

Análisis de la viabilidad de las SOFIPOS como estrategia de apoyo a consumidores en el sector salud

Analysis of the viability of Sofipos as a strategy to support consumers in the health sector

VIEYRA-GUZMÁN, Yuritzí Neybet*†, RUEDA-CHAVEZ, Ruben Fernando y GOMEZ-CANO, Maria Del Carmen

Instituto Tecnológico Superior de Salvatierra, Calle Manuel Gómez Morín 300, Janicho, 38933, Salvatierra, Guanajuato

ID 1^{er} Autor: Yuritzí Neybet, Vieyra-Guzmán

ID 1^{er} Coautor: Ruben Fernando, Rueda-Chavez

ID 2^{do} Coautor: Maria Del Carmen, Gomez-Cano

Recibido 15 Enero, 2018; Aceptado 17 Marzo, 2018

Resumen

En este artículo se propone la viabilidad de crear una SOFIPO (Sociedades Financieras Populares) que beneficien a clientes de instituciones de salud, buscando con ello subsanar la parte económica de dichos clientes, normalmente de bajos recursos, ofreciéndole una alternativa para poder solventar los imprevistos que se presentan. Y a su vez beneficiando a las instituciones de salud que ofrecen el servicio al atraer clientes y mejorar el servicio, calidad en el mismo y satisfacción de sus clientes (pacientes). La presente investigación tiene un enfoque de carácter mixto, al llevar a cabo tanto la observación, como entrevistas y estadísticos. Después de desarrollar la presente investigación se concluye que definitivamente es viable la creación de una SOFIPO enfocada especialmente al sector salud, ya que dicho sector se encuentra carente de facilidades para solventar los imprevistos referentes a la salud, que sin lugar a duda es de suma importancia para todos los clientes del sector salud.

SOFIPO, Financiamiento, Salud

Abstract

This article purpose the viability to create a SOFIPO (Popular Financial Societies) that benefits customers of health institutions, seeking to remedy the economic part of these customers, usually of low resources, offering an alternative to solve the contingencies who present themselves. And in turn benefit health institutions offering the service to attract customers and improve service, quality in it and customer satisfaction (patients). This research has a mixed character approach, to carry out both observation, interviews, and statistics. After developing the present investigation, it is concluded that the creation of a SOFIPO focused especially on the health sector is definitely viable, since this sector is lacking in facilities to solve the unforeseen problems related to health, which without a doubt is of the utmost importance for all customers in the health sector.

SOFIPO, Financial, Health

Citación: VIEYRA-GUZMÁN, Yuritzí Neybet, RUEDA-CHAVEZ, Ruben Fernando y GOMEZ-CANO, Maria Del Carmen. Análisis de la viabilidad de las SOFIPOS como estrategia de apoyo a consumidores en el sector salud. Revista de Desarrollo Económico. 2018, 5-14: 1-8.

*Correspondencia al Autor (correo electrónico: yuvieyra@itess.edu.mx)

†Investigador contribuyendo como primer Autor.

Introducción

Uno de los problemas a los cuales se enfrentan los pacientes de las instituciones de salud, es el postergar la atención médica ante la falta de recursos económicos. Aunado a la saturación de los servicios públicos de salud, en donde una cirugía puede programarse hasta con un año de espera, así como la cita con un médico especialista, sin mencionar los estudios y análisis clínicos. Se percibe también, que el paciente tiene la oportunidad de responder a esas eventualidades médicas si tuviera una forma de financiarse sin poner en riesgo la salud y el patrimonio mismo.

Por lo anterior, se ha desarrollado la idea de crear un ente financiero especializado en financiar eventualidades médicas, y proyectos de infraestructura médica (consultorios, pequeñas clínicas, farmacias, laboratorios) así como equipo médico y clínico. En un inicio, se plantea el crear una Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (SOFOM); pero al encontrarse limitantes para la generación de ahorro por parte del paciente se optó por la creación de una Sociedad Financiera Popular (SOFIPO); que tiene características con apego a nuestra inquietud.

Las principales diferencias entre una SOFOM y una SOFIPO son:

Las Sofipos son Sociedades Financieras Populares y se tratan de entidades de microfinanzas, constituidas como Sociedades Anónimas de Capital Variable, que operan mediante la autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV); están capacitadas para prestar servicios tanto a sus socios como a sus clientes, en los términos de la Ley de Ahorro y Crédito Popular.

