

## CALIFICACIÓN SOCIAL

### SOFIPA

México / Abril 2023

#### CALIFICACIÓN



#### PERSPECTIVA

**Positiva**

#### EQUIPO DE ANALISTAS

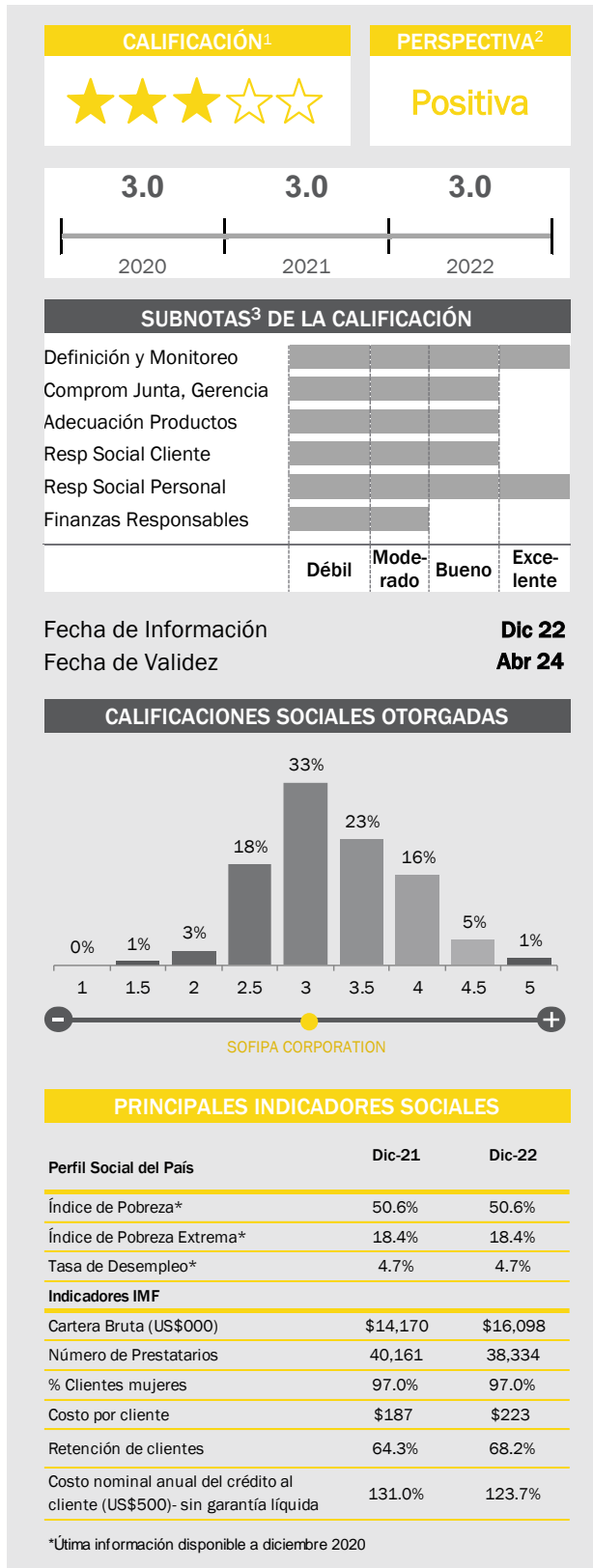
---

**Daniel Panaifo**

danielpc@microrate.com

**Jhon Ramos**

jhon.ramos@microrate.com



## SOFIPA

SOFIPA<sup>4</sup> Corporation S.A.P.I. de C.V., SOFOM E.N.R.<sup>5</sup> (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 2022 presenta una cartera de US\$16.1 millones y 38,334 prestatarios, principalmente con metodología grupal, pero también individual. Con crédito un promedio de US\$420, SOFIPA se ubica en el nicho bajo del microcrédito local.

## FUNDAMENTOS DE CALIFICACIÓN

SOFIPA muestra una buena gestión de desempeño social. La reciente incorporación de objetivos sociales alineados a la misión evidencia un mayor compromiso social por parte de las altas instancias de la institución. Al mismo tiempo, la diversificación de productos mediante la colocación de créditos individuales responde a las mayores necesidades financieras de sus clientes, quienes en su mayoría también pertenecen al nicho bajo del microcrédito, pero que muestran ser más resilientes a cambios desfavorables en el entorno. A ello se suman las múltiples herramientas para recopilar retroalimentación de sus clientes. Por otro lado, alcanza una excelente responsabilidad hacia el personal junto con un buen compromiso frente a sus clientes.

No obstante, presenta el desafío de revertir el margen operativo negativo que viene siendo presionado principalmente por los altos gastos financieros y operativos. Esto es importante para robustecer el perfil financiero y dar sostenibilidad a su misión en el tiempo.

<sup>2</sup> Ver Anexo I.

<sup>3</sup> Ver Anexo II.

<sup>4</sup> Sociedad Financiera del Pacífico.

<sup>5</sup> Sociedad Financiera de Objeto Múltiple Entidad no regulada.

<sup>1</sup> 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 corporativa de SOFIPA define claramente las características que deben tener sus productos financieros. Sin embargo, una mejor práctica es definir mejor el segmento de objetivo y la calidad de vida en la que desea marcar la diferencia.

Resulta oportuna la reciente incorporación de objetivos sociales en el plan estratégico, así como indicadores y metas que permitan medir y monitorear la calidad de vida de sus clientes a fin de buscar el pleno cumplimiento de la misión.

