolución de la queja o reclamo, y que esto sea comunicado de manera efectiva al cliente. Cabe indicar que durante 2021 el tiempo promedio de resolución de quejas fue de 3.7 días, muy por debajo de lo establecido por ley. Este ratio no incluye las quejas que son realizadas (y resueltas) en sucursales, ya que no son informadas a la Unidad de Atención al Cliente.

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	Dic-21
Rotación de Empleados	40.4%	41.5%	36.7%
Rotación de Analistas	42.3%	52.2%	45.7%
Beneficios laborales adicionales a Ley	Sí	Sí	Sí
Línea de carrera formalizada	Sí	Sí	Sí
Sistema formalizado de quejas y reclamos para el personal	Sí	Sí	Sí

SOFIPA alcanza una buena responsabilidad hacia el empleado, mejorando en los ratios de rotación de empleados y analistas. Ello obedece a un trabajo del área de recursos humanos en el refuerzo de la cultura organizacional y sentido de pertenencia. Además, que no se dieron nuevos recortes de planilla, a diferencia de 2020.

En el caso del proceso de reclutamiento y selección, resalta que se cuente con perfiles por competencias definidos, así como el nivel requerido por competencia. SOFIPA mantiene buenos tiempos de respuesta para cubrir puestos vacantes. Además, destaca la estructura y contenido del proceso de inducción, así como el acompañamiento que reciben los analistas/asesores, lo cual es reforzado en las capacitaciones (ver *Selección y Capacitación*).

Los trabajadores de SOFIPA cuentan con una línea de carrera definida, con requerimientos objetivos y claros (volumen de cartera, conocimiento metodológico y código de ética) para avanzar en esta. Cabe indicar que también es tomado en cuenta el *feedback* recogido de las llamadas a clientes sobre la atención del analista/asesor y las evaluaciones de desempeño. Recursos Humanos también aprovecha esta información para el reforzamiento del plan de carrera de cada colaborador.

Existen acciones de reconocimiento por desempeño para el personal de campo (Analista/Asesor del mes), realizadas tanto en la sucursal como en la vivienda del colaborador, junto con su familia. Adicional a ello, reciben beneficios adicionales a ley como vales de despensa, movilidad, seguro de vida gratuito y financiamiento de motocicletas (SOFIPA asume parcialmente el costo).

Es positivo que exista un reporte sobre la encuesta de clima laboral realizada por Recursos Humanos, y que muestre los resultados por región. No obstante, no se incluyen principales conclusiones, aprendizajes o acciones futuras. Mejores prácticas realizan la encuesta de clima laboral a través de un ter-

cero independiente, promoviendo la transparencia de las respuestas. Adicionalmente, cuentan con canales de denuncias anónimas para reportar situaciones sospechosas, acciones en contra del código de ética o cualquier problema general.

Si bien existen casos de despidos, estos deben ser debidamente justificados por el superior directo. Por ejemplo, casos probados de trabajadores que realizaron acciones contra el código de ética como cobros indebidos a clientes. Ello en salvaguarda del trato justo al colaborador. Además, esto es contrastado con las encuestas de salida realizadas por un entrevistador del área de Recursos Humanos.

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 sostiene moderado balance financiero-social. Mantiene un margen operativo negativo, afectado aún por los rezagos de la pandemia, pese a los signos de recuperación de la economía mexicana. No obstante, los seguros de vida continúan siendo un ingreso importante que les permite mantener un ROE aún positivo.

Finanzas Responsables

	Dic-20	Dic-21
Gastos operativos por cliente (US\$)	\$182	\$187
Gastos de operación	55.2%	55.0%
Retorno sobre el patrimonio (ROE)*	1.7%	1.3%
Margen Operativo	-1.8%	-2.3%
Cartera en riesgo	5.8%	5.0%
Castigos	5.5%	6.2%

* Ajustado

Si bien en 2021 SOFIPA presenta una ligera recuperación en el rendimiento de cartera, aún presenta un dinamismo bajo. La entidad determina la tasa teniendo en cuenta una serie de factores que tienen impacto sobre el riesgo crediticio. En el caso del crédito grupal se tiene en cuenta el ciclo o tamaño del grupo; mientras que, en el individual, el monto, plazo y cobertura de garantías.