Una Sofom es una Sociedad Financiera de Objeto Múltiple que, a través de la obtención de recursos mediante el fondeo en instituciones financieras y/o emisiones públicas de deuda, otorga crédito al público de diversos sectores y realiza operaciones de arrendamiento financiero y factoraje financiero.

Las Sofomes reguladas por la CNBV se diferencian por contar con la abreviatura "E.R." de Entidad Regulada y se caracterizan por mantener vínculos patrimoniales con instituciones de crédito o Sociedades Controladoras de Grupos Financieros de los que formen parte instituciones de crédito.

Las sofomes no reguladas son aquellas en cuyo capital no participan Instituciones de crédito o Sociedades Controladoras de Grupos Financieros de los que formen parte instituciones de crédito y en su nombre deben agregar la abreviatura "E.N.R." de Entidad No Regulada.

Justificación

Es indiscutible la falta de apoyo a la que se debe enfrentar un alto porcentaje de la población ante una eventualidad médica, ya que, al ser inesperada, en ocasiones, no se tiene la solvencia económica para hacer frente. Por lo que se ven obligados a postergar dicha atención o desprenderse de sus pertenencias para poder solventar la contingencia.

En un inicio, se plantea el crear una Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (SOFOM); pero al encontrarse limitantes para la generación de ahorro por parte del paciente se optó por la creación de una Sociedad Financiera Popular (SOFIPO); que tiene características más apegadas a solventar la problemática detectada. La presente investigación a permitido conocer a profundidad algunas de las problemáticas a las que se enfrenta

Cabe mencionar que la generación de este modelo educativo podrá servir como esquema de trabajo para otras instituciones de nivel medio superior y superior interesadas en la formación emprendedora e innovativa de sus estudiantes.

Planteamiento del problema

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), dieron a conocer los resultados de la segunda Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), cuyo levantamiento se realizó del 20 de julio al 28 de agosto de 2015. En los resultados se refleja que, en los últimos tres años, aumentó en 12.7 millones el número de adultos en México con al menos un producto financiero, al pasar de 39.4 millones a 52.1 millones de adultos.

De 2012 a 2015, creció a 44% el porcentaje de la población adulta que tiene una cuenta (nómina, pensión, ahorro, cheques, plazo, inversión y para recibir transferencias de gobierno), al pasar de 25 millones a 33.6 millones de adultos. Ha aumentado la densidad financiera, puesto que, en 2015, 33.3 millones de adultos tenían más de un producto financiero; un incremento de 7.8 millones en comparación con 2012.

En términos de infraestructura, entre 2012 y 2015, el número de adultos que utilizaron cajeros automáticos se incrementó de 38% a 43%. Los adultos con una cuenta que tiene contratado el servicio de banca móvil creció en 1.8 millones de 2012 a 2015, lo cual representa un aumento de más del 100% (de 1.4 millones a 3.2 millones).

De manera inicial, representa un mercado atractivo para clientes de la banca comercial cambiar a una SOFIPO que ofrezca una mayor tasa de interés por sus ahorros y una menor tasa de interés para financiar eventualidades médicas en función de su mismo ahorro logrado. La contra parte es la población que no cuenta con algún tipo de instrumento financiero, como serían aquellos que están en la economía informal (taxistas, comerciantes, empleadas domésticas); y que cuentan con un ingreso y no así con acceso al financiamiento formal. Por ello, la Sofipo promoverá la inclusión financiera mediante el ahorro, pagando una tasa más atractiva que la bancaria, y con la posibilidad de ser sujetos de crédito para hacer frente a contingencias relacionadas con la salud.

Pregunta de Investigación

Es así que surgió la siguiente pregunta de investigación:

¿Es viable la creación de una SOFIPO enfocada al sector salud como alternativa a los consumidores de dicho sector?

Supuesto Investigativo

Derivado del planteamiento anterior se formuló, a saber, el siguiente supuesto investigativo (hipótesis de trabajo):

La creación de una SOFIPO enfocada al sector salud ayudaría a clientes de este sector a contar con una alternativa ante contingencias, de tal modo que la satisfacción de dichos clientes aumentaría al contar con este servicio por parte de los hospitales y/o consultorios.