## MATRIZ DE DESEMPEÑO SOCIAL

Área	Nivel	Fundamentos
<b>Definición y Monitoreo de Objetivos Sociales</b>	Excelente	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Reciente incorporación de objetivos e indicadores sociales dentro del plan estratégico.</li> <li>» Mantiene su atención hacia clientes de bajos ingresos, con limitado acceso a la banca tradicional.</li> <li>» Excelente profundidad de operaciones a pesar del incremento de crédito promedio.</li> <li>» Espacios para sofisticar la responsabilidad hacia la comunidad y medio ambiente.</li> </ul>
<b>Compromiso de la Junta Directiva, Alta Gerencia y Personal</b>	Bueno	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Favorable concientización sobre la gestión de desempeño social a nivel de gobierno corporativo.</li> <li>» Proceso de selección, inducción y capacitación formalizados y con contenido social</li> <li>» Esquema de incentivos no incorpora variables sociales.</li> </ul>
<b>Diseño y Adecuación de Productos</b>	Bueno	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Apropiado diseño de productos acorde con el perfil de los clientes (grupal e individual).</li> <li>» Estructura comercial especializada por marca (grupal e individual)</li> <li>» Favorables mecanismos para recoger retroalimentación del mercado y los clientes, aunque mejores prácticas recogen la valoración relacionada a los servicios de seguros, tiendas de conveniencia y capacitaciones.</li> </ul>
<b>Responsabilidad Social hacia el Cliente</b>	Bueno	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Buena responsabilidad social hacia el cliente.</li> <li>» Adecuado cumplimiento de los principios de protección, aunque con algunas oportunidades de mejora.</li> </ul>
<b>Responsabilidad Social hacia el Personal</b>	Excelente	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Excelente responsabilidad hacia el personal.</li> <li>» Buenos niveles de rotación de personal y analistas, inferiores a la media del mercado.</li> <li>» Diversos beneficios adicionales a ley, aunque con espacios para reforzar su comunicación.</li> </ul>

<b>Finanzas Responsables</b>	Moderado	<ul style="list-style-type: none"><li>» Moderado equilibrio social-financiero.</li><li>» Margen operacional negativo afectado por altos gastos financiero y operativos.</li><li>» Rentabilidad patrimonial aceptable, aunque al ser ajustada por la inflación se convierte en negativo. Aun así se mantiene por encima de la media comparable.</li><li>» Costo del crédito es razonable para el mercado local, pero elevado a nivel internacional.</li></ul>
------------------------------	----------	--

---

## CONTEXTO SOCIAL

### Perfil Social de País

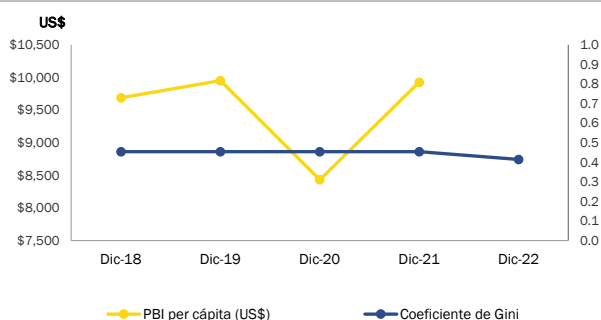
	Dic-18	Dic-19	Dic-20	Dic-21	Dic-22
Inflación Anual	4.8%	2.8%	3.2%	7.4%	7.8%
Devaluación Anual	-0.5%	-4.2%	5.8%	3.2%	-5.7%
Tasa de Cambio, fin del periodo/US\$	19.7	18.9	20.0	20.6	19.4
Crecimiento Anual del PBI	2.2%	-0.2%	-8.3%	4.8%	3.1%
PBI per cápita (US\$)	\$9,857	\$10,145	\$8,655	\$10,046	\$10,046
Población (millones)	126.2	127.6	128.9	127.8	129.0
Incidencia de Pobreza Total*	41.9%	41.5%	50.6%	50.6%	50.6%
Incidencia de Pobreza Extrema**	7.4%	10.6%	18.4%	18.4%	18.4%

Fuente: International Finance Statistic, Banco Mundial, CONEVAL

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

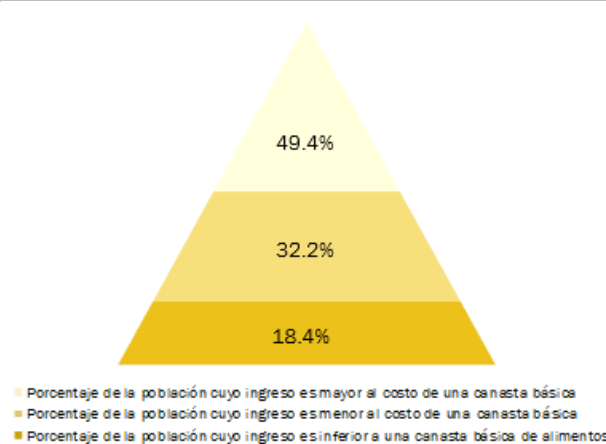
\*\*Medida como porcentaje de la población con ingresos por debajo de la línea de pobreza extrema. Última información disponible de 2020.

