



Informe de desempeño social 2023

microserfin



ÍNDICE



3

Introducción



4

**El emprendimiento,
una salida de
la pobreza**



6

**Conociendo al
emprendedor
vulnerable**



11

**Principales retos de
los emprendedores**

Carencias económicas - hogar
Carencias económicas - negocio
Carencias sociales
La pobreza digital
Impactos climáticos
Salud financiera



24

**Soluciones
financieras**

Crédito
Vivienda y Saneamiento
Digitalización
Formación
Protección a través de seguros
Migrantes
Gobierno, Talento Humano y Gestión del Riesgo
Comité ESG
Gestión de la huella de carbono



36

**Impacto
en los hogares**

Crecimiento de los negocios
Comunidad, generando empleo



39

**Nuestra vision
de sostenibilidad,
basada en el
modelo ESG**

Panamá ha experimentado una disminución gradual de los niveles de pobreza en las últimas décadas, según el Banco Mundial, pero aún existe un 20% de la población que vive por debajo del umbral de pobreza, con una concentración particular en áreas rurales y comunidades indígenas. El emprendimiento es una oportunidad para que en los hogares mejoren sus niveles de ingresos, aumenten sus inversiones y gestionen sus riesgos. El acceso a la financiación, junto con las capacidades y competencias del emprendedor y sus habilidades, aumentan las probabilidades de éxito de esos hogares.



El emprendimiento, una salida de la pobreza

La economía panameña creció en promedio un 6,8% en el período 2004-2019 previo a la pandemia, tres veces más que el promedio de América Latina. Ese período se puede dividir en dos fases: la primera, entre 2004-2017, donde la economía creció en promedio un 7,2% y el período 2018-2019 cuando lo hizo en apenas un 3,5% en promedio, una vez terminó el impulso de las inversiones en infraestructura asociada al Canal.

Durante el 2023, Panamá continuó experimentando un importante ritmo de crecimiento con una tasa de variación del PIB estimada de 7,3% respecto al año 2022.

Panamá es un importante centro logístico y de transporte, así como un centro comercial, lo que supone un motor de la economía nacional. El crecimiento reciente está apoyado por la construcción, el transporte, la logística y el turismo. Es uno de los tres únicos países del mundo con emisiones de carbono negativas y cuenta con más de la mitad de su territorio protegido, dada su elevada sensibilidad a los fenómenos climáticos que tienen importantes impactos en los flujos de circulación del Canal.

A pesar de la incertidumbre global y los choques en los precios de los alimentos, la energía y el combustible, Panamá mantiene una de las tasas de inflación más bajas del mundo, con una variación del índice de precios al consumidor de 1,5% en 2023, mientras que en el 2022 fue del 2,1%. Sin embargo, esto es resultado de la aplicación de importantes subsidios.

El aumento de los precios de los alimentos y la energía precipitó el malestar social, al pasar la inflación de -2% en octubre de 2020 a 5,2% en junio de 2022. Las protestas públicas contra el aumento de los precios de los alimentos y los combustibles a principios de julio de 2022 llevaron al gobierno a anunciar una serie de medidas, de subsidios a los alimentos y los combustibles que ayudaron a reducir la inflación general. Los subsidios continuaron hasta finales de 2023.

Este escenario de crecimiento y baja inflación han tenido importantes impactos en los niveles de pobreza monetaria en el país. La pobreza general se ubicará en un 20,9% en 2023, 1 punto porcentual por debajo del registrado en 2022 (21,9%). Alrededor del 43,2% de estos se encuentran en situación de pobreza extrema. A pesar del crecimiento económico constante, la pobreza y la desigualdad de ingresos ha sido persistentes, afectando en mayor proporción a los territorios indígenas y rurales.

Esto ha estado acompañado por un mayor dinamismo en la creación de empleo, coherente con la evolución de la economía. La tasa de desempleo disminuyó 2,5 puntos porcentuales hasta el 7,4%, producto de la mayor alza de la población ocupada en relación al incremento de la fuerza de trabajo. Las tasas de participación y de ocupación se situaron en 62,4% y 55% respectivamente.

De entre la población que está trabajando, el 47,7% de los hombres ocupados y el 50,3% de las mujeres ocupadas trabajan 40 horas o más y no desean trabajar más horas. En cuanto a las áreas geográficas, la población ocupada con empleo pleno en el área urbana era de 58% y en las zonas rurales de 25,6%. Las provincias con mayor empleo fueron: Panamá (6,8%), seguido de Panamá Oeste (54,6%) y Colón (49,2%). Mientras, las provincias con un menor empleo pleno fueron Veraguas (36,8%), Coclé (30,3%) y Darién (24,1%).

Aproximadamente 47 de cada 100 ocupados tuvo un empleo informal. Al comparar esta información con la resultante en el 2022, se observó, en términos absolutos, un aumento en la población ocupada en empleo informal, de 3,7%. Por sexo, se registró un mayor porcentaje de hombres ocupados con empleo informal (56,5%), que de mujeres 43,5%.

Las comarcas indígenas son aquellas con mayor proporción de empleo informal, destacando: Kuna Yala (91,4%), Emberá (71,8%) y Ngäbe Buglé (71,7%). En las regiones más pobladas como Panamá y Panamá Oeste la proporción de empleo informal es del 43,7% y 47,9% respectivamente.

Del total de personas con empleo informal, el 59,2% trabajó por cuenta propia, el 26,4% tuvo un empleo como asalariado, el 8,1% fue empleado de servicio doméstico, el 3,3% trabajador familiar, y el 3% patrono.

El empleo informal y por cuenta propia son componentes importantes del mercado laboral en Panamá. El empleo informal se refiere a aquel trabajo que no está regulado por el gobierno y no ofrece protección social ni beneficios laborales.

Según datos del INEC, al cierre de 2022, el 32,7% de los ocupados lo hacían por cuenta propia. Del total de personas ocupadas por cuenta propia un 86,2% lo hacían a tiempo parcial o en condiciones de subempleo, de los cuales 4 de cada 10 son mujeres.

Los trabajadores por cuenta propia asumen la responsabilidad total de su negocio, incluyendo la gestión, los riesgos financieros y el acceso a la seguridad social. Aunque pueden tener más autonomía y flexibilidad en comparación con los empleados formales, también pueden enfrentar desafíos como la inestabilidad de los ingresos, la falta de beneficios laborales y la dificultad para acceder a créditos y servicios financieros.

Esta estructura del mercado laboral y el peso del empleo por cuenta propia y los micro negocios, hace del acceso a servicios financieros, uno de los elementos claves para que se puedan desarrollar. Es allí donde actúa una institución como Microserfin que ha apoyado a más de 57 mil adultos que han desarrollado sus pequeños emprendimientos y donde hemos comprobado, como con el tiempo, van mejorando sus niveles de ingresos y se van formalizando, permitiendo una salida estructural de sus condiciones iniciales y generando empleos para terceros.

PRINCIPALES MAGNITUDES

Cientes totales **19.440**

Cartera bruta **34** Mill. USD

Monto desembolsado en 2023 **24** Mill. USD

Desembolso promedio
 USD **1.928**

Número de desembolsos en 2023
12.667

Personas que han recibido educación financiera
24.982

Número de empleados
282

Número de oficinas
28

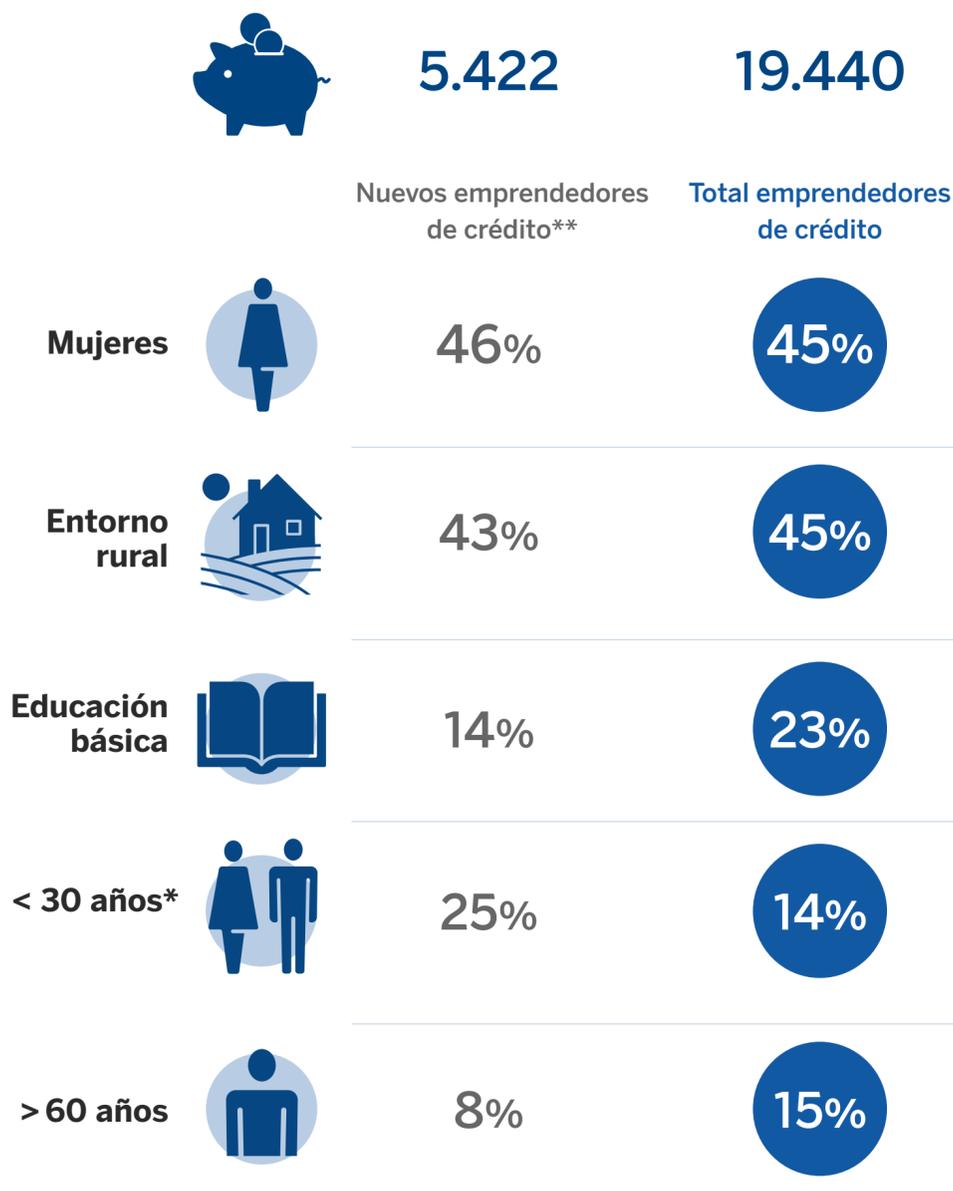
Conociendo al emprendedor vulnerable

A cierre de 2023, Microserfin atendía con créditos a 19.440 emprendedores para impulsar sus proyectos productivos. El 45% de ellos eran mujeres y el 23% contaba con educación primaria a lo sumo, dos grupos de población que tradicionalmente han contado con un acceso desigual a las oportunidades del mercado financiero.

Además, Panamá destaca por ser un país donde la pobreza es muy desigual dependiendo de la región. De ahí el interés en penetrar en zonas remotas – el 45% de los emprendedores se encuentra en entornos rurales – donde los bancos tradicionales no operan.

Muchos emprendedores poseen y operan múltiples negocios al mismo tiempo con el fin de diversificar sus riesgos: si un micronegocio va mal, el otro puede sostenerse económicamente.

1 Los emprendedores de la entidad a cierre 2023



G. 1. * En este informe la etiqueta '< 30 años' se refiere a 'personas menores de 30 años' y '> 60 años' a 'personas mayores de 60 años'.

**Clientes durante el año que no hayan tenido un crédito anterior con la entidad.

LA FAMILIA DETRÁS DEL EMPRENDEDOR¹

Trabajadores Independientes



OCUPACIONES MENCIONADAS

Nuevos emprendedores que se están reinventando, mujeres empoderadas



Comerciantes con tiendas de abarrotes
Venta en casa de comida preparada
Tienda de ropa
Taxista (flota de taxis)

Con más de 20 años en el oficio



Agricultores y ganaderos
Dueños de restaurante

Han prestado servicios diversos



Obreros
Buhoneros

La necesidad de generar ingresos para mejorar la calidad de vida de sus familias es la principal razón para emprender. Se autodescriben como gente sencilla, humilde y acostumbrada al trabajo fuerte.

Se caracterizan por tener familias numerosas que mantienen un estilo de vida tradicional. Están abocados al trabajo, cuando

hay tiempo libre escuchan música o están con la familia, no acostumbran a tener hobbies como forma de entretenimiento. Con una fuerte orientación familiar, están unidos a sus hijos y nietos, se apoyan para sacar el trabajo entre todos. Les preocupa el sustento económico a futuro.

