

## Abril 2009

### Calificación Social

## FUNDESER

## Nicaragua



Buen retorno social de la institución a través de la combinación de **Resultado Social Bueno** y **Compromiso Social Moderado**.

**Resultado Social** **Bueno**

**Compromiso Social** **Moderado**

Fecha de Visita	Mar-09
Calificación Anterior	n.a.
Fecha de Calificación Anterior	n.a.
Calificaciones Sociales Realizadas	1

#### Principales Indicadores de Desempeño

<b>Perfil Social de Nicaragua</b>	<b>Dic-08</b>
Índice de Pobreza*	61.9%
Índice de Pobreza Extrema*	31.9%*
Tasa de Desempleo en Zonas Urbanas	7.0%*

<b>Indicadores de FUNDESER</b>	<b>Dic-07</b>	<b>Dic-08</b>
Número de Clientes	19,963	32,835
% Clientes Rurales	67%	73%
% Clientes Mujeres	44%	47%
Promedio Préstamos Nuevos	\$611	\$499
Costo por Cliente	\$92	\$112
Retención de Clientes	71%	56%
Intereses y Comisiones	32.7%	37.3%

\* A diciembre 2007

<sup>1</sup>Ver Anexo

#### Descripción Resumida

La Fundación para el Desarrollo Socioeconómico Rural (FUNDESER) es una institución sin fines de lucro, fundada en 1997. Su sede principal es Managua y cuenta con 22 agencias en todo el país.

A Dic-08 cuenta con una cartera de US\$ 21.5 millones y cerca de 33,000 prestatarios con préstamos promedio de US\$ 655. Se dirige principalmente al área rural ofreciendo créditos agropecuarios, microempresa, consumo, vivienda y solidarios.

#### Fundamentos de Calificación

FUNDESER muestra buenos resultados sociales y moderado compromiso social.

Se enfoca en el nicho medio bajo del microcrédito con diversidad de servicios, resaltando su participación en el área rural. Logra buen nivel de eficiencia social resultado del bajo costo operativo por prestatario y gastos operativos aceptables para el entorno rural donde se desarrolla. Se observa oportunidades de mejora en responsabilidad institucional, tal como el establecimiento de un sistema formal de protección al cliente.

La institución cuenta con clara misión institucional. El tipo de clientes atendidos y los productos están alineados con la misión. Se observa un elevado enfoque social en la Gerencia y el Directorio; sin embargo, no se han formalizado todavía los procesos internos que aseguren el cumplimiento de la misión institucional en el tiempo.

#### Factores Sobresalientes

##### Resultado Social

- Buena profundidad en el nicho elegido
- Diversidad de servicios
- Buen nivel de eficiencia social
- Moderada responsabilidad institucional

##### Compromiso Social

- Clara misión institucional
- Fuerte liderazgo social del Directorio, aunque débil comunicación al personal
- Servicio cercano al cliente
- Ausencia de monitoreo de resultados sociales

ANEXO

<b>Tabla para la Calificación Social de MicroRate</b>	
<b>Calificación Social</b>	<p>Mide el retorno social de un Inversión en una IMF a través de la evaluación de su Resultado y Compromiso Social</p> <p style="text-align: center;"></p>
<b>Resultado Social</b>	<p>La IMF se califica por sus resultados sociales, el enfoque de pobreza de su nicho microfinanciero objetivo, el costo y la eficiencia de sus servicios, su responsabilidad social y el cumplimiento de su misión social.</p>
	<i>Excelente – Bueno – Moderado – Débil</i>
<b>Compromiso Social</b>	<p>Mide el enfoque social y el nivel de compromiso de una IMF y evalúa la probabilidad de que se desvíe de su misión social en el futuro.</p>
	<i>Excelente – Bueno – Moderado – Débil</i>

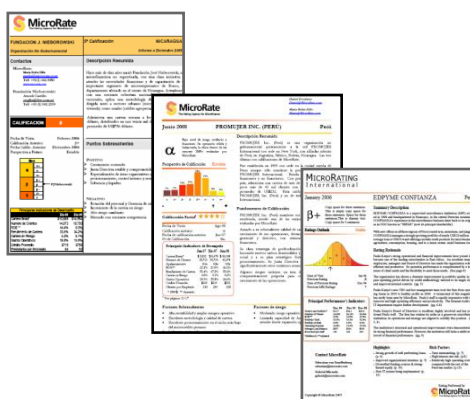
### ¿Está interesado en el reporte completo?

El reporte completo de Calificación Social incluye información detallada sobre:

- Resultado Social
- Profundidad y Diversidad de los Servicios
- Eficiencia, Costo al Cliente y Sostenibilidad
- Responsabilidad Institucional
- Compromiso Social

*Este reporte social se encuentra disponible para su compra. Si usted está interesado en adquirirlo, sírvase contactar a MicroRate at 1-703-243-5340 o al email [info@microrate.com](mailto:info@microrate.com).*

*MicroRate también ofrece el **Reporte de Calificación** y el servicio **Acceso a Analistas** que permitirá a los inversionistas el acceso a reportes publicables de desempeño y calificación social a través de un suscripción anual, paquete regional o paquete personalizado adecuado a sus necesidades.*



**MicroRate Latin America**  
Mayor Armando Blondet 261  
San Isidro, Lima, 27  
Lima – Peru  
**Phone:** (511) 628-7054  
**Fax:** (511) 628-8729

**MicroRate Headquarters**  
3300 North Fairfax Drive  
Suite 202  
Arlington, VA 22201  
United States  
**Phone:** 703-243-5340  
**Fax:** 703-243-7380

**MicroRate Africa**  
Espace A11-10ème étage  
357 Boulevard Mohammed V  
Casablanca-Morocco  
**Phone/Fax:** +212 5 22 49 10 94

[info@microrate.com](mailto:info@microrate.com)

[www.microrate.com](http://www.microrate.com)

Copyright © MicroRate 2010

Prohibida la reproducción total o parcial sin permiso de MicroRate©. La calificación que se otorga no implica recomendación para comprar, vender o mantener valores y/o instrumentos de la entidad calificada.