El costo del crédito que termina asumiendo el cliente, si bien es consistente con los estándares observados en México, permanece elevado en términos internacionales.

Costo del crédito al cliente a diciembre 2021

Metodología y Monto	Frecuencia	Garantía Líquida	CNA*	CEA**
Banca Comunal US\$500 (ciclo 3)	Semanal	10%	157.1%	370.1%
Banca Comunal US\$500 (ciclo 3)	Semanal	No	131.0%	264.7%
Banca Comunal US\$1,000 (ciclo 4)	Semanal	No	145.9%	321.7%
Individual US\$1,500	Mensual	No	80.7%	116.6%

* Costo Nominal Anual.

** Costo Efectivo Anual. Toma en cuenta los efectos compuestos. Ambos incluyen intereses, seguro de desgravamen e impuestos.

Crédito Banca Comunal US\$500 sin garantía líquida (ciclo 3)

	CNA*	CEA**
Interés	107.7%	190.3%
Seguro Desgravamen	6.1%	18.0%
IVA	17.2%	56.4%
Total	131.0%	264.7%

* Costo Nominal Anual.

** Costo Efectivo Anual. Toma en cuenta los efectos compuestos. Ambos incluyen intereses, seguro de desgravamen e impuestos.

La recuperación del rendimiento de cartera de SOFIPA no fue suficiente para compensar el incremento del costo financiero, presionado por el alza internacional de tasas de interés. Los gastos de operación se mantienen por encima del promedio comparable (55% vs 41%), manteniendo espacio aún para generar eficiencias¹¹. La generación de estas eficiencias sería clave para las proyecciones de SOFIPA de un menor rendimiento de cartera (por menores tasas de interés cobradas), sin comprometer la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

La solvencia se mantiene manejable, si bien el apalancamiento no muestra variación respecto al periodo anterior (3.1x) el Benchmark de México a Dic-21 es de 2x (antes 2.8x).

¹¹ Ver sección Perfil Financiero en Reporte de Calificación Institucional a Diciembre 2021.

FUTURO

- » Masificación total del uso de un aplicativo de celular para la toma de información en campo programada para el inicio del segundo semestre de 2022.

Estado de Situación Financiera (US\$000)

	Dic-17	Dic-18	Dic-19	Dic-20	Dic-21
Activo	9,697	11,416	17,280	18,659	20,174
Caja y Bancos	927	973	1,429	1,231	3,135
Inversiones Temporarias	-	-	32	1	10
Cartera Neta	6,379	8,165	12,451	13,348	13,410
Cartera Bruta	6,510	8,517	13,053	14,087	14,170
Cartera Vigente	6,418	8,245	12,640	13,270	13,455
Cartera en Riesgo	93	271	413	817	715
Provisiones para Préstamos Dudosos	131	352	602	739	760
Intereses Devengados Por Cobrar	91	158	283	521	337
Otros Activos Corrientes	593	236	430	519	524
Inversiones de Largo Plazo	1,019	817	1,210	1,387	892
Activo Fijo	560	824	1,052	1,046	1,016
Otros Activos	129	242	393	608	850
Pasivos	7,803	8,680	13,551	14,532	15,647
Ahorros	-	-	-	-	-
Depósitos a Plazo Fijo, Corto Plazo	-	-	-	-	-
Obligaciones, Corto Plazo	4,902	3,551	8,027	11,641	7,305
Otros Pasivos, Corto Plazo	650	1,143	1,873	1,609	1,462
Depósitos a Plazo Fijo, Largo Plazo	-	-	-	-	-
Obligaciones, Largo Plazo	2,251	3,987	3,651	1,282	6,880
Cuasicapital	-	-	-	-	-
Otros Pasivos, Largo Plazo	-	-	-	-	-
Patrimonio	1,893	2,736	3,729	4,127	4,527
Capital	1,896	2,307	2,729	3,092	3,337
Ganancias (Pérdidas) Periodo	82	431	580	156	251
Resultado de Ejercicios Anteriores	(88)	(6)	394	828	881
Otras Cuentas de Capital	3	3	26	52	58
Total Pasivo y Patrimonio	9,697	11,416	17,280	18,659	20,174
Fuente de los Estados Financieros:	EEFF Auditados	EEFF Auditados	Reporte Gerencial	EEFF Auditados	Reporte Gerencial