**Gráfico 1:**  
PBI per cápita / Coeficiente Gini



Fuente: Banco Mundial

**Gráfico 2:**  
Distribución de la población según índice de pobreza



Fuente: CONEVAL

Al cierre del último trimestre 2022, la economía mexicana muestra un aceptable crecimiento impulsado por los sectores de servicios, industria y comercio que, al igual que la inversión privada, muestran recuperación en esta etapa post pandemia. Sin embargo, la crisis geopolítica internacional seguiría afectando el desempeño económico traduciéndose en una desaceleración del PBI (1.8% para el 2023), según última proyección del Fondo Monetario Internacional.

En 2022, la inflación anual se mantuvo por encima del rango meta (2% a 4%) debido a los continuos aumentos en los precios de los "commodities" y los bienes básicos. Por otro lado, Fitch mantuvo la calificación de deuda soberana en BBB- (el nivel más bajo de grado de inversión), advirtiendo riesgos como la débil gobernanza e interferencia política que afecta las perspectivas de inversión.

En el plano político, genera incertidumbre el incremento de casos de corrupción en los últimos años, que han afectado la percepción de confianza en el país. Según Transparencia Internacional, a pesar de las medidas adoptadas para controlarlo, México no ha progresado en su Índice de Percepción de la Corrupción, ubicándose en el puesto 126 de 180 países evaluados a diciembre de 2022. Por otro lado, el gobierno de turno realizó una reconfiguración federal con la desaparición de instituciones y una serie de programas sociales en zonas rurales

México es catalogado como un país de Desarrollo Humano Alto, según el último ranking elaborado por PNUD (2021), ubicándose en el puesto 86 de 191 países. La población en situación de pobreza representa el 43.9% mientras que la po-

breza extrema llega al 8.5%, según última información disponible (2020) publicada por el Consejo Nacional de Evaluación de Política de Desarrollo (CONEVAL). Las entidades federativas con mayor nivel de pobreza son: Chiapas (75%), Guerrero (66.4%), Puebla (62.4%), Oaxaca (61.7%).

Es preocupante la decisión impulsada por el gobierno de turno de extinguir la Financiera Nacional de Desarrollo (NAFIN), ya que ocasiona un desbalance en la liquidez del mercado microfinanciero, principalmente en aquellas que no estaban preparadas para esta medida. Frente a ello, algunas

microfinancieras han venido coordinando esfuerzos entre ellas mismas para crear un fideicomiso que provea de financiamiento al sector.

De este modo, SOFIPA muestra un buen posicionamiento. Destaca el reforzamiento de la marca individual, logrando captar mayor número de clientes en un sector más resiliente. Por otro lado, enfrenta el reto de diseñar una propuesta de valor que permita diferenciarse de la creciente competencia de instituciones con metodología grupal a fin de retomar el dinamismo alcanzado antes de pandemia.

## 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 Plan Estratégico muestra un apropiado balance entre objetivos financieros y sociales. Su propuesta de valor se basa en 4 perspectivas (financiera, clientes, procesos internos, aprendizaje y crecimiento) que busca generar valor para la empresa y los clientes a través del reforzamiento continuo de sus procesos internos y el interés de mantener un personal motivado y capacitado.

Es positivo que se hayan incluido objetivos e indicadores alineados a la misión, cada uno de estos ligados a metas. De allí que se destaca el interés de mejorar la calidad de vida de los clientes a través de sus productos y servicios. Los indicadores para monitorear el cumplimiento de este objetivo son los siguientes: porcentaje de aquellos de clientes que mejoraron sus ingresos y/o capacidad de pago, porcentaje de clientes que cambiaron su condición respecto a la línea de la pobreza y el número de clientes que acceden a educación financiera.

SOFIPA mantiene su intención de seguir impulsando progresivamente la metodología individual, que, si bien es más resiliente a cambios desfavorables en el entorno, no dejan de ser clientes de bajos recursos y con limitado acceso a la banca tradicional.

### Sistematización de Objetivos Sociales

SOFIPA ha integrado objetivos e indicadores sociales al nuevo plan estratégico, los cuales fueron aprobados por el Consejo de Administración. Asimismo, es positivo la realización de ejercicios que les permite evaluar el nivel de cumplimiento de los Estándares Universales de Desempeño Social.

El avance del proyecto de transformación digital Amelie en el proceso de crédito es positivo permitiendo una mejor calidad de los datos, poniéndolos a disposición para la construcción de indicadores y utilizándolo para fortalecer el seguimiento de objetivos por parte del Consejo de Administración.

Resulta oportuno que se esté desarrollando una herramienta digital que sirva para medir el nivel de pobreza de sus clientes en base a preguntas que serán realizadas al momento del levantamiento de la información. Además, resalta la realización de un estudio, a través de un proveedor externo, que busca medir el impacto que tiene el otorgamiento del crédito sobre una muestra de clientes.

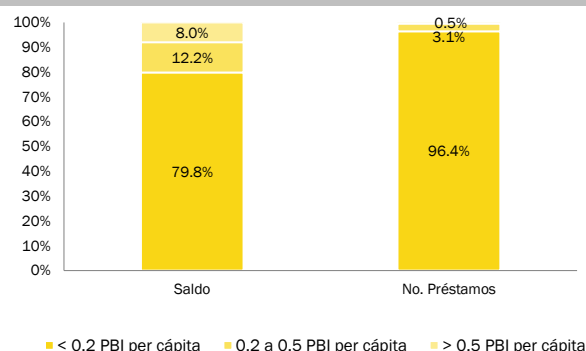
SOFIPA conserva una excelente profundidad de sus operaciones. Si bien el crédito promedio se elevó influenciado por la colocación de préstamos de mayor cuantía, su participación respecto al PBI per cápita se mantiene similar al año anterior y por debajo de la media comparable (6.9% Benchmark Grupal). Además, el crédito promedio de la metodología individual equivale al 12.5% del PBI per cápita, ubicándose todavía en el nicho bajo del microcrédito local.