Objetivo General

Generar una propuesta para la creación de una SOFIPO enfocada al sector salud, de tal modo que se beneficien tanto consultorios y hospitales aumentando el número de pacientes (al ofrecer la alternativa) como pacientes (al recibirla).

Revisión de Literatura

Naturaleza Jurídica

Son instituciones de microfinanzas constituidas como sociedades anónimas de capital variable, que operan mediante la autorización que les otorga la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, conforme a la facultad que le confiere el artículo 9 de la Ley de Ahorro y Crédito Popular (LACP) y previo dictamen favorable otorgado por una Federación.

Las Sociedades Financieras Populares tienen su domicilio en territorio nacional, con una duración indefinida, y están facultadas para prestar servicios tanto a sus socios como a sus clientes, en los términos de la LACP.

En su carácter de sociedades anónimas, deben cumplir también con la Ley General de Sociedades Mercantiles, ya que son empresas privadas y su capital se integra con las aportaciones que hacen sus accionistas.

Objetivo

Las Sociedades Financieras Populares tienen como propósito el fomentar el ahorro popular y expandir el acceso al financiamiento a aquellas personas que, por su situación, se han visto excluidas de los sistemas tradicionales de crédito, y en general, propiciar la solidaridad, la superación económica y social, y el bienestar de sus miembros y de las comunidades en que operan, sobre bases formativas y del esfuerzo individual y colectivo.

Beneficios

Las Sociedades Financieras Populares proporcionan a sus clientes y socios:

- Acceso a microcréditos ajustados a las características de los clientes, al mercado, a la región geográfica y al riesgo que presentan.
- Acceso a servicios financieros, a personas de bajos ingresos, ofreciéndoles la oportunidad de mantener de forma segura sus ahorros.
- Fortalecer el sistema de protección de los ahorros del sector de microfinanzas y el esquema de supervisión auxiliar. Acceso a operaciones como el arrendamiento y el factoraje financiero.
- Adherirse a los beneficios de una póliza de seguro de vida, a bajo costo.
- Capacitación en el análisis de proyectos de inversión.
- Asistencia técnica para elaborar planes de negocios y proyectos de comercialización. Servicios. (Populares, 2018)

Método de Investigación

El Diseño de la investigación es No experimental ya que como mencionan Hernández, Fernández, y Baptista (Hernández, 2010) este diseño de la investigación es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Se observaron los procesos del departamento sin intervenir en ellos. El enfoque Mixto fue utilizado. El enfoque mixto representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández Sampieri, 2008)

La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. (Hernández, 2010)

Durante la investigación se estuvieron recolectando datos de dos tipos de métodos:

Cualitativo. Al entrevistar a pacientes y trabajadores sociales en algunos hospitales de la ciudad de Morelia y observar en los mismos las necesidades a las cuáles deben enfrentarse algunos pacientes (clientes) de los hospitales.

Cuantitativo: Al llevar un conteo de los pacientes que acuden a recibir algún tipo de atención médica y que no cuentan con los recursos necesarios para cubrir los gastos totales.

Resultados

Indicadores septiembre de 2016 (Populares, 2018)
 SOFIPOS autorizadas por la CNBV: 43
 Número de clientes: 3,493,998
 Número de sucursales: 1,103
 Número de municipios atendidos: 1,629
 Activo total: \$29,992 millones de pesos
 Captación \$19,937 millones de pesos
 Cartera de crédito: Neta \$19,146 millones de pesos; Bruta \$21,328 millones de pesos
 Cartera vencida: 9.70%

Liderazgo

El liderazgo del mercado de la base de la pirámide actualmente lo tiene el banco “Compartamos” con el 40% del mercado.

Competencia

Además del banco “Compartamos” también la competencia directa de nuestra SOFIPO sería “Financiera Independencia” que tiene acaparado a cerca del 20% del mercado y “PROVIDENT” con el 7% del mercado. También ejerce competencia directa la banca comercial mediante sus tarjetas de crédito.