Estado de Resultados (US\$000)

Por los periodos comprendidos entre:	Ene-17 - Dic-17	Ene-18 - Dic-18	Ene-19 - Dic-19	Ene-20 - Dic-20	Ene-21 - Dic-21
Ingresos de Intereses y Comisiones	4,910	7,857	10,525	10,120	10,863
Intereses Percibidos	4,819	7,699	10,242	9,600	10,525
Intereses Devengados	91	158	283	521	337
Gastos de Intereses y Comisiones	864	1,516	1,646	1,927	2,497
Ingreso Financiero Neto	4,046	6,341	8,879	8,193	8,365
Provisión para Préstamos Dudosos	173	370	534	951	922
Ingreso Financiero, Después de Provisión	3,873	5,971	8,345	7,242	7,444
Gastos Operativos	3,989	5,759	7,754	7,487	7,771
Personal	2,189	2,573	3,537	3,898	3,781
Otros Gastos Operativos	1,800	3,186	4,217	3,589	3,991
Ingreso Neto de Operaciones	(116)	212	591	(245)	(328)
Otros Ingresos	205	227	154	305	526
Ganancia (Pérdida) de Inversiones	65	108	91	94	85
Otro Ingresos No Extraordinarios	140	119	63	211	441
Otros Gastos	28	(56)	(83)	-	52
Ajuste por el Efecto de Inflación	-	-	-	-	-
Otros Gastos No Extraordinarios	28	(56)	(83)	-	52
Resultado Antes de Cuentas Extraordinarias	61	495	828	60	146
Extraordinarios	33	121	-	-	-
Ingresos Extraordinarios	33	121	-	-	-
Gastos Extraordinarios	-	-	-	-	-
Resultado Antes de Impuestos	94	616	828	60	146
Impuestos	12	185	249	(96)	(105)
Resultado	82	431	580	156	251
Fuente de los Estados Financieros:	EEFF Auditados	EEFF Auditados	Reporte Gerencial	EEFF Auditados	Reporte Gerencial

TABLA COMPARATIVA SOCIAL AJUSTADA
(US\$000)