1. Estudio realizado por IPSOS en Octubre 2023, mediante Focus groups y entrevistas de profundidad.

OTRAS RAZONES QUE LOS HAN IMPULSADO A SER INDEPENDIENTES²

+ Mención

- Hay un componente de **tradicición** de continuar un **oficio que han realizado por muchos años** y han logrado mantener, como el cultivo de la tierra.
- **No tener una profesión los lleva a desempeñar oficios tradicionales**, como la cría de animales.
- Necesidad de tener **autonomía financiera** y no depender de la pareja (mujeres).
- **Seguir un sueño**, creer en algo que les apasiona y para lo cual consideran **tener talento** y ser una **buena fuente de ingresos**, como la venta de comida preparada.
- **Tener acceso a los préstamos** de una entidad como Microserfin es **también una motivación** para tener sus proyectos, sabiendo que pueden continuarlos con su ayuda, los estimula a seguir emprendiendo.

- Mención

Razones para emprender:

Sus metas a corto o mediano plazo se centran en hacer crecer el negocio y progresar (expandirse a otras regiones, comprar más terreno, tener más animales para la crianza, productos para la tienda, carros para aumentar la flota de taxis). Esperan a futuro mantener el negocio para que sus hijos le den continuidad. Su objetivo es conseguir el sustento para su familia, dar educación profesional a sus hijos, ayudarlos económicamente y procurarse un futuro mejor, así como garantizar su propia manutención. No cuentan con educación profesional y han aprendido a llevar a cabo sus proyectos a través de la experiencia del día a día.

Al ser empresas manejadas en familia, principalmente cuentan entre 1-10 empleados.

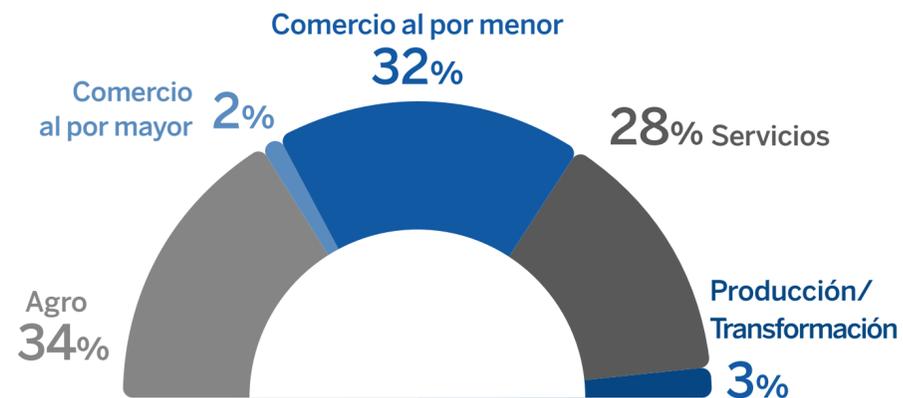
“Queremos seguir creciendo, sabemos que la situación es dura, pero no imposible, ¿verdad?, porque seguimos luchando hacia adelante para darle a nuestros hijos lo mejor, una educación mejor para que sean profesionales más adelante y seguir trabajando” (Anónimo, zona Norte).

2. Fuente del estudio pte MS.

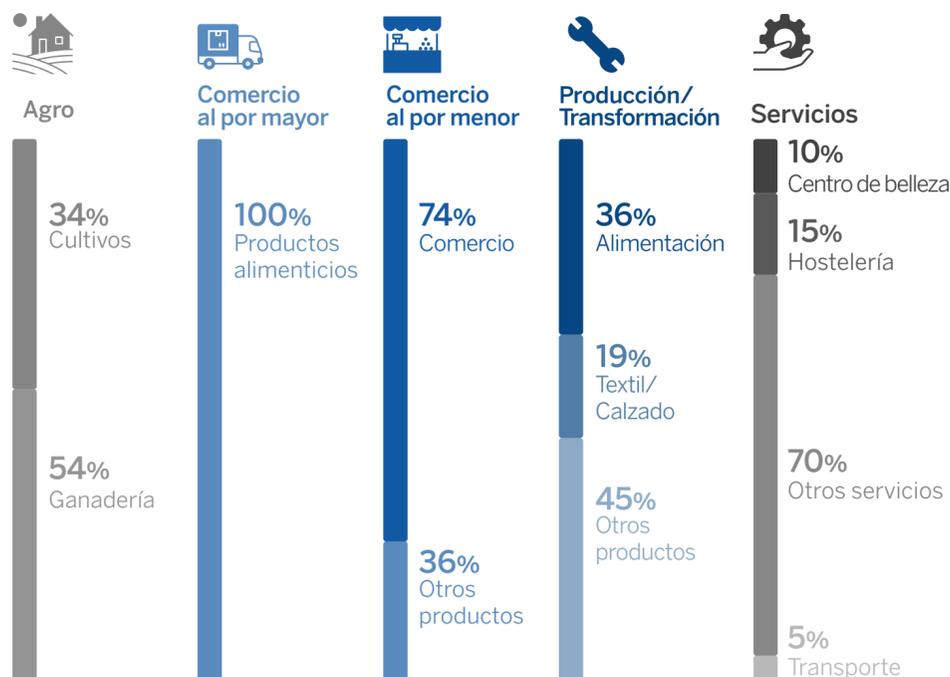
2 Sector de los emprendedores

Total emprendedores de crédito

Sectores



Por actividades



Los emprendedores Panameños se dedican a una variedad de actividades. Un tercio se dedica a actividades del sector **agropecuario** (34%), como los cultivos o la ganadería, habitualmente hombres de mediana edad en entornos rurales y con bajos niveles educativos. Los ingresos medios en este sector son los más bajos por los elevados costes operativos, pero también dedican una mayor proporción de sus ingresos a invertir en capital de trabajo, por lo que su nivel de activos es mayor en proporción a otros sectores.

En **comercio al por menor** (32% del total) emprenden montando pequeños supermercados o farmacias y suelen estar liderados por mujeres, también de mediana edad, en entornos urbanos y con mayor nivel de educación. Es decir, buscan actividades pequeñas, flexibles, que se adapten a sus necesidades de compatibilizar el trabajo con las responsabilidades del hogar.

Es un sector que a pesar de tener alto nivel de ingresos (ventas mayores que los demás sectores), sus gastos operativos son cuantiosos, por lo que sus márgenes son pequeños y la gestión de inventarios un elemento clave.

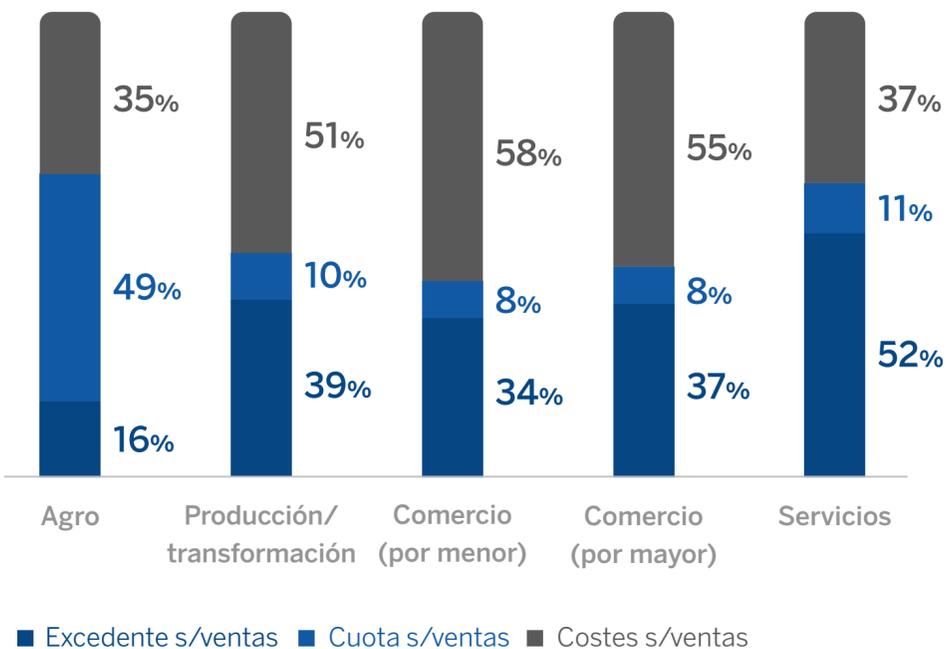
En el sector **servicios**, la mayoría son hombres con pequeños talleres para reparaciones (24%), albañilería y reparaciones domésticas (14%) o que se ocupan en actividades de limpieza y mantenimiento (12%). Por tanto, si bien sus ventas medias son bajas, cuentan con mayores márgenes.



G. 2. Se muestran las actividades más representativas.

3 Márgenes por sector

Total emprendedores de crédito



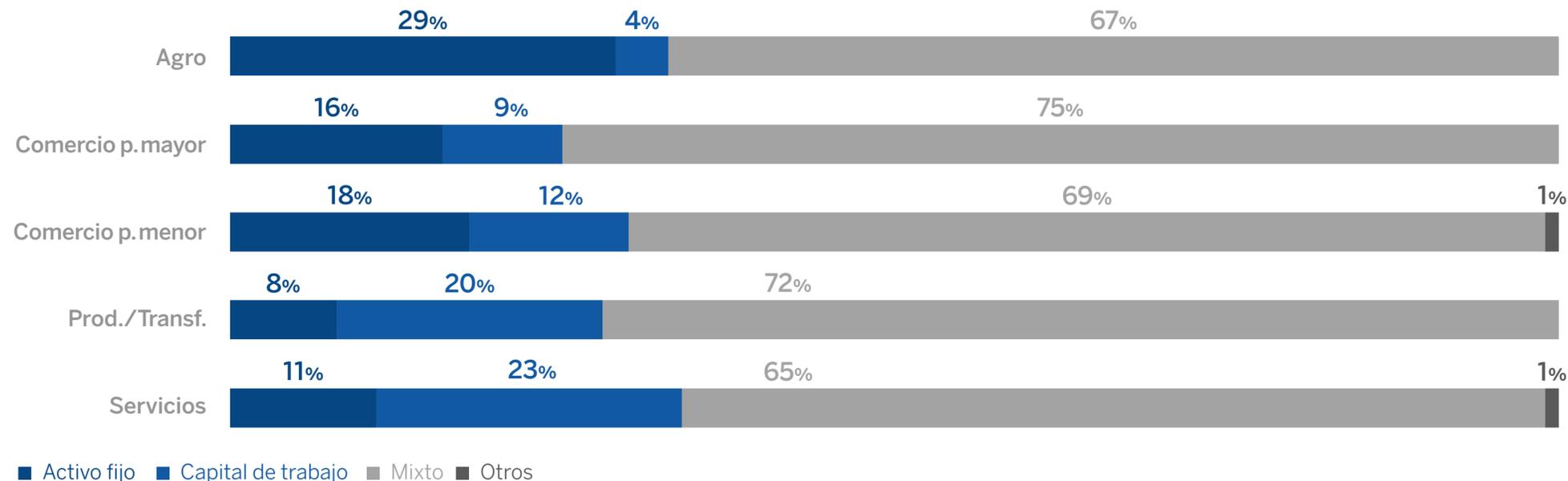
4 Ventas promedio mensual

Total emprendedores de crédito



5 Destino de los créditos

Total créditos desembolsados en 2023



G. 3. Porcentajes de los costes, cuota y excedente sobre ventas medias de cada uno de los sectores. El excedente es posterior al pago de la cuota financiera.

G. 5. Desembolsos anuales en función del destino del crédito.

Principales retos de los emprendedores vulnerables

Para los microemprendedores vulnerables, la distinción tradicional entre las necesidades financieras del hogar y de los pequeños negocios se difumina y las decisiones sobre su patrimonio se interrelacionan. Esto hace que las decisiones en materia de consumo y de producción estén interrelacionadas (hogar-empresa). En consecuencia, el progreso del hogar y del negocio en este segmento van de la mano.

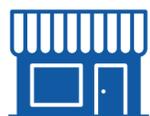
Los hogares y los negocios de los microempresarios forman, a menudo, una unidad; de allí la importancia de trabajar en todas las dimensiones, a la vez

Microserfin mide varias dimensiones de carencias e imprevistos para entender las necesidades de estos emprendedores-hogares. La medición de la **vulnerabilidad económica** es el pilar central, seguido de las **carencias sociales**, que incluye el acceso a la atención sanitaria de calidad, vivienda y educación. A esto se une la **pobreza digital**.



Carencias económicas – hogar

Para los emprendedores, el negocio representa una parte importante de los ingresos del hogar. El emprendimiento suele estar complementado con otros salarios o negocios y, en menor medida, con pensiones, remesas u otras ayudas. Así preocupa, por un lado, el bajo nivel de ingresos y por otro, la dificultad para poder sostener, por pequeño que sea, este nivel de ingresos o uno superior en el tiempo.