### Profundidad de los Servicios

	Dic-21	Dic-22
Porcentaje de clientes en zonas rurales (%)	80.8%	80.0%
Porcentaje de clientes mujeres (%)	97.0%	97.0%
Porcentaje de préstamos con garantías no tradicionales (%)	91.7%	83.4%
Crédito promedio por cliente (US\$)	\$353	\$420
Promedio de crédito/PBI per cápita	3.9%	4.2%

Por otro lado, el hecho que el 92.0% del saldo de cartera y el 99.5% del número de clientes provengan de créditos desembolsados menores al 50% del PBI per cápita ratifica la opinión sobre la profundidad.

### Gráfico 3: Composición de Cartera a diciembre 2022



### Acciones hacia la Comunidad y Medio Ambiente

Hacia el medio ambiente, resalta la existencia de una política que fomente el menor uso de materiales que impactan en el medio ambiente. Además, se concientiza al personal en el uso sensato de la electricidad y el agua. A la fecha, la entidad está actualizando su política y evaluando la realización de nuevas iniciativas entorno a la dimensión ambiental de los Estándares Universales de Desempeño Social.

La responsabilidad hacia la comunidad todavía está poco desarrollada. Sin embargo, es positivo que se realicen charlas de diversos temas (finanzas personales, sobreendeudamiento, estrategia de venta, entre otros) a través de redes sociales y que se esté estructurando un programa de educación financiera para comunidades locales.

## 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

SOFIPA muestra un buen enfoque social. Muestra del compromiso de parte del Consejo de Administración y Alta Gerencia ha sido la saludable decisión de reforzar la gestión de desempeño social mediante capacitaciones y la incorporación de objetivos sociales en el plan estratégico. Pese a su incursión en un segmento de créditos de mayor cuantía, mantiene su interés en seguir atendiendo a clientes de la base de la pirámide lo cual mitiga el riesgo de desviarse de su misión.

Si bien se percibe una buena interiorización de la misión en el personal, es importante que se mantenga actualizado al personal sobre las iniciativas entorno a la gestión de desempeño social a fin de afianzar el alineamiento de la misión.

### Selección y Capacitación

La política de selección es buena. Considera aptitudes técnicas y blandas del candidato y su alineamiento con la cultura organizacional. Es una buena práctica que se realicen estudios socioeconómicos y que se incluya una prueba de campo para el postulante a asesor o analista de negocios a fin disminuir riesgos de fraude interno, verificar su afinidad con la cultura organizacional y la metodología crediticia (intensiva en campo), respectivamente. Mejores prácticas promueven la contratación de personas con dificultades para conseguir empleo (madres o padres solteros, personas mayores de edad o con algún tipo de discapacidad).

El proceso de inducción del personal es adecuado, abordando temas sociales como, misión, valores, código de ética, entre otros. Los analistas y asesores reciben 3 semanas de mentoría en la sucursal realizada por un analista experimentado y gerente de sucursal. Si bien el tiempo puede resultar corto, es propicio que se le realice una prueba para validar que ya está preparado para gestionar una cartera.

El proceso de capacitación es bueno, respaldado por un plan que incorpora temas sociales (misión, código de ética, liderazgo, atención al cliente, etc.). Además, se refuerza continuamente la metodología crediticia a fin de que el personal pueda desarrollarse profesionalmente y avanzar sobre su línea de carrera.

Es positivo que las evaluaciones de desempeño consideren aspectos cuantitativos (cumplimiento de metas) y cualitativos (Por ejemplo, satisfacción de cliente interno y externo) para identificar posibles ascensos. Asimismo, el Consejo de Administración y la Dirección General también son evaluados, aunque incorporar aspectos relacionados a la gestión de desempeño social representa un próximo paso.

### Sistema de Incentivos

El esquema de incentivos no incorpora componentes sociales. Sin embargo, es positivo que se considere la calidad de cartera y el cierre de fichas (para el caso de metodología grupal) que de cierta manera ayuda a prevenir el sobreendeudamiento. Mejores prácticas establecen variables que contribuyan a cumplir con los objetivos sociales.

## 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 posee un apropiado diseño y adecuación de productos. La oferta crediticia está diferenciada en dos marcas (Credimpulso Mujer y MasBines), donde la primera está orientada a clientes mujeres y cuya metodología es grupal mientras que la segunda atiende tanto a hombres y mujeres a través de metodología individual.

Cada marca atiende un perfil diferente de cliente donde lo más resaltante es la susceptibilidad ante cambios desfavorables en el entorno. Además, cuentan con una estructura interna y fuerza comercial diferenciadas.

### Detalle de cartera a diciembre 2022

Producto	Cartera	Prestatarios	Crédito promedio
Banca comunal	72.5%	90.9%	\$335
Microcrédito	27.0%	8.8%	\$1,283
Otros créditos	0.5%	0.3%	\$759
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>\$420</b>



Las condiciones crediticias se adaptan a la metodología y a las necesidades de los clientes. Es favorable que los préstamos se realicen en moneda local y que exista flexibilidad para la frecuencia de pagos (semanal, catorcenal o mensual).