Tendencias de mercado

A pesar de los problemas que se han presentado en el sector de las sociedades financieras populares (SOFIPO) en los últimos años, como el caso FICREA o el de Alta Servicios Financieros, el ahorro en estos vehículos continúa con tendencia creciente, de acuerdo con datos de la CNBV. (Financiero, 2017)

Círculo de Mercado

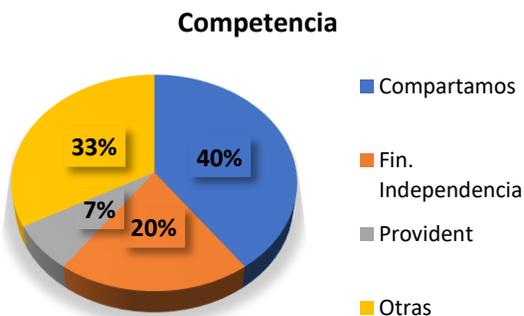


Figura 1 Gráfica de instituciones quienes serían la competencia principal de la SOFIPO salud
Fuente: Elaboración Propia

Definición del Producto

Sociedades Financiera Popular (SOFIPO) especializada en el área médica para ofrecer servicios de ahorro, crédito e inversión, particularmente al sector de la base de la pirámide y el gremio médico, para financiar eventualidades médicas, fomentar el ahorro y financiar proyectos médicos de infraestructura y adquisición de equipamiento y mobiliario.

Panorama competitivo

De manera natural, las propias SOFIPO existentes son la competencia directa, pero también las cajas de ahorro populares y las tarjetas de crédito de la banca comercial. En el cuadro 1 se puede observar las altas tasas que cobran las SOFIPO líderes del mercado, así como en el cuadro 2, las tasas tan disímiles que cobran la banca comercial mediante las tarjetas de créditos, en donde podemos encontrar un CAT del 39% y otro del 85%.

Puntos fuertes de la competencia

- Consolidación en el mercado
- Mayor número de clientes
- Mayor expansión en el mercado

- Presencia en un número mayor de municipios

Puntos débiles de la competencia

- Tasas de interés bastante altas
- La mayoría tienen montos de préstamo reducidos
- Ninguna se encuentra especializada en el ramo de la salud

Concepto	Entidad financiera			
	Compartamos	Financiera Independencia	Provident	Nosotros
Especializado en el sector salud	No	No	No	Si
Tasa de interés anual a prestamos	72.6 – 90%	70-90%	82-97%	45-60%
Monto Máximo de préstamo	\$200,000	\$20,000	\$30,000	De acuerdo a las garantías del cliente

Cuadro 1 Tasas de interés y montos de crédito de la competencia directa

Fuente: Elaboración Propia con información obtenida de las páginas de internet de las instituciones financieras analizadas.

Tarjeta	Anualidad	Disposición del Crédito en Efectivo	Gastos de Cobranza	de CAT Promedio Sin IVA
Tarjeta de Crédito BanCoppel	\$0.00	8.00%	No aplica	85.70%
Afirme - Tarjeta de Crédito Clásica	\$550.00	8.00%	\$320.00	66.40%
Scotiabank - Tradicional Clásica	\$500.00	5.00%	\$350.00	50.80%
Banregio - Tarjeta Clásica	\$0.00	\$200.00	\$300.00	53.40%
HSBC - Clásica	\$560.00	4.50%	\$340.00	47.80%
Banorte - Clásica	\$550.00	5.50%	\$370.00	53.00%
Banamex - Clásica Internacional	\$600.00	6.00%	\$360.00	41.90%
Azul Bancomer	\$580.00	5.50%	\$348.00	48.30%
Tarjeta de Crédito Clásica Inbursa	\$0.00	5.00%	\$300.00	41.20%
Santander - Clásica Internacional	\$540.00	10.00%	\$330.00	37.60%
Tarjeta Bajío Clásica	\$350.00	8.00%	\$300.00	39.00%

Cuadro 2 Comparativo del costo financiero por medio de tarjetas de crédito de la banca comercial

Fuente: elaboración propia con información obtenida en <http://lastarjetasdecredito.com.mx/cuadro-comparativo-de-cat-en-tarjetas-clasicas.html>

Posicionamiento del producto o servicio

Al ser un producto enfocado al sector salud, el consumidor podrá identificarlo claramente, ya que no hay competencia enfocada a dicho sector. Además de que seremos la SOFIPO con una de las tasas de interés más bajas del mercado, por lo que haremos énfasis en ello.