76%

clientes su negocio es la principal fuente de ingresos del hogar³



65%

clientes tiene ingresos inestables



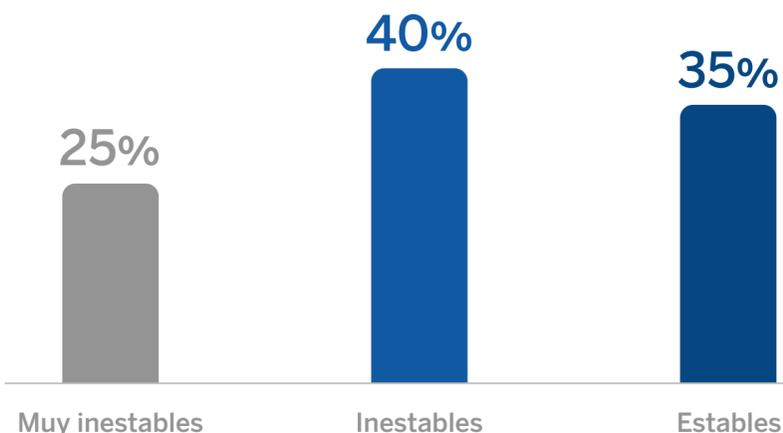
83%

clientes cubren gastos mensuales

El 65% de los hogares tienen ingresos inestables con una alta estacionalidad: durante 9 meses obtienen la mayor parte de los ingresos anuales. Si bien los ingresos son pequeños e inestables, la mayoría de los hogares (83%) dice poder cubrir los gastos y un 58% dice gastar mucho menos de lo que ingresa⁴.

6 Inestabilidad de ingresos del hogar

Total emprendedores encuestados



La inestabilidad y escasez de ingresos refleja la vulnerabilidad financiera que enfrentan los hogares

³ Se considera principal fuente de ingresos cuando el negocio representa el 50% o más de los ingresos del hogar.

⁴ Esta información se extrae de la Encuesta de Salud Financiera 2023, realizada a 458 hogares de la cartera de emprendedores. Para más información véase [link a la nota metodológica de la encuesta].



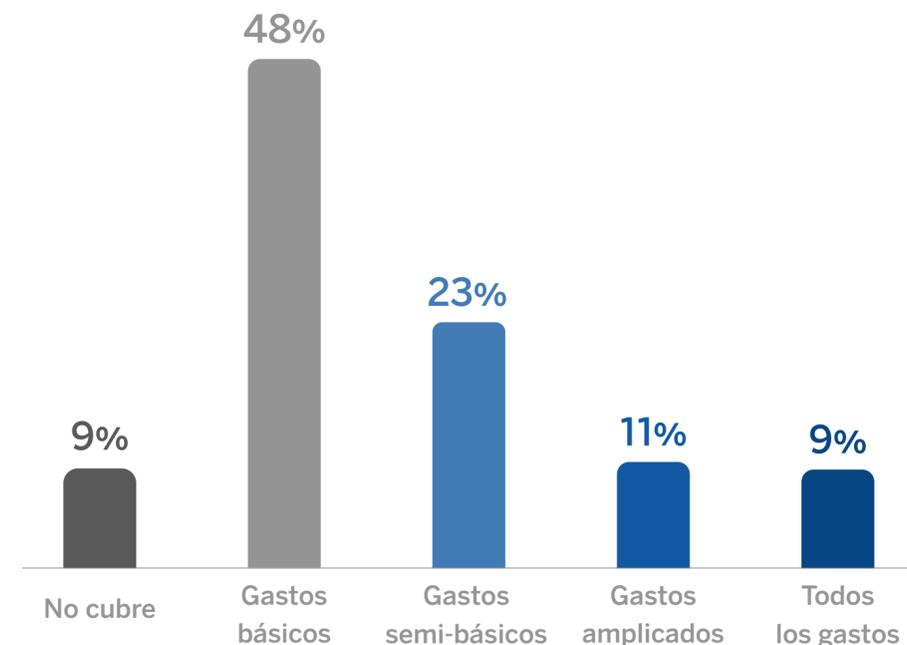
Sin embargo, en los meses de menos ingresos, el 60% de los emprendedores apenas cubre gastos básicos, frente al 20% que cubre todos o casi todos los gastos del hogar. Por tanto, si bien los emprendedores gestionan el día a día y cumplen con un nivel básico de salud financiera, tienen dificultades para cubrir más allá de los gastos básicos del día a día los meses de menos ingresos.

Profundizando en este aspecto, el 41% no tiene ingresos estables y en los meses de menos ingresos, apenas consigue cubrir los gastos básicos. Esto pone de manifiesto la importancia de disponer de mecanismos como el ahorro que permitan homogeneizar el consumo a lo largo del año. Sin embargo, el grupo más preocupante es aquel que no cubre gastos básicos teniendo ingresos estables (un 16%), puesto que su vulnerabilidad es persistente. En el otro extremo, un 11% de los emprendedores cubre todos o casi todos los gastos del hogar y además tiene ingresos estables.

Por perfil de cliente, los jóvenes y los hombres presentan mayor inestabilidad de ingresos. Además, los hombres tienen mayor dificultad para cubrir gastos básicos los meses de menos ingresos.

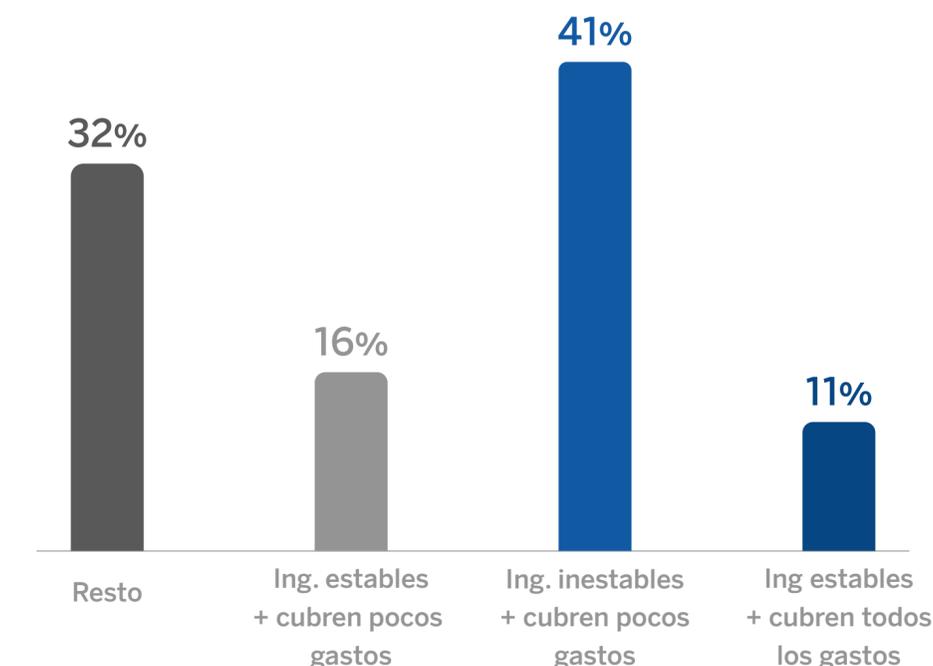
7 Cobertura de gastos

Total emprendedores encuestados



- No se cubren los gastos básicos del hogar
- **Gastos básicos:** alimentos, bebida, vivienda (alquiler, renta), servicios (energía, gas, agua).
- **Gastos Básicos + gastos de educación,** seguro de salud y telecomunicaciones.
- **Gastos Básicos + gastos de educación,** seguro de salud y telecomunicaciones + **gastos puntuales del hogar** (ropa y calzado, salud puntual, educación puntual, vivienda (reparaciones, mejoras), bienes del hogar).
- **Todos los gastos del hogar** (incluyendo entretenimiento, ocio).

8 Capacidad de gestión de financiera de los hogares

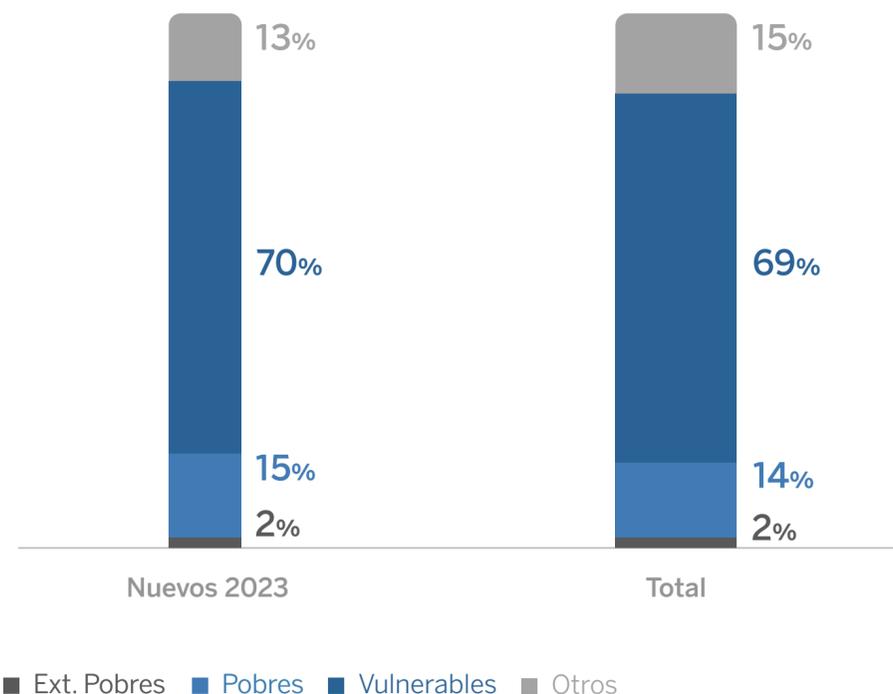


- Resto
- Tienen ingresos estables y los peores meses sólo cubren gastos básicos
- **Tienen ingresos inestables y los peores meses sólo cubren gastos básicos**
- **Tienen ingresos estables y los peores meses cubren todos los gastos**

Carencias económicas – negocio

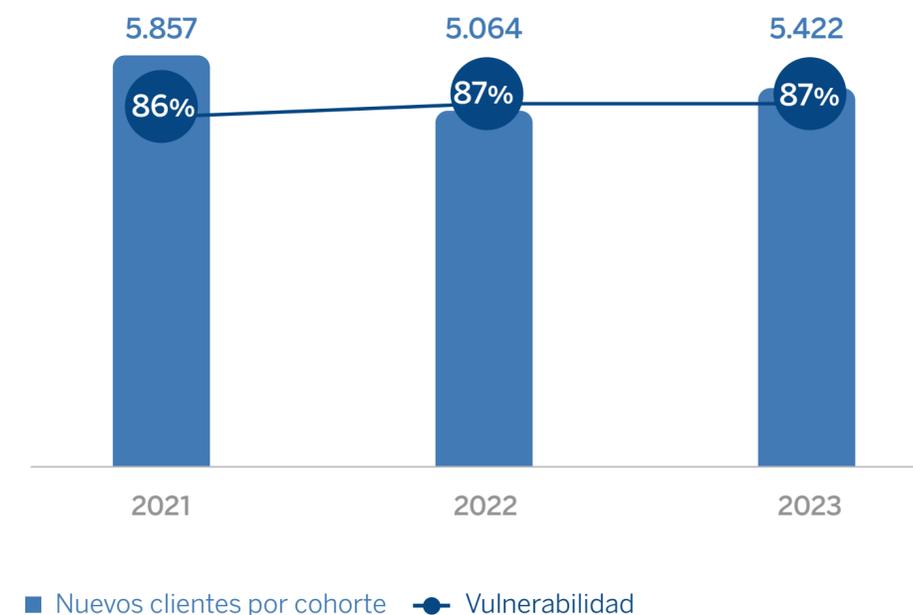
La medida de vulnerabilidad económica permite conocer el perfil de emprendedor que Microserfin atiende. Esta medida es diferencial y permite evaluar el impacto y la profundidad de la atención. En 2023 se incorporaron más de 5.422 nuevos emprendedores que solicitaron un crédito, de los cuales un 87% se encontraba en situación de vulnerabilidad (vulnerables, pobres y extremadamente pobres), y un 17% tenía una renta por debajo de la Línea de Pobreza (LP). Aquellos que se encuentran en situación de extrema pobreza tienen una renta promedio mensual que no supera los USD 41. Se mantiene así un firme compromiso durante los últimos tres años de atender a los que se encuentran en situación de vulnerabilidad económica.

