

**Calificación Social**
**FUNDACIÓN REALIDAD**
**México**


Buen retorno social de la institución a través de la combinación de un *Resultado Social Bueno* y *Compromiso Social Bueno*. Se ubica dentro del primer cuartil de las IMFs evaluadas por MicroRate.

**Resultado Social** **Bueno**
**Compromiso Social** **Bueno**

Fecha de Visita	Jun-09
Calificación anterior	N.A.
Fecha de calificación anterior	N.A.
Calificaciones sociales realizadas	1ra.

**Principales Indicadores de Desempeño**
**Perfil Social de México** **Dic-08**

Índice de Pobreza	45.0%
Tasa de Desempleo	4.3%

**FRAC** **Jun-08 Jun-09**

Número de Clientes	11,115	14,479
%Clientes rurales	80%	80%
%Clientes mujeres	n/a	85%
Promedio préstamos nuevos	n/a	\$393
Costo por cliente	\$183	\$139
Retención de clientes	n/a	70%
Intereses y comisiones	58.1%	42.5%

**Descripción Resumida**

Fundación Realidad AC (FRAC) es una organización sin fines de lucro (ONG), creada en 1997 como el brazo microcredicio y de desarrollo de negocios de Visión Mundial México. Como tal, brinda servicios principalmente a miembros de Visión Mundial, incrementando su penetración en comunidades no atendidas por Visión Mundial.

Ofrece créditos de banca comunal y grupos solidarios a través de 19 agencias, mayoritariamente ubicadas en zonas rurales. Con su extensa cobertura, logra atender a gran parte del territorio mexicano, desde Tijuana por el norte, hasta Chiapas por el sur, enfocándose principalmente en clientes del sexo femenino.

**Fundamentos de Calificación**

FRAC es una entidad con buen retorno social. La significativa profundidad de operaciones, le permite alcanzar los estratos más bajos de la población mexicana, otorgando servicios financieros a personas con poco acceso a la banca tradicional. Junto al fuerte compromiso social de todos sus miembros, procura mantener su enfoque en los segmentos rurales y de condición humilde de México.

Su atención a través de agencias ubicadas en lugares apartados permite a FRAC que sus servicios financieros lleguen directamente al público objetivo. Una alta eficiencia social, sustentada en bajos costos por prestatario, permite que se logre un buen resultado social. Algunas oportunidades de mejora quedan del lado de responsabilidad institucional hacia clientes.

La misión social está ampliamente difundida en toda la institución. La Gerencia y la Junta realizan una labor destacable en este sentido. Retos para el futuro incluyen la sistematización de procesos de monitoreo sobre resultados sociales; atención al cliente y sistemas de incentivos dirigidos al cumplimiento de su misión institucional.

**Factores Sobresalientes**
**Desempeño Social**

- Buena profundidad de operaciones
- Bajo costo por cliente
- Excelente eficiencia operativa, aunque sostenibilidad afectada
- Limitada diversidad de servicios financieros
- Limitada responsabilidad institucional

**Compromiso Social**

- Definida misión social
- Fuerte liderazgo de la Junta en el cumplimiento de misión institucional
- Escaso monitoreo sobre resultados sociales
- Sistemas de incentivos no considera variables sociales

## RESUMEN GENERAL

### MISIÓN INSTITUCIONAL

*“Promover el Desarrollo Económico a la luz de los Valores Cristianos, facilitando el acceso a Servicios Financieros y No Financieros a comunidades marginadas de México, fomentando la creación de empleos para mejorar la calidad de Vida de las Familias, en las regiones de incidencia de Visión Mundial”*

FRAC

FRAC cumple su misión institucional, al ofrecer servicios financieros a los miembros de Visión Mundial México. La ubicación estratégica de sus agencias les permite alcanzar a numerosas comunidades marginadas, las cuales se benefician del trabajo conjunto realizado por FRAC y Visión Mundial México.

Su alcance de operaciones es limitado dado que prioriza la atención en personas relacionadas a Visión Mundial, con lo cual restringe su oportunidad de lograr mayor impacto social.

### RESULTADO SOCIAL

#### **Profundidad y Diversidad de Servicios (Pág. 4)**

FRAC es una organización dependiente de Visión Mundial Internacional; con profundas raíces sociales. En consecuencia, se ha posicionado mayoritariamente en zonas rurales, atendiendo al nicho bajo del microcrédito mexicano, logrando excelente de profundidad de mercado. No obstante, su gama de productos financieros y no financieros es limitada, cubriendo parcialmente las necesidades de sus clientes.

#### **Eficiencia, costo para el cliente y sostenibilidad (Pág. 5)**

FRAC presenta uno de los costos más bajos por cliente del mercado mexicano. Así también muestra una sólida eficiencia social, tanto para el mercado mexicano como para las microfinancieras de Banca Comunal. Actualmente, enfrenta dificultades financieras que limitan sus posibilidades de crecer y

ampliar su cobertura de servicios hacia más microempresarios. Durante el último periodo, la continua disminución del rendimiento de cartera resultó en resultados netos negativos que afectan la sostenibilidad institucional.

#### **Responsabilidad Institucional (Pág. 6)**

Los resultados en esta área son aún moderados. Las oportunidades de mejora se relacionan a la responsabilidad hacia el cliente. En efecto, se adolece de procesos formalizados orientados a la protección del cliente.

#### **COMPROMISO SOCIAL (PÁG. 7)**

FRAC demuestra un compromiso social bueno. Desde sus orígenes, como brazo financiero de Visión Mundial México, FRAC ha enfocado sus esfuerzos en cumplir su misión institucional. Algunos procesos internos todavía no incluyen objetivos ni indicadores sociales, relativizando, en cierta medida, el impacto social. Esto último es propio de instituciones pequeñas y en proceso de crecimiento, por lo cual se espera que se fortalezcan los criterios sociales conforme la entidad alcance un mayor tamaño.