Promesa al consumidor

- Tasa de interés más baja del mercado
- Rápida Autorización
- Se preocupa por tu salud
- Te ayuda en esos momentos inesperados (urgencias)
- Cómodos planes de pago

Estrategias de comunicación

Mensajes por audiencia

El gremio médico será uno de los canales de comunicación directo para ofrecer el servicio de financiamiento a sus pacientes.

También la sinergia que se generará entre la SOFIPO y los médicos sujetos a financiamiento de infraestructura y equipamiento, para recomendar los planes de financiamiento entre sus pacientes. Se comunicará como una SOFIPO especializada en la salud, generando una red de alianzas entre el gremio médico y otros profesionales de la salud.

Población de Consumidores-Objetivo

Principalmente trabajadores que reciben su pago por nómina, o clientes que han generado un ahorro que les permita solicitar un crédito hasta por tres veces su ahorro con las respectivas garantías, y que requieran financiar una eventualidad médica a crédito.

Médicos y profesionales de la salud que requieran financiamiento para ampliar, construir, adquirir, remodelar, infraestructura, equipo médico o mobiliario.

Estrategias de lanzamiento

Plan de lanzamiento

Se utilizarán las redes sociales, así como la promoción directa del gremio médico y de profesionales de la salud.

Mercado Meta

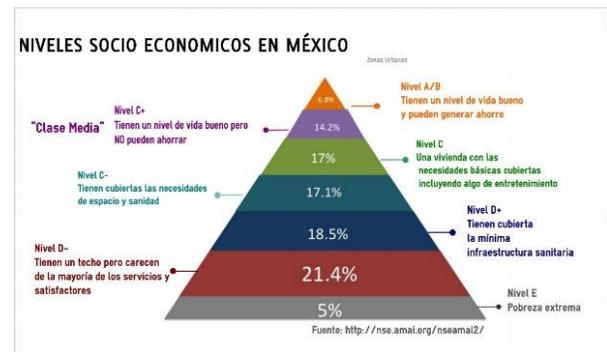


Figura 2 Niveles socio Económicos en México

Con base a dicha grafica podemos concluir que nuestro mercado meta es el 79% de la población del país, que son los que conforman la base de la pirámide económica y a los cuales podemos ayudar prestando nuestro servicio.

El tamaño total de la población hasta el año 2016 era de 127 927 966, lo cual significa que nuestro servicio estaría enfocado a satisfacer las necesidades de poco más de 100 000 000 de mexicanos.

Garantías para adquirir un préstamo

Para el otorgamiento del financiamiento, consideramos tres vías: la primera es un acceso inmediato por el monto igual al que tiene en su cuenta de ahorros, mediando sus propios ahorros como la garantía misma, ello sirve cuando el que requiere el financiamiento es el familiar o amigo del ahorrador y sirve como aval o mediador el propio ahorrador, permitiendo no descapitalizarse y haciendo responsable al tercero del pago del adeudo. Otro mecanismo es el desarrollar un autofinanciamiento que le genere interés a favor en lugar de un costo, aprovechando al ya posicionado concepto de "Tanda", bajo el cual no mediará garantía alguna, y recibe lo que aporta con el respectivo interés generado a favor durante la duración del contrato establecido para el ahorro.

Y el tercero, que implica un importe mayor al que tiene como ahorro dentro de la SOFIPO, para lo cual se pedirá los siguiente:

Crédito:

- Ser hombre o mujer con nacionalidad mexicana y tener entre 23 y 70 años

- Antigüedad mínima de 12 meses con tu negocio o actividad económica actual últimos
- Ser ahorrador de la SOFIPO
- Credencial para votar vigente (original y copia).
- Comprobante de domicilio (original y copia).
- Contar con un aval asalariado o con actividad económica independiente.
- 4 referencias personales con teléfono celular o fijo.
- En caso de ser autoempleo demostrar ingresos mediante notas de compra, artículos que vende o herramientas del oficio.
- Estudio socio económico para validar la información entregada