9 Vulnerabilidad económica de los emprendedores



10 Evolución de los emprendedores que solicitan créditos, según su vulnerabilidad

Nuevos emprendedores de crédito

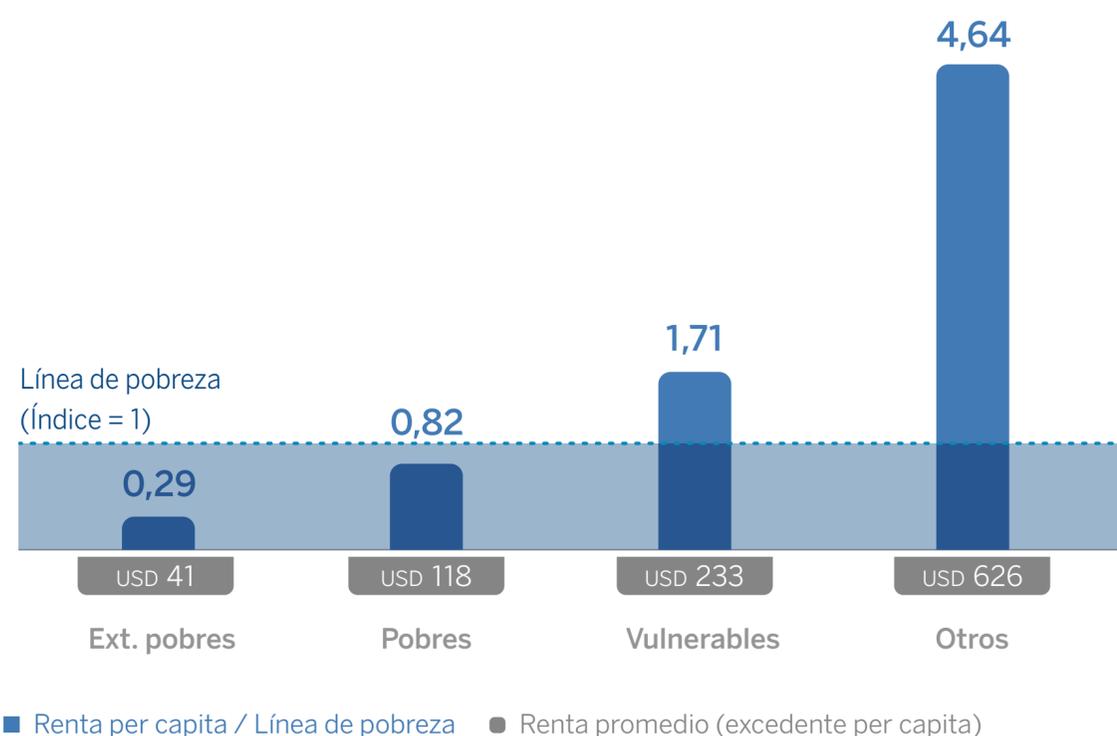


G.9 y G.10. Según las líneas de pobreza oficiales del Ministerio de Economía y Finanzas, que diferencia el entorno rural y el urbano. Se considera como segmento vulnerable al formado por emprendedores cuyo excedente per cápita (estimado a partir del excedente del negocio, dividido entre el tamaño del hogar) se encuentra sobre la Línea de Pobreza, pero por debajo del umbral que se obtiene al multiplicar por tres la cifra atribuida a dicha línea. Datos facilitados hasta el año 2019, por lo que a los años posteriores, se les aplica el IPC.

G.10. Considera la entrada de clientes durante el año (sin créditos anteriores), en adelante "clientes nuevos". Vulnerabilidad es el porcentaje de clientes con ingresos por debajo de 3 veces la línea de pobreza oficial del país

11 Renta de los emprendedores

Nuevos emprendedores de crédito



G.11. Según las líneas de pobreza oficiales del Ministerio de Economía y Finanzas, que diferencia el entorno rural y el urbano. Se considera como segmento vulnerable al formado por emprendedores cuyo excedente per cápita (estimado a partir del excedente del negocio, dividido entre el tamaño del hogar) se encuentra sobre la Línea de Pobreza, pero por debajo del umbral que se obtiene al multiplicar por tres la cifra atribuida a dicha línea. Datos facilitados hasta el año 2019, por lo que a los años posteriores, se les aplica el IPC

5. Según las líneas de pobreza oficiales del Ministerio de Economía y Finanzas, que diferencia el entorno rural y el urbano.

CÓMO MEDIR LA VULNERABILIDAD ECONÓMICA

La capacidad que sus microempresas tienen de generar excedentes para cada miembro del hogar, los excedentes per cápita o su renta, se analizan según el coste de una canasta básica de alimentos (Línea de Pobreza Extrema) y otra ampliada que incluye el coste de servicios básicos (Línea de Pobreza)⁵.

La metodología de cálculo de la Línea de Pobreza en cada país se basa en unos preceptos comunes. Por tanto, es un referente nacional que permite relativizar la información, compararla entre países y evaluar el desempeño a lo largo del tiempo.

Clasificación de vulnerabilidad económica del Grupo FMBBVA:

- **Extremadamente pobres:** cuando el excedente que le queda a cada miembro del hogar (o renta) es inferior a la Línea de Pobreza Extrema de su país (representada por el coste de la canasta básica de alimentos).
- **Pobres:** cuando su renta es superior a la Línea de Pobreza Extrema, pero inferior a la Línea de Pobreza de su país (representada por el coste

de la canasta básica de alimentos, bienes y servicios básicos).

- **Vulnerables:** cuando su renta es superior a la Línea de Pobreza, pero inferior a tres veces la línea de pobreza correspondiente.
- **Otros:** cuando su renta es superior a tres veces la Línea de Pobreza correspondiente.

Aunque esta clasificación es propia del Grupo, es comparable con los estándares que emplean organismos internacionales como las Naciones Unidas o el Banco Mundial.

Por otra parte, la renta relativa es el excedente del negocio dividido por cada miembro del hogar en relación a la Línea de Pobreza. Así se mide la distancia respecto a la Línea de Pobreza y, por tanto, nos permite observar cuánto tienen que crecer los negocios de los emprendedores para superarla y si estarán más o menos en riesgo de volver a caer por debajo de ella. Este indicador también es una aproximación de la concentración de pobreza en cartera.

Carencias sociales

Para lograr una visión más amplia de la pobreza es necesario completar la pobreza monetaria con una más estructural, evaluando las potenciales carencias con las que se enfrentan en los hogares en vivienda, educación y salud. Además, las personas que se encuentran en la pobreza generalmente la definen como una experiencia de privaciones simultáneas, en lugar de una mera falta de ingresos.

El Índice Interno de Pobreza Multidimensional (IIPM) supone una valiosa herramienta para medir las vulnerabilidades revela quién es pobre y de qué modo lo es, aportando información relevante para evaluar y priorizar las carencias y facilitar así, una solución focalizada.

En 2023 Microserfin realizó un piloto para incorporar esta información en su proceso de atención habitual, pero en 2024 se ampliará a toda la cartera de emprendedores. Con este proyecto se busca:

- Conocer al cliente en sus múltiples dimensiones.
- Poder vincular esta información a la oferta de valor (i.e. productos y servicios que puedan responder a estas necesidades).
- Anclar las medidas a un estándar internacional.
- Identificar la metodología y forma más eficiente de recopilar y analizar estos datos.

Esta información ayudará a dirigir una oferta de valor que permita a los emprendedores superar esas carencias estructurales – a menudo asociadas a la ausencia de oferta de bienes y servicios –, y a cerrar esas brechas. Ya en 2023 el producto CASAFIN (ver [Vivienda y saneamiento](#)) y los seguros de salud (ver [Protección a través de seguros](#)), son un primer paso en esta dirección.



La pobreza digital

La pobreza digital es un desafío significativo en muchos países de Latinoamérica, incluyendo Panamá. Se refiere a la brecha entre aquellos que tienen acceso a las tecnologías de la información y comunicación y aquellos que no, así como a la habilidad para utilizar efectivamente estas tecnologías. Esto puede abarcar desde el acceso a internet hasta la capacidad para utilizar herramientas digitales de manera productiva.

En Panamá, aunque ha habido avances significativos en términos de infraestructura de telecomunicaciones y acceso a internet en los últimos años, aún existen disparidades entre áreas urbanas y rurales así como entre diferentes grupos socioeconómicos.

Según datos de la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (ASEP), en el país hay 2,38 millones de usuarios de internet (58,6% de la población), de los cuales solo el 54,3% de estos usuarios (31,8% de la población) tienen acceso a internet residencial. La calidad de la señal es también un desafío, ya que solo el 16,7% de la población tienen acceso a internet de banda ancha.

- **Acceso limitado a internet:** Aunque la infraestructura de internet ha mejorado, aún hay áreas rurales y comunidades urbanas marginadas que carecen de acceso fiable a internet o que no tienen acceso a una conectividad de alta velocidad.



- **Costo de los servicios:** Para muchas personas en Panamá, el costo de acceder a servicios de internet puede ser prohibitivo, especialmente para aquellos en situaciones de bajos ingresos.
- **Brechas en habilidades digitales:** Aunque alguien pueda tener acceso a internet, la falta de habilidades digitales puede limitar su capacidad para aprovechar plenamente las oportunidades que estas ofrecen.
- **Disparidades socioeconómicas:** Las personas en situaciones de pobreza tienen menos probabilidades de tener acceso a dispositivos tecnológicos y servicios de internet, lo que profundiza la brecha digital y social.

Según datos del Banco Mundial⁶, un 43% de los adultos panameños no tiene acceso a internet, mientras que el 20% no tiene un dispositivo de telefonía móvil y sólo el 38% utiliza internet para realizar transacciones financieras. Este dato se reduce al 17% para la población de menores ingresos. A la brecha digital se unen otros dos elementos de carencia como puede ser la asequibilidad y conectividad (cantidad y calidad de ese acceso), los pilares que definen la pobreza digital.

6. Global Data Findex 2021.

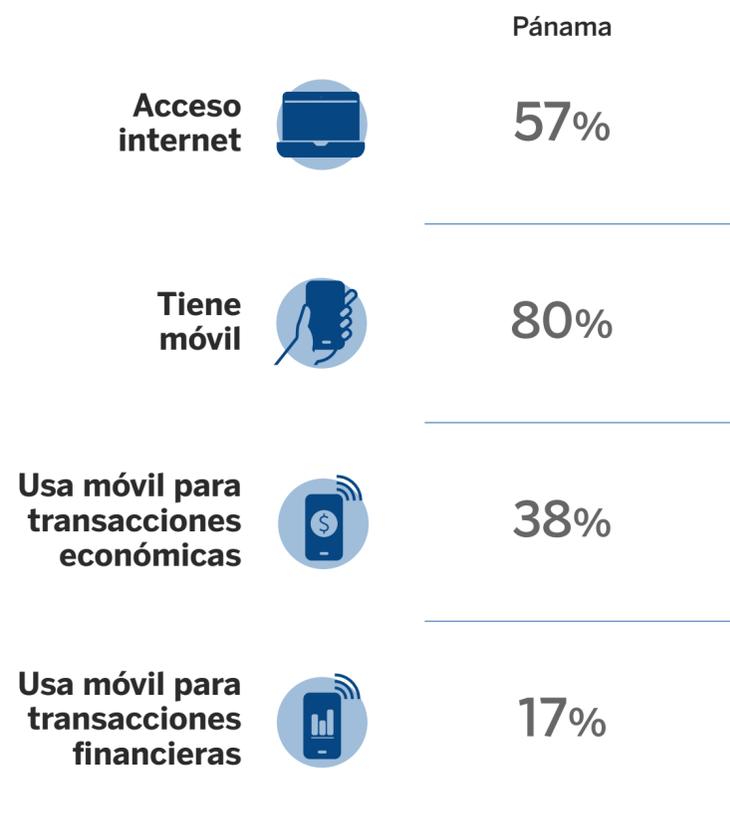
Según un estudio realizado por la Fundación en 2023, un 44% de los emprendedores panameños presentan algún grado de pobreza digital y un 17,5% tienen pobreza digital extrema, es decir ni tienen equipos ni ningún tipo de acceso a internet.

El estudio refleja que en las zonas urbanas la pobreza digital es del 38%, mientras que en las zonas rurales se eleva al 62%. La pobreza digital extrema es del 22% en las zonas urbanas y el 38% en las rurales.

Según el último informe de pobreza multidimensional publicado por el Gobierno de Panamá en 2021, la pobreza multidimensional (que considera varios aspectos de la privación, como educación, salud, vivienda, etc.) era del 19,1% en áreas urbanas y del 31,2% en áreas rurales. Esta brecha se evidencia también en los niveles de pobreza digital.