BASADA EN 31 INSTITUCIONES DE MICROFINANCIAMIENTO

	LIMITE SUPERIOR	1ER. CUARTIL	PROMEDIO	MEDIANA	3ER. CUARTIL	LIMITE INFERIOR
Período: Diciembre 2021						
Profundidad						
Crédito promedio por cliente	\$92	\$764	\$3,360	\$1,390	\$3,420	\$41,471
Monto promedio préstamo / PBI per cápita	1.6%	9.9%	51.5%	22.7%	56.5%	497.9%
Número de préstamos < US\$500 (%)	99.2%	48.0%	31.9%	20.8%	16.4%	3.1%
Número de préstamos < US\$1,000 (%)	99.9%	74.4%	52.4%	51.6%	32.4%	10.7%
Saldo de cartera con préstamos < US\$500 (%)	56.9%	5.6%	7.9%	3.4%	1.1%	0.2%
Saldo de cartera con préstamos < US\$1,000 (%)	86.1%	22.1%	20.0%	12.6%	3.8%	0.9%
% Clientes mujeres	99.8%	67.0%	56.1%	50.7%	47.2%	13.4%
% Clientes en zonas rurales	100.0%	70.5%	40.9%	39.0%	8.2%	0.9%
% Préstamos con garantías no tradicionales	100.0%	98.3%	70.6%	90.7%	37.4%	0.2%
N° de servicios no financieros	36	3	6	2	1	1
Monto de depósitos / N° de depositantes	\$25	\$681	\$1,302	\$1,078	\$1,660	\$3,140
Monto de depósitos / Deuda	100.0%	96.0%	79.6%	92.5%	67.0%	9.1%
Retención de depositantes	100.0%	99.4%	77.8%	94.7%	58.4%	21.3%
Saldo de microcrédito / Cartera bruta	100.0%	91.0%	58.6%	56.7%	32.6%	9.7%
Saldo promedio de microcrédito por cliente	\$96	\$762	\$1,638	\$1,341	\$1,810	\$6,227
Saldo promedio de pequeña empresa por cliente	\$497	\$3,461	\$8,113	\$5,484	\$9,185	\$39,809
Eficiencia, Costo y Sostenibilidad						
Gastos operativos / Cartera bruta promedio	2.5%	9.2%	23.9%	16.5%	28.9%	103.6%
Gastos operativos por prestatario (US\$)	\$85	\$187	\$276	\$237	\$310	\$797
EIR (Tasa de interés efectiva para créditos US\$500)	28.5%	48.2%	132.2%	61.5%	126.5%	759.9%
APR (Tasa de interés nominal para créditos US\$500)	25.3%	40.0%	70.2%	49.9%	83.1%	219.7%
Ingreso neto / Patrimonio promedio (ROE)	26.9%	7.2%	-6.5%	0.6%	-16.6%	-55.7%
Ingreso neto / Activo promedio (ROA)	13.4%	1.7%	-0.7%	0.1%	-3.8%	-15.7%
Margen operativo	11.3%	4.5%	0.5%	1.2%	-3.3%	-13.4%
Número de prestatarios / Total personal	163	89	64	52	30	12
Gasto de personal / Cartera bruta promedio	0.4%	5.2%	15.0%	10.2%	18.3%	49.1%
Oficiales de crédito / Total personal	64.5%	48.4%	41.6%	39.6%	34.5%	12.8%
Sueldo variable / Sueldo base	104.0%	45.2%	39.9%	37.0%	27.0%	4.0%
Personal con < 12 meses en la empresa	6.0%	16.7%	31.1%	26.3%	37.0%	77.2%
Cartera en Riesgo / Cartera Bruta	2.1%	6.3%	9.7%	9.2%	10.9%	23.6%
Castigos / Cartera Bruta	0.4%	1.9%	3.9%	2.7%	4.2%	17.8%
Responsabilidad						
N° préstamos / N° clientes	1.0	1.0	1.2	1.1	1.2	2.5
Gastos de capacitación / Gastos operativos	11.7%	3.4%	3.2%	0.5%	0.3%	0.2%
Retención de clientes	87.4%	78.9%	70.2%	74.2%	62.4%	45.1%
Rotación de empleados	4.9%	16.7%	33.1%	21.7%	37.9%	139.7%
Rotación de empleados mujeres	0.0%	18.7%	30.0%	22.4%	27.7%	135.6%
Rotación de empleados varones	5.0%	14.1%	37.0%	28.4%	44.3%	143.0%
Rotación de analistas	9.6%	23.5%	43.8%	39.2%	49.2%	167.5%
Rotación de analistas mujeres	6.7%	24.3%	44.3%	34.4%	52.4%	154.5%
Rotación de analistas varones	5.8%	22.2%	50.8%	46.7%	60.0%	177.3%
Gasto de proyectos sociales / Gastos operativos	15.3%	6.2%	5.0%	3.4%	1.9%	0.2%

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 © 2022 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 © 2022 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.