#### Número de Productos y Servicios Financieros

	Dic-21	Dic-22
Número de productos financieros	3	3
Número de servicios financieros	1	1
Número de productos no financieros (Serv. Sociales)	1	1

Complementa su oferta crediticia con seguros anexados al crédito. Este cubre el saldo adeudado del titular y otorga un beneficio económico a sus familiares, siendo positivos la rápida atención de la aseguradora para evaluar las solicitudes.

Es positivo que existan diversos mecanismos para obtener retroalimentación de los clientes de ambas metodologías. De hecho, resalta la realización de un ejercicio, a través de una entidad externa, para evaluar el nivel de recomendación de una muestra de clientes y que permite identificar puntos de dolor. De hecho, los resultados obtenidos posicionan a la institución por encima de la media comparable. No obstante, existe el reto de conocer la valoración que le da el cliente a los demás servicios que ofrece la institución como son los seguros, las capacitaciones y las tiendas de conveniencia que reciben pagos de los clientes.

#### Servicios No Financieros

SOFIPA brinda charlas y capacitaciones formales de educación financiera para los clientes de la marca grupal. Ampliar las capacitaciones a los clientes de la marca individual constituye una oportunidad de mejora. Mejores prácticas dictan cursos relacionados con manejo de negocios, concientización ambiental, entre otros.

## 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.*

La responsabilidad frente a los clientes es buena, reflejándose en los adecuados niveles de retención (68.2% vs 67.8% Benchmark grupal) y de cumplimiento de los principios de protección al cliente.

### Responsabilidad hacia el Cliente

	Dic-21	Dic-22
Retención de clientes	64.3%	68.2%
Prevención del Sobreendeudamiento	Moderado	Moderado
Transparencia	Bueno	Bueno
Tratamiento Justo y Respetuoso al Cliente	Bueno	Bueno
Privacidad de los datos del Cliente	Bueno	Excelente
Mecanismos de Resolución de Conflictos	Bueno	Bueno

### Prevención de Sobreendeudamiento

Los mecanismos de prevención todavía son mejorables. A nivel de metodología grupal, resulta positivo que se revise el buró y que visite tanto el negocio y el domicilio del cliente para recopilar información socioeconómica relevante (nivel de ingresos, gastos, entre otros) a fin de estimar su capacidad de pago. Además, es favorable que la misma metodología contenga mecanismos de control dentro del proceso. Por ejemplo, la participación de una persona diferente dentro del proceso de aprobación (gerente de sucursal), la revisión del cumplimiento de las políticas antes del desembolso realizada por un área independiente, entre otros.

Respecto a la metodología individual, existe un análisis más profundo para estimar la capacidad de pago. Sin embargo, existen oportunidades para reforzar los mecanismos de prevención de sobreendeudamiento. Por ejemplo, el ratio de cuota sobre capital (80%) eleva la posibilidad de incumplimiento, más aún cuando la aplicación de la metodología todavía es mejorable y existen señales de sobreendeudamiento en el mercado. Inclusive, es posible otorgar préstamos con un ratio de 100%, que, si bien es solo otorgado para clientes con

excelente comportamiento de pago, potencia la exposición al riesgo de crédito.

### Transparencia

El nivel de transparencia es bueno. Es positivo que el personal encargado del desembolso cuente con protocolos de desembolso que sirven como guía para comunicar información relevante sobre el crédito. De este modo, el cliente recibe información sobre el monto del crédito, comisiones por mora, costo total del crédito, seguro de vida, etc. Asimismo, se les entrega una copia del contrato, tabla de amortización, póliza de seguro, entre otros. Si bien se entrega una sola tabla de amortización para todo el grupo, esta especifica la información del crédito de manera individual (monto desembolsado, interés, prima de seguro, IVA, etc.)

Pese a lo anterior, poner a la vista del cliente tarifarios en sucursales y en la página web representa una oportunidad de mejora.

### Trato Justo y Respetuoso

SOFIPA cuenta con procesos y políticas que promueven el trato justo y respetuoso hacia los clientes. Resulta positivo que en la inducción y en las capacitaciones del personal de campo se aborde el código de ética, atención al cliente y prácticas de cobranza. Además, se realizan certificaciones de ética 2 veces al año. De otro lado, resulta positivo que auditoría interna también valide el trato hacia los clientes durante sus visitas a campo. De hecho, sus informes revelan que todavía existen oportunidades para seguir mejorando el trato hacia el cliente

Resulta favorable que en el proceso de inducción de analista/asesores se ejerzan cursos sobre atención y trato al cliente, código de ética y valores de la institución. Estos se refuerzan con las capacitaciones periódicas.

### Privacidad de Datos

La entidad posee adecuados mecanismos para resguardar la información física y electrónica del cliente. Existen controles de acceso, se realizan *backups* de forma diaria y se cuenta con alertas para detectar filtración de información vía correo electrónico. Además, el cliente autoriza que se le filtre en buró de créditos y que se utilice su información según lo establecido en el aviso de privacidad.

Por otro lado, los expedientes físicos son resguardados por las coordinadoras administrativas, quienes dependen de un área diferente a la comercial.