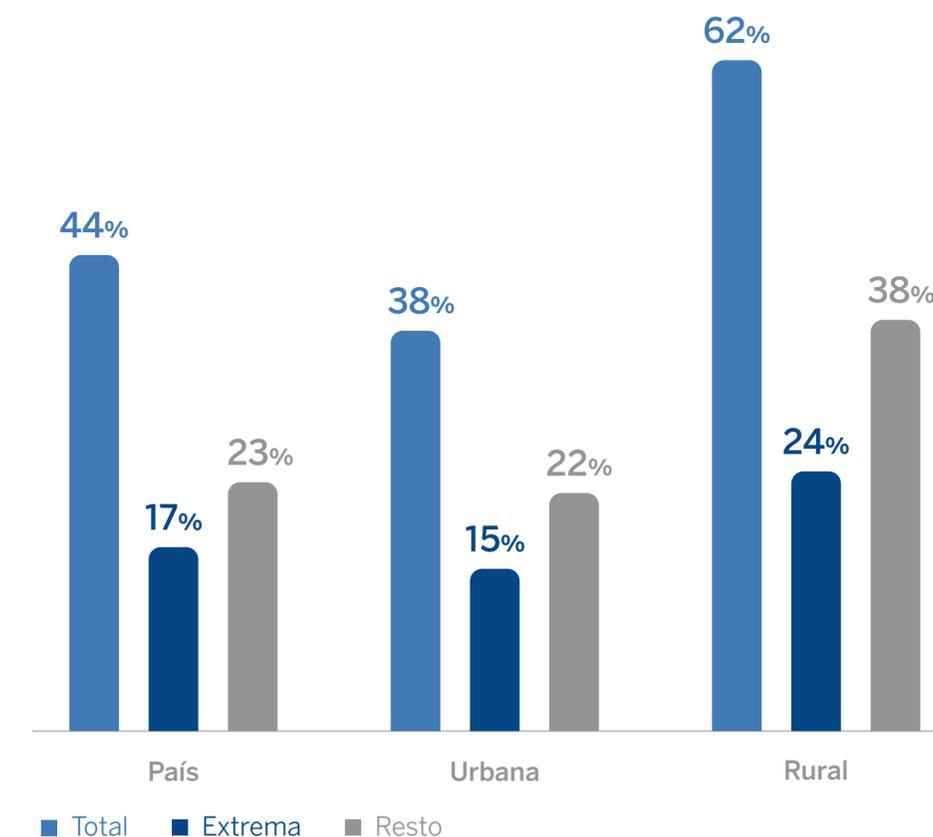
Para abordar la pobreza digital en Panamá, es importante implementar políticas y programas que promuevan el acceso equitativo a la tecnología y que brinden capacitación en habilidades digitales. Esto puede incluir iniciativas de infraestructura, programas de alfabetización digital y subsidios para servicios de internet en áreas marginadas. Sin embargo, la efectividad de estas medidas requiere un enfoque integral que aborde las múltiples dimensiones del problema.

12 Índice de brecha digital



Un 44% de los emprendedores presentan algún grado de pobreza digital y un 17% no tienen equipos ni acceso a Internet

13 Pobreza digital en Panamá



G.12. Global Findex Data 2021.

G.13. Research FMBBVA

Impactos climáticos

Panamá es especialmente vulnerable a una variedad de eventos climáticos extremos debido a su ubicación geográfica y a su exposición a fenómenos del cambio climático, como el paso de fuertes tormentas e inundaciones o la ocurrencia de sequías prolongadas. Estos eventos pueden tener consecuencias negativas en diversos aspectos, incluyendo la agricultura, la infraestructura, la salud pública y el medio ambiente.

La gestión adecuada de estos impactos climáticos es fundamental para la resiliencia y la adaptación de emprendedores que están especialmente expuestos a estos fenómenos al carecer de sistemas de protección adecuados y de recursos para poder recuperarse de estos eventos adversos. Además, estos impactos climáticos pueden obstaculizar su capacidad para mantener y hacer crecer sus negocios.

Un estudio de Microserfin con la Frankfurt School of Finance and Management reveló que existen tres tipos de amenazas sistemáticas:

- Hidrometeorológicas como la sequía e inundación
- Geológicas como los terremotos, erupciones volcánicas y tsunamis.
- Biológicas que abarcan enfermedades y plagas de insectos.

Soluciones climáticamente sostenibles a financiar bajo el producto verde

Tipo de solución	Objetivo	Impacto	Incidencia
Tecnología de usos de energía renovables: Bombas con paneles Solares	Busca apoyar las inversiones para la generación de energía eléctrica a partir del sol	Reduce el consumo de combustibles fósiles Protegiendo al medio ambiente de emisiones de CO ₂	Disminuye el consumo de electricidad o gas. Disminuye los costos de producción
Riego eficiente : <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de riego por goteo • Lluvia seca (Hidrogel) • Reservo para ríos de agua 	Permiten la utilización óptima del recurso hídrico, lo que genera un ahorro de agua	Atiende los impactos de las sequías y los cambios en los patrones de lluvia Reduce el riesgo de la variabilidad de la producción	Aporta eficiencia en el uso del recurso hídrico Reduce los gastos operativos del productor Permite mantener niveles de productividad óptimos

Se ha observado que las amenazas hidrometeorológicas han generado en los últimos años eventos frecuentes de inundaciones y sequías, producidas por condiciones meteorológicas como El Niño, particularmente en áreas ubicadas en el Arco Seco, la sabana de Veraguas, el área de Cerro Punta y la comarca Ngöbe Buglé, así como un aumento de la variabilidad de los patrones de lluvia,

especialmente en las zonas más secas del país afectando severamente la producción agropecuaria.

En concreto, se identificó la sequía como la mayor vulnerabilidad, por lo que se definieron dos principales soluciones a financiar: energía renovable y riego eficiente.

Salud financiera

La salud financiera es un eje fundamental en el progreso de los hogares. En este sentido, es importante entender cómo los hogares gestionan sus finanzas hoy, cómo gestionan imprevistos y cómo anticipan las situaciones futuras para poder afrontarlas (planificación e inversión). Esto cobra especial relevancia en comunidades vulnerables, ya que éstas tienen mayor probabilidad de verse afectadas por el acceso y la utilización adecuada de productos financieros, lo cual puede causar un declive en la capacidad del negocio y del hogar para seguir adelante.

Parte de la misión de Microserfin consiste en mejorar la salud financiera del hogar, no sólo del emprendedor. Esto requiere invertir tanto en las herramientas que se les ofrecen como en ampliar sus conocimientos financieros. Por ello, se ha llevado a cabo un estudio con el objetivo de entender mejor cuál es el estado de los hogares en esta materia e identificar así sus necesidades⁷.

Se distinguen tres niveles de salud financiera, de menor a mayor:

- **Nivel 1:** el hogar tiene capacidad para cubrir gastos.
- **Nivel 2:** el hogar tiene capacidad para cubrir gastos e imprevistos.
- **Nivel 3:** el hogar tiene capacidad para cubrir gastos, imprevistos y además acumular capital (ahorro/inversiones).

NIVELES DE SALUD FINANCIERA



HERRAMIENTAS FINANCIERAS



Ahorro



Seguros



Educación financiera



Prestámos



Venta de activos



Reducción de gasto

El análisis se enfoca especialmente en la resiliencia financiera de los hogares y cómo gestionan los imprevistos, de cara a buscar oportunidades para acompañarlos mejor con mecanismos actuales o nuevos.

⁷ Se realizó un total de encuestas en todo el país en el mes de noviembre. Las encuestas se llevaron a cabo sobre una muestra aleatoria representativa de la cartera de emprendedores (con un 95% de confianza y 3% de error).

Si quieres saber más sobre las carencias de ingresos, échale un vistazo a

[Carencias económicas del hogar](#)

Profundizando en el ahorro y otros activos del hogar

La forma más directa de poder cubrir los imprevistos es a través de un colchón económico, bien en forma de ahorros o de activos que se puedan vender para obtener liquidez. Los hogares aspiran a recurrir al ahorro y muchos tienen capacidad de ahorro (66%) reflejando la intención de construir un hábito saludable: un 40% dice poder ahorrar al menos 4 meses al año y un 26% todos o casi todos los meses⁸.

CAPACIDAD Y NIVEL DE AHORRO



66% clientes tiene capacidad de ahorro

81% clientes tienen ahorros

84% clientes tienen ahorros y/o activos

Sin embargo, el hecho de tener capacidad de ahorro no significa que lo hagan, puesto que a menudo deben dedicar los excedentes a cubrir imprevistos o, es frecuente que prefieran invertirlos en activos. Así, el nivel de ahorro es bajo: sólo un 22% puede vivir más de 6 meses con sus ahorros y un 41% tiene menos de 3 meses de ahorro⁹.

En lo que se refiere al resto de activos del hogar, la mayor parte de los emprendedores tiene activos. De hecho, un 15% de los hogares no tiene ahorro o tiene muy poco, pero sí tiene activos que podría vender para obtener liquidez¹⁰.

Sólo un 22% de emprendedores tiene un nivel de ahorro para vivir más de 6 meses, por lo que posiblemente tengan dificultades para cubrir imprevistos o invertir a medio plazo

Por perfiles, se observa mayor nivel de ahorro entre los emprendedores urbanos, las mujeres y los de más renta. En cuanto al nivel de activos, sólo hay diferencias por nivel de renta. No obstante, en el último año realizaron más inversiones (en negocio principalmente) los hombres, los jóvenes y los de mayor renta.

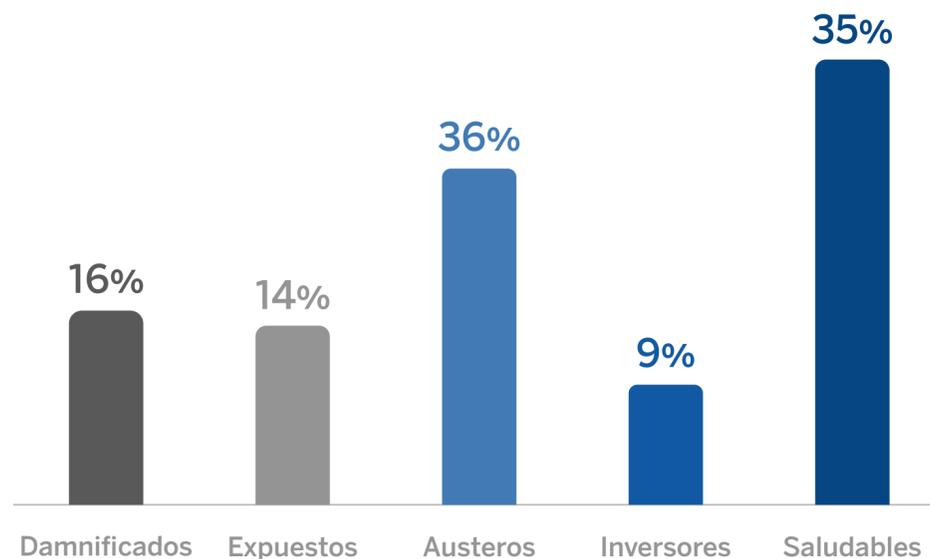
8. Se le pregunta al emprendedor "Con qué frecuencia puede ahorrar".

9. Se le pregunta al emprendedor "Cuánto tiempo podría vivir su hogar usando sólo ahorro".

10. Se le pregunta al emprendedor "Cuánto tiempo podría vivir su hogar usando todos los activos".

Al analizar la capacidad de ahorro y el nivel de activos conjuntamente, se han estipulado cinco categorías de hogares (gráfico siguiente).

14 Segmentos de emprendedores según su colchón financiero



- **Damnificados:** los que no tienen ahorro/activos
- **Expuestos:** los q NO tienen capacidad pero sí un poco de ahorro/activos
- **Austeros:** los que tienen capacidad y un poco de ahorro/activos
- **Inversores:** los que NO tienen capacidad pero sí muchos ahorro/activos
- **Saludables:** los que tienen capacidad y mucho ahorro/activos

El segmento *inversores* no tiene mucha capacidad de ahorro pero sí tiene un buen nivel de activos (tiene activos para vivir un mínimo de 6 meses). Esto puede deberse a que sus circunstancias han cambiado y en el pasado tenía cierto excedente o que, a pesar de no tener excedente, acumula activos a través por ejemplo de préstamos formales. Por tanto, este análisis muestra las distintas vías de los hogares para acumular activos, resaltando la importante función de los microcréditos para aquellos que quieren invertir pero no consiguen tener un excedente. El 82% de los emprendedores ha realizado al menos una inversión en el último año, y un 32% ha realizado dos inversiones.



82%
hogares han realizado una inversión en el último año



47%
hogares invierten en activos líquidos

En contraste, el segmento *austeros* son aquellos que tienen pocos activos a pesar de tener capacidad de ahorro (un 36%). Es posible que éstos hayan tenido que enfrentarse recientemente a imprevistos, o que estén dedicando el excedente a inversiones que no comporten un aumento de activos, como mejoras en la vivienda o inversión en estudios de los hijos.



Estrategias financieras para cubrir imprevistos

Además del ahorro o los activos, los hogares pueden recurrir a otros mecanismos para cubrir imprevistos, como por ejemplo los préstamos (formales o informales) o la reducción de ciertos gastos del hogar. Se definen cuatro tipos de recursos en función de su idoneidad desde un punto de vista de salud financiera. Los recursos buenos (como puede ser el ahorro o la venta de algún activo no productivo), los recursos nocivos (como la reducción de gasto necesario o productivo), los recursos propios y los recursos ajenos. La distinción entre recursos propios y ajenos se hace porque estos últimos no pueden considerarse para determinar el nivel de salud financiera de un hogar.

15 Clasificación de recursos financieros de los hogares

	 Buenos	 Nocivos
Recursos propios	Seguros Ahorro Dinero Venta de bienes	Venta de máquina, negocio Reducción de gastos Abandono de los estudios
Recursos ajenos	Préstamos de amigos Préstamo formal	Sobre-endeudamiento



Un 57% de los hogares tiene recursos propios buenos (ahorro). Los que sólo disponen de recursos nocivos o ajenos son un 32%.