Precio

En cuanto al precio, debemos profundizar al respecto, y por los tiempos, no alcanzamos a establecerlos, sin embargo, investigamos respecto a los mecanismos para establecerlos. Encontramos 4 pasos clave para establecer precios:



Enfoques alternativos del precio			
Enfoque	Basado en:	Ignora	Le gusta a
Costo	Costos	Competencia / consumidores	Finanzas
Mercado	Competencia	Costos Consumidores	Ventas
Valor	Consumidores	Costo competencia	Marketing

Cuadro 3 Enfoques alternativos del precio

Fuente: *Elaboración Propia*

Cost plus pricing:

Es el enfoque más antiguo para fijar precios y aún así sigue siendo el más popular. Es el más sencillo de calcular: al costo de cada producto se le añade un porcentaje en función del retorno de capital requerido, sin embargo, los expertos declaran que no es el mejor método.

Market based pricing:

Se aplica principalmente por empresas que buscan ser los líderes del mercado, pero atenta contra la utilidad y la percepción de valor del consumidor.

Value based pricing:

Históricamente se refiere al uso de metodologías mediante encuesta al consumidor, focus group, y al análisis asociado a las estimaciones del valor relativo que el cliente otorga.

El uso de cualquiera de los tres métodos se considera como “purista” y la realidad es que la mayoría de las empresas no utilizan un solo método, sino una combinación de ellos, de acuerdo a las metas establecidas. Por ello, el precio de la SOFIPO considerará los tres métodos para fijar el mejor precio posible.

El siguiente ejemplo se refiere a un plan de financiamiento por parte de la SOFIPO para una cesárea, en donde el matrimonio laboran ambos, situación común actualmente en Morelia, y tienen un ingreso de \$9,000.00 y \$14,000.00 pesos mensuales, teniendo un ingreso familiar total mensual de \$23,000.00 pesos. La vida del crédito es de dos años a una tasa anual de interés del 49%. EL monto del préstamo honorarios del ginecólogo, ayudante, pediatra, anesthesiólogo y gastos del hospital.



Figura 3 Ejemplo préstamo cesárea

Conclusiones

De acuerdo a la investigación realizada, esta nos arroja que las SOFIPOS existentes hasta el momento no se han enfocado en el sector salud, es decir se esta dejando al lado la necesidad a la cual se enfrenta un alto porcentaje de clientes de servicios de salud que incurrir en situaciones inesperadas que ponen en peligro su salud y en ocasiones su vida. Por lo anterior de acuerdo con los resultados de la investigación planteada se concluye que el presente trabajo da cumplimiento al objetivo planteado, es decir, generar una propuesta para la creación de una SOFIPO enfocada al sector salud, de tal modo que se beneficien tanto consultorios y hospitales aumentando el número de pacientes (al ofrecer la alternativa) como pacientes (al recibirla).

Referencias

Arias., F. G. (1999). El Proyecto de Investigación: Guía . Retrieved from <http://www.smo.edu.mx/>:

<http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/proyecto-investigacion.pdf>

Financiero, E. (2017, 01 18). *El economista*. Retrieved from

<http://eleconomista.com.mx/sistema-financiero/2017/01/18/ahorro-las-sofipos-continua-terreno-positivo>

Hernández Sampieri, R. &. (2008, 01 01). El matrimonio cuantitativo cualitativo: el paradigma mixto. Villahermosa, Tabasco, Mexico: Instituto Mexicano de Sexología, A. C.

Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la Investigación (5ª Ed.)*. México: McGraw Hill Educación.

INEGI. (2016). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Consulta interactiva de datos. México: Consulta interactiva de datos. Retrieved 2016, from http://www3.inegi.org.mx/sistemas/infoenoe/Default_15mas.aspx?s=est&c=26227

Populares, A. M. (2018, 06 24). *AMSOFIPO A.C.* Retrieved from <http://www.amsofipo.mx/sofipos.html>

PRO MÉXICO. (2014). *PYMES, ESLABÓN FUNDAMENTAL PARA EL CRECIMIENTO EN MÉXICO*. Retrieved from <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

Reyes, L. O., Blanco, S. J., & Chao, G. (2014). *Metodología de Investigación para Cursos en Línea*. Servicios Académicos Internacionales para eumed.net. Retrieved Junio 28, 2017, from <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1420/index.htm>