### Mecanismos para la Resolución de Reclamos

La entidad pone diversos canales a disposición del cliente para que puedan registrar sus quejas (sucursal, línea telefónica, correo electrónico y redes sociales), los cuales son comunicados al momento del desembolso. Es una buena práctica que las quejas que ingresan por sucursal sean registradas por un área independiente a la Gerencia Comercial.

Si bien existe un registro de las quejas que sirve para hacer un seguimiento del proceso, sofisticar la gestión y el análisis de estas (por ejemplo, establecer tipos de quejas, monitorear la evolución del número de quejas, etc.) para elaborar planes de acción y reforzar procesos internos constituye una oportunidad de mejora.

## 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.*

Es positivo que a partir de las evaluaciones de desempeño realizadas al personal se identifiquen áreas de mejora y se les brinde talleres de reforzamiento. Esto contribuye al desarrollo del personal sobre su línea de carrera. Además, es propicio que se esté realizando un piloto de evaluación trimestral para la marca individual a fin de fortalecer el liderazgo y el monitoreo de los objetivos.

### Responsabilidad hacia el Personal

	Dic-21	Dic-22
Rotación de Empleados	36.7%	36.2%
Rotación de Analistas	45.7%	45.0%
Beneficios laborales adicionales a ley	Sí	Sí
Línea de carrera formalizada	Sí	Sí
Sistema formalizado de quejas y reclamos para el personal	Sí	Sí

La responsabilidad hacia el personal es excelente. Esto es producto de una buena gestión de recursos humanos, cuyos esfuerzos están orientados a fortalecer la cultura organizacional. Todo ello respaldado en políticas y procesos formalizados relacionados con la gestión del personal.

Los niveles de rotación de personal y analistas de crédito (incluye metodología individual y grupal) se mantienen similares al año previo y por debajo de la media mexicana (45.9% y 78.7%, respectivamente). El buen diseño de la política de selección y un sano clima laboral explican el resultado. Por otro lado, el último reporte semestral de salidas del personal detalla que los principales motivos se dan por otra oferta laboral (19.6%) y razones personales (16.2%). Mejores prácticas formalizan un plan de acción para retener al personal.

Existen diversos beneficios adicionales puestos a disposición del personal tales como: uniformes, vales de despensa, días libres, reconocimientos, entre otros. Si bien también hay convenios de salud, en campo se pudo evidenciar espacios de mejora en la comunicación dado que los entrevistados desconocían de ello. Además, cuentan con un canal interno para registrar sus quejas.

Resulta saludable que se realicen encuestas de clima laboral de manera trimestral y que a final de año sean consolidados en un informe anual. Este revela aspectos positivos como el fuerte liderazgo de las jefaturas, la comunicación interna y la motivación en el trabajo, sin embargo, también se identifican puntos de dolor como las extensas jornadas laborales y la remuneración salarial. Frente a ello, el área de recursos humanos busca seguir motivando a su personal para generar una cultura de pasión por el servicio y monitorear continuamente el salario en el mercado laboral para evaluar posibles incrementos. Mejores prácticas realizan este ejercicio a través de externos para preservar la objetividad y confidencialidad.

## FINANZAS RESPONSABLES

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

El balance financiero- social en SOFIPA es mejorable. Si bien mantiene saludables niveles de solvencia y liquidez que favorecen a la continuidad del negocio, existe el desafío de revertir los niveles de margen operativo negativos. Por otro lado, alcanza un nivel aceptable de ROE, favorecido principalmente a la recuperación de cartera castigada, pero que al ajustarse por la inflación se convierte en negativo. De este modo, existe el reto de robustecer la generación de ingresos provenientes de la recuperación de la cartera activa.

### Finanzas Responsables

	Dic-21	Dic-22
Gastos operativos por cliente (US\$)	\$187	\$223
Gastos de operación	55.0%	57.9%
Retorno sobre el patrimonio (ROE)*	1.3%	-2.0%
Margen Operativo	-2.3%	-3.1%
Cartera en riesgo	5.0%	3.8%
Castigos	6.2%	4.5%

\*Ajustado

La calidad de cartera muestra una favorable mejora, reflejándose en una reducción de la cartera en riesgo. Los buenos mecanismos de control dentro del proceso crediticio, así como el seguimiento cercano de las operaciones y el impulso hacia un sector más resiliente al contexto del país son factores que explican el resultado. Ello va de la mano de un reforzamiento de las capacitaciones hacia el personal comercial. De igual manera, el nivel de castigos se ha reducido y se ubica a la par de la media comparable (4.5% vs 4.4% Benchmark Grupal).

En cuanto a los precios, la entidad ha optado por mantener las mismas tasas de interés a pesar del contexto inflacionario, lo cual es beneficioso para los clientes. No se cobra comisiones por consulta en buró ni otro tipo de concepto más que impuestos (IVA) y prima de seguro. Por otro lado, el crédito individual está exento de garantía líquida y en el crédito grupal puede no cobrarse a partir del cuarto ciclo y dependiendo de la puntualidad de los pagos. De allí que si bien el costo del crédito es razonable para el mercado local, es elevado a nivel internacional.