Ante los imprevistos, los recursos utilizados con más frecuencia han sido el préstamo formal y el ahorro en efectivo

Es importante no sólo la disponibilidad sino también la utilidad de los recursos. La utilidad de los recursos depende, por un lado, del nivel de recurso que tenga el hogar y, por otro, de la magnitud económica del imprevisto, algo que sólo puede conocerse una vez ocurrido éste. Un 85% de los hogares ha tenido imprevistos económicos en el último año, enfatizando la importancia de poder gestionarlos. De esos hogares con imprevistos, un 56% usó recursos útiles porque cubrieron totalmente el imprevisto, y un 30% usó recursos parcialmente útiles (cubrió al menos la mitad del imprevisto).

Los recursos utilizados con más frecuencia en el último año fueron el préstamo formal y el ahorro en forma de efectivo, seguidos del préstamo informal y préstamo social.

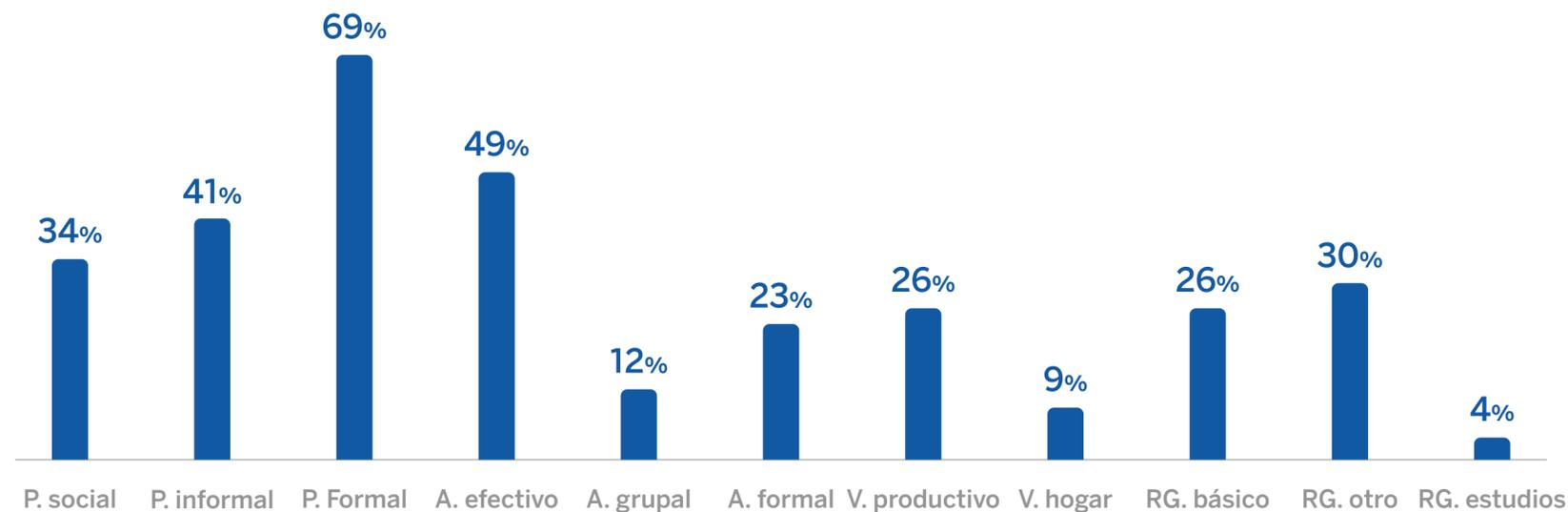
Los recursos poco idóneos como la reducción de gasto del hogar, fueron utilizados con una frecuencia más baja pero significativa.

Por perfil de cliente, no se observan diferencias apreciables en el orden de preferencia de recursos, pero sí en la intensidad de uso de éstos. Por ejemplo, aunque el más utilizado sigue siendo el préstamo formal, hay más intensidad en el uso de la reducción de gasto no básico entre los mayores y los emprendedores urbanos.

En resumen, aunque los hogares consiguen afrontar imprevistos y acumular activos, los recursos utilizados para ello no son los mejores desde una perspectiva de salud financiera, ya que el uso de recursos ajenos y nocivos predomina sobre el uso de recursos propios, en línea con el bajo nivel de ahorro.

16 Recursos utilizados

Adultos que usan el recurso, respuesta múltiple



Soluciones financieras: brindar oportunidades

En respuesta al contexto y las necesidades de los emprendedores, la entidad trabaja para la igualdad de oportunidades de negocio, vivienda, educación, salud y digitalización.

En general, Microserfin ha logrado establecer una fuerte relación (emocional y funcional) con su público objetivo de microempresarios, generando una percepción positiva que se traduce en agradecimiento, confianza y seguridad con la entidad.

La percepción actual de Microserfin entre microempresarios es altamente positiva y favorable, la entidad se ha posicionado como una marca cercana y comprometida con las necesidades específicas de los microempresarios locales. Su enfoque funcional, que se adapta eficazmente a las demandas del segmento, y su enfoque emocional, han fortalecido la conexión con los emprendedores.



Crédito

Más de 6.000 personas renovaron un crédito con Microserfin en 2023 mientras que hubo un crecimiento en emprendedores nuevos del 7% en relación con 2022 hasta 5.420. De estos últimos, un 47% han tenido acceso por primera vez al sistema financiero formal gracias a Microserfin, ubicándose un 47% en entornos rurales; 9 de cada 10 se encuentra en situación de vulnerabilidad económica.

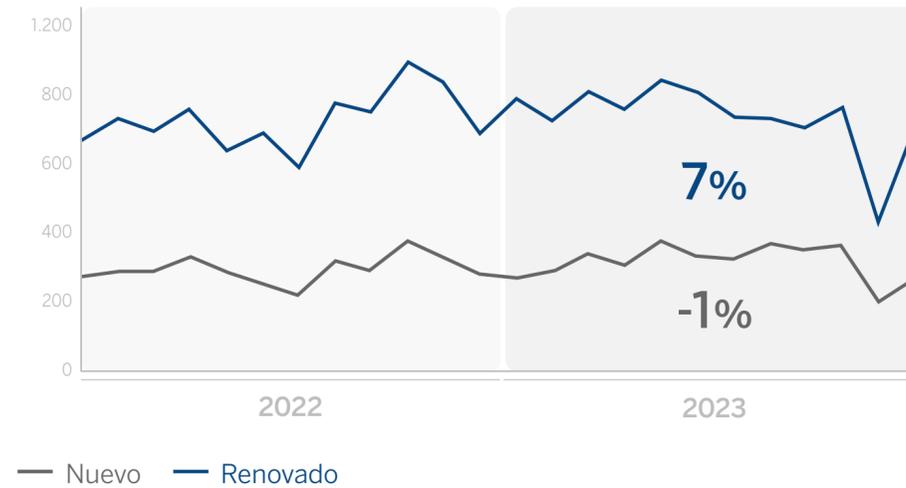
Un 59% del total de emprendedores con crédito vigente a 31 de diciembre de 2023 mantiene relación de exclusividad con Microserfin.

Cada crédito recibido por los emprendedores de Microserfin tiene una duración aproximada de [1 año] (lo que se considera un ciclo) y en promedio, los montos solicitados en el primer ciclo del cliente son de USD 1451. A medida que los emprendedores son capaces de estabilizar e incluso de hacer crecer sus negocios, sus necesidades financieras aumentan, hasta los USD 1981 en promedio para el cuarto ciclo. Esto lo hacen de la mano de su asesor/a de crédito y está directamente relacionado con las capacidades financieras y el bienestar económico de los hogares.

El 13% de los emprendedores en Microserfin ha tenido 6 o más créditos y refleja una oportunidad enorme para acompañar más y mejor a estos hogares-emprendedores.

17 Emprendedores atendidos en cada fecha

Emprendedores con crédito, nuevos y renovados



18 Emprendedores bancarizados

Nuevos emprendedores de crédito que entran en el sistema financiero formal por primera vez



19 Emprendedores exclusivos

Emprendedores de crédito vigentes que son exclusivos de Microserfin



Vivienda y saneamiento

En 2023, se realizó un rediseño del producto Casafin, un crédito que tiene como finalidad la mejora de las condiciones de vivienda, para incluir a más microempresarios. Este nuevo rediseño hace a Casafin un producto inclusivo tanto para emprendedores existentes a través de un recrédito, como para nuevos microempresarios en los que su unidad productiva sea su casa, haciéndolo más accesible incluso en sus condiciones de otorgamiento, en el producto Casafin un 27% de sus créditos son otorgados a emprendedores “desafiantes” aquellos que generan mensualmente por debajo de la media salarial y sus ingresos apenas cubren la operación diaria del negocio. Con este producto logran evolucionar sus actividades y generar excedentes que le permiten hacer crecer su negocio; un 7% de estos emprendedores en el primer año ya logran generar excedentes por encima de dos veces la media salarial.

Condiciones de otorgamiento del crédito Casafin



Antes

2**años de residencia en la vivienda****Solo emprendedores vigentes**

Actual

1**año de residencia en la vivienda****Aplicable a emprendedores nuevos**

Solo en 2023 se concedieron 221 créditos a emprendedores que se dedican a alquileres y hospedajes por el monto de USD 564.116.73, y el 16% se encuentran en áreas rurales.

Estos créditos van destinados para mejoras del hogar, como ampliaciones, remodelaciones, saneamiento, permitiendo que los microempresarios mejoren sus condiciones y calidad de vida para ellos y sus familias.

El fondo Triple Jump, respaldó durante el 2023 el crédito Casafin con 1,5 millones de dólares, como parte de su estrategia social y el mismo fue evaluado positivamente por HABITAT, quien concluyó que el destino de este crédito y el otorgamiento corresponden al objetivo de mejorar su vivienda familiar o productiva.



Digitalización

El 2023 fue un año de evolución para Microserfin en su forma de llegar a emprendedores reforzando su compromiso de impulsar los negocios de los microempresarios.

Durante este año se implementó el acceso gratuito a internet para emprendedores en las 28 oficinas de la entidad donde se atiende un promedio de más de 500 personas mensualmente en cada una.

Se ha abierto la primera oficina con un modelo digital, con espacios más cómodos y mejores instalaciones para los emprendedores; incorpora un rincón digital que les permite formarse en cualquiera de los 11 cursos hospedados en la plataforma *impulsamostunegocio.microserfin.com*, así como también da acceso a la web donde pueden realizar su solicitud de crédito, referir a otros emprendedores o navegar por internet.

Este “Rincón digital” ofrece una experiencia integral a los clientes, brindándoles acceso a la oferta de servicios financieros y no financieros digitalmente, donde pueden autogestionarse para realizar pagos de manera digital.

A través de este rincón se ha podido registrar a más de 60 emprendedores en nuestra plataforma Impulsamos tu negocio y otros 100 en nuestra APP Microserfin, brindándoles una experiencia integral de nuestros servicios digitales.

En 2023, Microserfin llevó internet a uno de los lugares más remotos del país en la provincia de Darién; Cucunatí un pueblito alejado de la tecnología por muchos años, hoy día cuenta con internet satelital en el primer corresponsal aperturado con un modelo satelital.



Formación

La educación en 2023 fue un pilar clave en la gestión de Microserfin, que llegó a un 27% más microempresarios que en 2022, impartiendo un total de 23.828 capacitaciones en cinco módulos presenciales (Administración de la deuda, Ahorro sí se puede, presupuesto financiero, riesgos y seguros). El 47% de las personas capacitadas son mujeres.

En 2023 llegó a Microserfin la segunda fase de la plataforma *impulsamostunegocio.microserfin.com* para que los usuarios amplíen sus habilidades a través de la formación financiera, digital y fortalecimiento empresarial, a fin de impulsar sus negocios.

Además, se incorporaron nuevos ejes temáticos para que todos los microempresarios (y no-microempresarios) puedan acceder a contenido según el rubro de su negocio:

- El módulo del sector agropecuario se centra en la mejora de procesos y sostenibilidad de cultivo y de ganadería.
- Otro de los módulos se enfoca en riesgos y seguros, para que puedan instruirse sobre qué tipo de seguro de protección es el que mejor le va a su negocio y puedan tomar decisiones responsables para salvaguardar su vida y unidad productiva.



- Otro de los cursos aborda cómo negociar para encontrar mercado para sus productos y generar más ventas.
- Por último, un nuevo curso de ciberseguridad enseña a blindar el negocio de posibles ataques y mejorar el rendimiento.

Más de 800 personas se han capacitado al cierre de diciembre de 2023 y se han desembolsado más de 14,000 dólares en créditos a través de estos emprendedores formados. De estos, 372 personas no son emprendedores de Microserfin. En el aprendizaje online lideran las mujeres con un total de 525 mujeres formadas.



Protección a través de seguros

Microserfin cuenta con tres microseguros y tres asistencias, con una penetración total dentro de sus créditos del 93% durante el 2023, siendo el Microseguro Oncológico el más vendido, por los beneficios que otorga frente a esta enfermedad.

Se lanzó el microseguro “+vida” que tiene como objetivo proteger a los microempresarios, por incapacidad o fallecimiento, así como también por maternidad al momento del nacimiento del infante, y auxilio por accidente; consta de dos planes y cubre sumas de hasta 1,500 dólares..