### Costo del crédito al cliente a diciembre 2022

Metodología y Monto	Frecuencia	Garantía líquida	CNA*	CEA**
Banca Comunal (US\$400)	Semanal	No	123.7%	239.5%
Banca Comunal (US\$500)	Semanal	10%	148.5%	332.6%
Banca Comunal (US\$1,000)	Semanal	No	123.7%	239.7%
Individual (US\$1,000)	Mensual	No	108.5%	182.4%

\*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

	CNA*	CEA**
Interés	99.8%	168.9%
Seguro desgravamen	8.0%	21.8%
IVA	15.9%	49.0%
<b>Total</b>	<b>123.7%</b>	<b>239.7%</b>

\*Costo nominal anual

\*\*Costo efectivo anual. Toma en cuenta los efectos compuestos. Ambos incluyen intereses, seguro de desgravamen e impuestos.

**FUTURO**

- » Seguir con el proyecto de transformación digital para fortalecer el proceso crediticio y mejorar la eficiencia.
- » Realización de encuestas de PPI (Poverty Probability Index).
- » Actualización de política ambiental.

**Estado de Situación Financiera (US\$000)**

	Dic-18	Dic-19	Dic-20	Dic-21	Dic-22
<b>Activo</b>	<b>11,416</b>	<b>17,280</b>	<b>18,659</b>	<b>20,174</b>	<b>22,771</b>
Caja y Bancos	973	1,429	1,231	3,135	2,988
Inversiones Temporarias	-	32	1	10	6
Cartera Neta	8,165	12,451	13,348	13,410	15,437
Cartera Bruta	8,517	13,053	14,087	14,170	16,098
Cartera Vigente	8,245	12,640	13,270	13,455	15,490
Cartera en Riesgo	271	413	817	715	608
Provisiones para Préstamos Dudosos	352	602	739	760	661
Intereses Devengados Por Cobrar	158	283	521	337	373
Otros Activos Corrientes	236	430	519	524	627
Inversiones de Largo Plazo	817	1,210	1,387	892	824
Activo Fijo	824	1,052	1,046	1,016	1,077
Otros Activos	242	393	608	850	1,438
<b>Pasivos</b>	<b>8,680</b>	<b>13,551</b>	<b>14,532</b>	<b>15,647</b>	<b>17,861</b>
Ahorros	-	-	-	-	-
Depósitos a Plazo Fijo, Corto Plazo	-	-	-	-	-
Obligaciones, Corto Plazo	3,551	8,027	11,641	7,305	13,215
Otros Pasivos, Corto Plazo	1,143	1,873	1,609	1,462	1,448
Depósitos a Plazo Fijo, Largo Plazo	-	-	-	-	-
Obligaciones, Largo Plazo	3,987	3,651	1,282	6,880	3,198
Cuasicapital	-	-	-	-	-
Otros Pasivos, Largo Plazo	-	-	-	-	-
<b>Patrimonio</b>	<b>2,736</b>	<b>3,729</b>	<b>4,127</b>	<b>4,527</b>	<b>4,910</b>
Capital	2,307	2,729	3,092	3,337	4,642
Ganancias (Pérdidas) Periodo	431	580	156	251	194
Resultado de Ejercicios Anteriores	(6)	394	828	881	-
Otras Cuentas de Capital	3	26	52	58	74
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>11,416</b>	<b>17,280</b>	<b>18,659</b>	<b>20,174</b>	<b>22,771</b>
Fuente de los Estados Financieros :	Reporte de gerencia	Reporte de gerencia	Reporte de gerencia	Reporte de gerencia	Reporte de gerencia

**Estado de Resultados (US\$000)**

Por los periodos comprendidos entre:	Ene-18 Dic-18	Ene-19 Dic-19	Ene-20 Dic-20	Ene-21 Dic-21	Ene-22 Dic-22
Ingresos de Intereses y Comisiones	7,857	10,525	10,120	10,863	11,715
Intereses Percibidos	7,699	10,242	9,600	10,525	11,341
Intereses Devengados	158	283	521	337	373
Gastos de Intereses y Comisiones	1,516	1,646	1,927	2,497	2,834
<b>Ingreso Financiero Neto</b>	<b>6,341</b>	<b>8,879</b>	<b>8,193</b>	<b>8,365</b>	<b>8,880</b>
Provisión para Préstamos Dudosos	370	534	951	922	581
<b>Ingreso Financiero, Después de Provisión</b>	<b>5,971</b>	<b>8,345</b>	<b>7,242</b>	<b>7,444</b>	<b>8,299</b>
Gastos Operativos	5,759	7,754	7,487	7,771	8,765
Personal	2,573	3,537	3,898	3,781	4,128
Otros Gastos Operativos	3,186	4,217	3,589	3,991	4,637
<b>Ingreso Neto de Operaciones</b>	<b>212</b>	<b>591</b>	<b>(245)</b>	<b>(328)</b>	<b>(466)</b>
Otros Ingresos	227	154	305	526	716
Ganancia (Pérdida) de Inversiones	108	91	94	85	80
Otros Ingresos No Extraordinarios	119	63	211	441	636
Otros Gastos	(56)	(83)	-	52	60
Ajuste por el Efecto de Inflación	-	-	-	-	-
Otros Gastos No Extraordinarios	(56)	(83)	-	52	60
<b>Resultado Antes de Cuentas Extraordinarias</b>	<b>495</b>	<b>828</b>	<b>60</b>	<b>146</b>	<b>191</b>
Extraordinarios	121	-	-	-	-
Ingresos Extraordinarios	121	-	-	-	-
Gastos Extraordinarios	-	-	-	-	-
<b>Resultado Antes de Impuestos</b>	<b>616</b>	<b>828</b>	<b>60</b>	<b>146</b>	<b>191</b>
Impuestos	185	249	(96)	(105)	(4)
<b>Resultado</b>	<b>431</b>	<b>580</b>	<b>156</b>	<b>251</b>	<b>194</b>
Fuente de los Estados Financieros :	Reporte de gerencia	Reporte de gerencia	Reporte de gerencia	Reporte de gerencia	Reporte de gerencia