Durante el 2023 se presentaron 13 reclamos y se solventaron con apoyos económicos y otorgamiento de sumas aseguradas a emprendedores y beneficiarios, brindando así a una población vulnerable la oportunidad de seguir con sus microempresas.

Una de las principales carencias de la población es la dificultad para acceder a exámenes de salud calificados. Ante esta realidad, Microserfin se alió con el proveedor MAWDY, división de asistencias para Mapfre Panamá, brindando nuevos beneficios para los microempresarios como asistencia nutricional, revisión oftalmológica, coordinación con médicos especialistas, orientación dental de emergencia, exámenes de laboratorio como hemograma completo, perfil de lípidos, heces y orina. Para los planes diseñados con enfoque de género se agregaron exámenes para la salud de la mujer como mamografías y citologías, además de mejoras en otras coberturas relacionadas. La totalidad de los emprendedores recomiendan este producto y están satisfechos con él.

PENETRACIÓN DEL SEGURO Y PERFIL DE LOS ASEGURADOS

- El 89% de los emprendedores de crédito contratan un seguro voluntario, siendo Salud el ramo más demandado con un 77% de penetración, seguido de Exequias con un 58%. Salud y Exequias son modalidades que presentan una mayor propensión en segmentos menos vulnerables. Vida, en cambio, no presenta diferencia en el ratio de penetración por segmento de vulnerabilidad
- La edad es determinante a la hora de evaluar el grado de propensión a contratar un seguro voluntario, y el patrón observado está muy alineado entres los distintos ramos. En términos globales frente al 93% de emprendedores jóvenes con seguro voluntario encontramos un 88% en Mediana Edad y un 86% en Mayores de 60 años.
- Por entorno, siguiendo la tónica de la mayoría de las entidades de FMBBVA, el mayor grado de penetración lo encontramos en el entorno rural con un 91% frente al 87% urbano.

Seguros



Clientes asegurados en 2023

Salud	Vida	Exequias	Total
14.937	5.006	11.210	17.260

Migrantes

Microserfin continúa liderando el segmento financiero en Panamá como la única entidad que ofrece servicios financieros y no financieros a personas con estatus de refugiados o solicitantes de refugio y migrantes, grupo que se enfrenta a condiciones de marcada vulnerabilidad al establecerse en un nuevo país.

Desde el año 2008, la entidad junto al Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y la Cruz Roja Panameña, establecieron una alianza para activar un programa que ejecuta desde entonces Microserfin con acciones específicas en beneficio de la población migrante, alianza que se renovó en 2021 para reforzar el alcance de las oportunidades que ofrece este programa, el cual para junio de 2023 recibió un fondo adicional de \$5,700 dólares, reforzando el compromiso y la alianza con Microserfin a través del denominado “Crédito Acnur”.

Solo durante el 2023, Microserfin benefició a 18 refugiados a través de este crédito, representando un desembolso de 30.000 de los más de 24 millones de dólares desembolsados por la entidad.

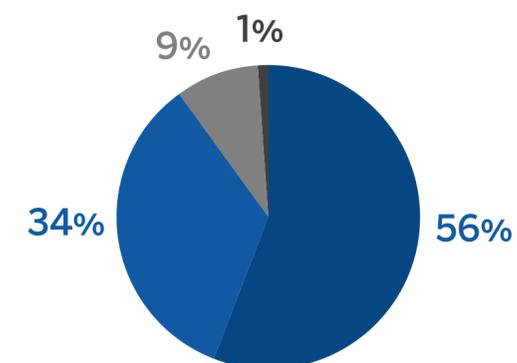
Hasta mediados del 2023 la Oficina Nacional para la Atención del Refugiado de Panamá (ONPAR) contabilizó más de 2,500 personas refugiadas en el país, mientras que las cifras de solicitud de refugio siguen en aumento, superior a las 20,000 según el registro histórico de la institución.

En el mes de junio recibió de la Cruz Roja Panameña una inyección al fondo por el monto de 5.700 dólares. Este se añade al crédito ACNUR, destinado a atender a los refugiados dueños de microempresas con un nivel mínimo de formalidad y que requieren suplir necesidades de capital de trabajo o inversión y así mejorar su calidad de vida.

Base créditos ACNUR histórica* 444 emprendedores

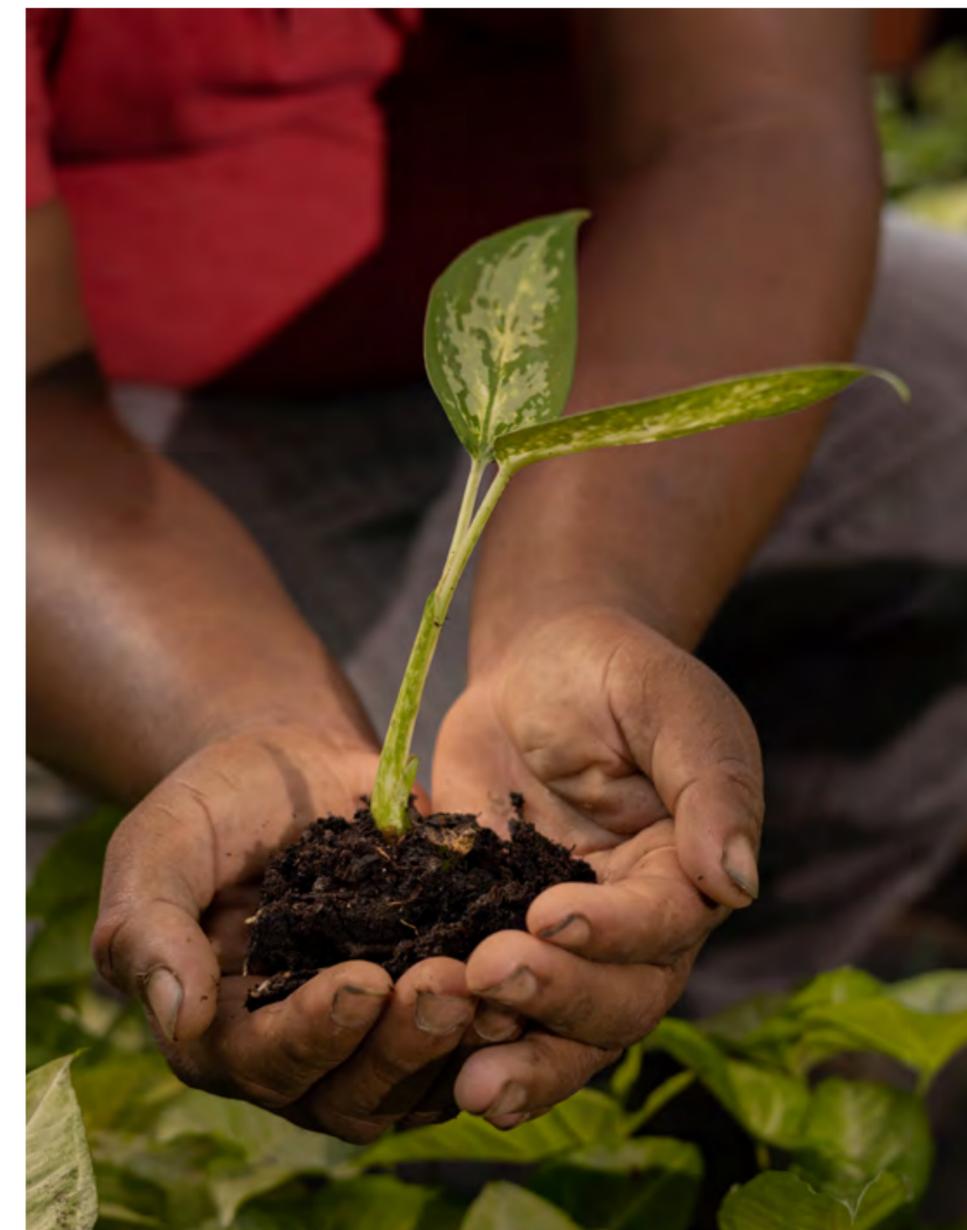
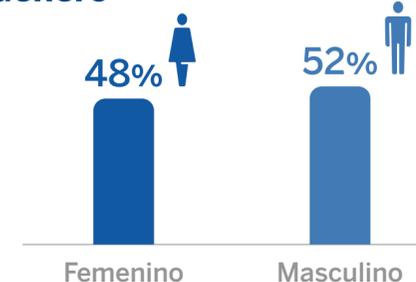
Nacionalidad	Cantidad
Colombia	229
Panamá	137
Venezuela	25
Honduras	11
Nicaragua	11
El Salvador	9
Perú	7
Sierra Leona	6
Haití	3
Bunkina Faso	2
Afganistán	1
Congo	1
Cuba	1
Rep. de Congo	1

Actividades*



■ Comercio ■ Servicios
 ■ Industria ■ Ganadería

Género*



* Datos históricos proporcionados por la entidad.

Gobierno, Talento Humano y Gestión del Riesgo

Microserfin, a través del Comité de Cumplimiento, Buen Gobierno Corporativo y ESG, aprobó la actualización del Código de Conducta en diciembre de 2023, que establece las pautas de actuación y comportamiento ético de la entidad.

La actualización al Código de Conducta incluye tres nuevos apartados sobre diversidad e inclusión que se ajusta a la conducta con nuestros compañeros, las responsabilidades sobre las gestiones de riesgos que se ajusta a la conducta con la entidad y la función de cumplimiento que se ajusta a la aplicación del código.

Así mismo se reforzaron los apartados de confidencialidad, uso y protección de datos, compromiso con la sostenibilidad y el canal de actitud responsable, el cual permite comunicaciones y denuncias anónimas.

Como refuerzo adicional para incentivar una cultura en el uso del Canal de Actitud Responsable se lanzó un curso virtual, donde se mostraron algunas de las acciones que van en contra del Código de Conducta y cuál es la consecuencia de no denunciarlas en el Canal de Actitud Responsable, consintiéndolas. El video aborda los siguientes aspectos:

- Conducta con el cliente: Transparencia.
- Conducta con nuestros compañeros: Trato justo y respetuoso.
- Conducta con la entidad: Conflicto de interés.
- Conducta con la sociedad: Fraude y anticorrupción.

Creación de una cultura interna

Microserfin gestiona su talento humano a través de procesos de selección, contratación, compensación, bienestar, formación y desarrollo, generando así una experiencia positiva del colaborador dentro de la entidad.

Durante el 2023, cabe destacar el crecimiento profesional de 33 colaboradores los cuales se promovieron a cargos de mayor responsabilidad, impulsando así el desarrollo del talento; los cargos que más se promocionaron fueron asesor de crédito y asistente de crédito.

La Gerencia de Talento Humano, en busca de fortalecer los procesos que impactan al colaborador definió las siguientes estrategias:

- Atraer y fidelizar el mejor talento
- Cultura innovadora
- Automatización de procesos
- Identificación de Talentos claves

En el 2023 uno de los principales focos fue fortalecer la Red Comercial en los procesos de negocio, por lo que se lanzaron las Olimpiadas del Conocimiento, donde las áreas centrales generaron material de estudio para que los colaboradores del equipo de red se entrenaron en temáticas asociadas a cumplimiento, mercadeo, recuperación, admisión y operaciones.

Tras la medición del grado de apropiación de actividades se obtuvo una tasa de acierto en las respuestas del 83%, y una participación del 80% de colaboradores de la Red comercial. Así mismo, con tal de fortalecer los conocimientos de los colaboradores, se impartieron un promedio de 8.415 horas de formación para 282 colaboradores.

Dentro del programa de bienestar diseñado para fortalecer la cultura y mejorar la calidad de vida de los colaboradores, durante el 2023 Microserfin otorgó 12 motos con el beneficio de financiamiento a 0%, 10 becas universitarias para pregrado y posgrado y, dentro del eje familiar que es un pilar importante en desarrollo de nuestros colaboradores, la entidad entregó 15 becas para primaria y 8 para secundaria para los hijos del personal. Al menos el 64% de la planta de personal accedió a uno de los beneficios diseñados por la organización.