TABLA COMPARATIVA SOCIAL AJUSTADA  
(US\$000)

BASADA EN 30 INSTITUCIONES DE MICROFINANCIAMIENTO

	LIMITE SUPERIOR	1ER. CUARTIL	PROMEDIO	MEDIANA	3ER. CUARTIL	LIMITE INFERIOR
<b>Período: Junio 2022</b>						
<b>Profundidad</b>						
Crédito promedio por diente	\$92	\$785	\$2,301	\$1,780	\$3,523	\$7,328
Monto promedio préstamo / PBI per cápita	3.4%	11.1%	40.7%	26.2%	54.7%	166.2%
Número de préstamos < US\$500 (%)	79.8%	51.2%	33.6%	29.3%	17.9%	5.0%
Número de préstamos < US\$1,000 (%)	96.7%	75.2%	56.5%	52.1%	41.2%	11.1%
Saldo de cartera con préstamos < US\$500 (%)	47.7%	11.1%	9.5%	3.1%	1.8%	0.2%
Saldo de cartera con préstamos < US\$1,000 (%)	82.1%	30.5%	21.2%	12.5%	5.8%	0.9%
% Clientes mujeres	100.0%	75.0%	59.8%	51.0%	48.0%	24.1%
% Clientes en zonas rurales	80.0%	60.8%	39.0%	42.0%	9.2%	0.3%
% Préstamos con garantías no tradicionales	100.0%	97.3%	72.4%	87.0%	68.8%	1.0%
Nº de servicios no financieros	13	5	4	3	2	1
Monto de depósitos / Nº de depositantes	\$25	\$390	\$1,539	\$986	\$1,736	\$8,036
Monto de depósitos / Deuda	100.0%	96.2%	75.8%	86.5%	52.1%	34.1%
Retención de depositantes	100.0%	95.7%	83.5%	93.8%	73.2%	47.3%
Saldo de microcrédito / Cartera bruta	100.0%	88.0%	52.7%	46.1%	25.8%	7.9%
Saldo promedio de microcrédito por diente	\$96	\$720	\$1,642	\$1,267	\$1,622	\$8,649
Saldo promedio de pequeña empresa por diente	\$63	\$5,202	\$9,728	\$7,408	\$9,458	\$51,229
<b>Eficiencia, Costo y Sostenibilidad</b>						
Gastos operativos / Cartera bruta promedio	4.9%	10.2%	20.9%	15.7%	27.0%	66.4%
Gastos operativos por prestatario (US\$)	\$27	\$196	\$437	\$311	\$379	\$4,064
EIR (Tasa de interés efectiva para créditos US\$500)	20.1%	47.4%	105.3%	65.3%	142.6%	313.5%
APR (Tasa de interés nominal para créditos US\$500)	19.2%	39.4%	65.5%	51.3%	89.9%	143.9%
Ingreso neto / Patrimonio promedio (ROE)	40.1%	5.6%	-1.9%	-2.8%	-6.7%	-45.7%
Ingreso neto / Activo promedio (ROA)	5.5%	1.1%	-0.4%	-0.4%	-2.4%	-5.9%
Margen operativo	10.7%	4.8%	1.8%	1.2%	-2.0%	-5.5%
Número de prestatarios / Total personal	407	118	93	73	42	11
Gasto de personal / Cartera bruta promedio	2.9%	6.9%	12.8%	9.4%	19.4%	36.7%
Oficiales de crédito / Total personal	64.0%	51.0%	41.0%	39.2%	33.1%	8.6%
Sueldo variable / Sueldo base	80.0%	43.6%	30.2%	27.5%	8.0%	0.0%
Personal con < 12 meses en la empresa	4.0%	19.3%	27.8%	24.1%	34.0%	54.2%
Cartera en Riesgo / Cartera Bruta	1.9%	5.0%	9.8%	10.2%	12.5%	19.7%
Castigos / Cartera Bruta	0.4%	1.4%	4.3%	3.3%	6.4%	14.2%
<b>Responsabilidad</b>						
Nº préstamos / Nº dientes	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.5
Gastos de capacitación / Gastos operativos	1.8%	0.8%	0.6%	0.2%	0.1%	0.0%
Retención de dientes	100.0%	80.6%	70.1%	72.8%	61.0%	21.8%
Rotación de empleados	6.4%	15.5%	28.7%	23.5%	34.5%	67.0%
Rotación de empleados mujeres	4.9%	16.8%	26.6%	25.0%	30.5%	62.2%
Rotación de empleados varones	7.4%	18.7%	33.5%	27.1%	40.3%	73.0%
Rotación de analistas	8.6%	21.3%	40.5%	36.6%	48.8%	145.2%
Rotación de analistas mujeres	2.9%	24.9%	45.7%	33.6%	67.4%	141.7%
Rotación de analistas varones	9.9%	20.2%	41.7%	37.7%	50.3%	147.9%
Gasto de proyectos sociales / Gastos operativos	50.3%	0.9%	4.7%	0.3%	0.1%	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 © 2023 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 © 2023 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.