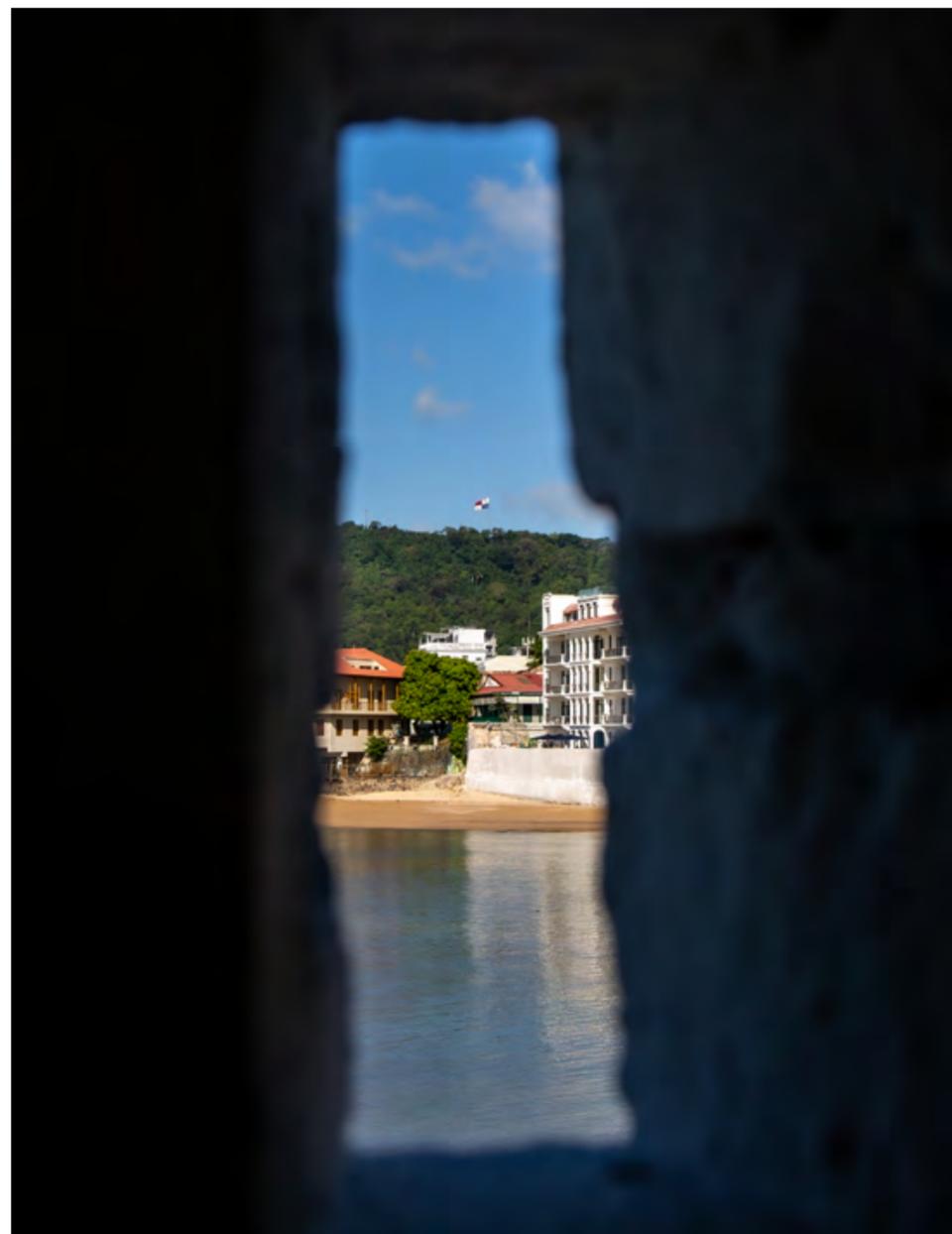
Para el 2023 Microserfin contó con un total de 282 colaboradores, de los cuales el 53% (150) son mujeres y el 47% (132) hombres. En este mismo periodo se tuvo una rotación voluntaria de 36,1% lo que en comparación con el 2022 se evidencia una tendencia de estabilización en la planta de personal.

Comité ESG

El Comité ESG se inauguró en Microserfin en el 2023, con el objetivo de supervisar y guiar las prácticas relacionadas con los aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo dentro de la entidad, de manera trimestral.

Funciones principales:

1. Proponer, para aprobación de la junta directiva/consejo/directorio, el plan anual en materia medioambiental, social y de buen gobierno de la entidad y supervisar que se ajusta a la estrategia y política fijadas.
2. Evaluar periódicamente el grado de cumplimiento del plan anual definido a través del seguimiento de las métricas definidas.
3. Supervisar que las áreas de la entidad integren los principios y compromisos ESG en su actividad diaria, a fin de asegurar el correcto reporte de las métricas clave y la ejecución de los planes de acción definidos.
4. Identificar los potenciales riesgos en materia de ESG que, de producirse, pudieran provocar un efecto material negativo, real o posible en la entidad, y asegurar que existen procesos de control adecuados y efectivos para gestionarlos y mitigarlos.



5. Promocionar la sensibilización de los colaboradores de la entidad, con el objetivo de consolidar una cultura organizacional que integre las cuestiones ESG.
6. Promover que la entidad divulgue y ofrezca al público información transparente y periódica sobre la implementación, el desarrollo y los resultados de las cuestiones medioambientales, sociales y de buen gobierno.
7. Conocer la normativa, las iniciativas, las tendencias y las mejores prácticas en el ámbito de su competencia, y los posibles efectos sobre la actividad de la entidad.
8. Fomentar la participación de la entidad en actividades y alianzas que promuevan iniciativas dirigidas a impulsar una conciencia de todos los grupos de interés sobre la relevancia del impacto positivo de los temas ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

La creación de este comité ESG refleja el compromiso de Microserfin con la sostenibilidad, la responsabilidad corporativa y la generación de valor a largo plazo para todos sus grupos de interés.

Gestión de la huella de carbono

Dentro de la estrategia de sostenibilidad, Microserfin busca identificar, gestionar y minimizar el impacto ambiental de las emisiones de la actividad a través del uso de recursos naturales (agua, papel, energía, combustible, entre otros), procurando una utilización eficiente de los mismos. Por ello, procura promover el reciclaje y separación de residuos, consumo eficiente de agua, digitalización de la documentación para reducir el consumo de papel y la instalación de energías renovables verdes en nuestras instalaciones con el fin de reducir el consumo de energía.

Para la medición de la huella de carbono, Microserfin utiliza la metodología Inventario Gases de Efecto Invernadero (GEI) del Greenhouse Gas (GHG) Protocol, que mide en dióxido de carbono equivalente (CO₂eq).

Con el fin de lograr la neutralidad de los consumos y las emisiones realizadas por Microserfin en su medición de la huella de carbono, se realizan esfuerzos de reducción del consumo de la siguiente manera:

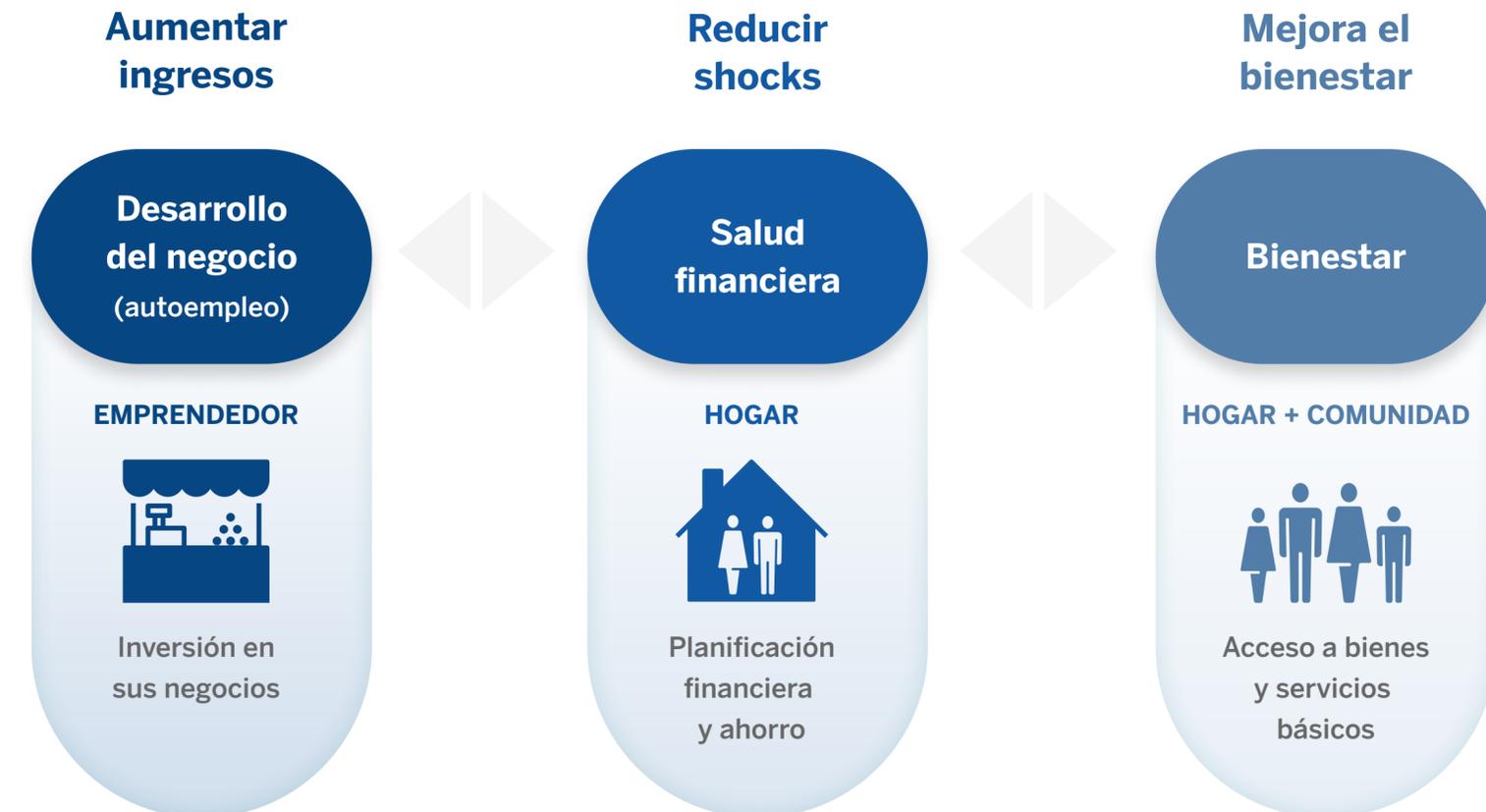
- Identificación de los recursos que mayor impacto ambiental generan.
- Objetivos de reducción consumo para cada recurso.
- Objetivos de ahorro generado por reducción de consumo.
- Propuesta de optimización de las instalaciones, equipos, procesos.



Impacto en los hogares

El emprendimiento es una oportunidad para que en los hogares mejoren sus patrones de consumo, aumenten sus inversiones y gestionen sus riesgos. El acceso a la financiación, junto con las capacidades y competencias del emprendedor y sus habilidades o rasgos personales (perseverancia, capacidad de trabajo y de autodeterminación, creatividad, pasión, etc.), son elementos clave para alcanzar el éxito. Esta probabilidad de éxito aumenta si se tienen en cuenta las múltiples dimensiones que afectan este desempeño, si existe un acompañamiento y educación y si, además, es posible generar un entorno favorable para su desarrollo.

OBJETIVOS DE IMPACTO



Crecimiento de los negocios

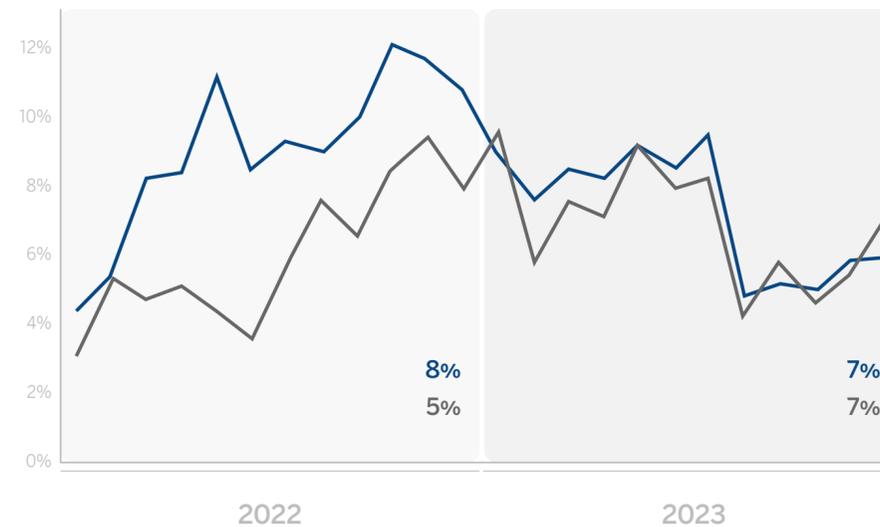
A pesar de las dificultades, los emprendedores han conseguido mantener el ritmo de crecimiento de los negocios durante 2023: sus ventas y excedentes crecen de media el 7% anual. El crecimiento de se traslada a los hogares ya que para el 76% constituye la principal fuente de ingresos del hogar.

Las ventas y excedentes crecieron a una media anual del 7%

El desempeño de la renta de los emprendedores presenta, en promedio, un crecimiento positivo durante el tiempo en el que mantienen su vinculación con la entidad. De media, los emprendedores pobres consiguen superar la pobreza tras dos ciclos de crédito y se mantienen por encima de esta línea. Es decir, las relaciones a largo plazo promueven un desempeño positivo.

20 Crecimiento de las ventas y excedentes

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en cada período



— Crecimiento ventas — Crecimiento excedentes

21 Renta relativa a la línea de pobreza, por cada ciclo de crédito

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2023



G. 20. Emprendedores que han tenido al menos una renovación. Se compara su información financiera con la inmediatamente anterior. Se realiza el cálculo de las tasas de crecimiento anual compuesta (tcac) para cada uno de los emprendedores, excluyéndose los valores extremos del 5% superior y del 1% inferior tratados como outliers. Tasas deflactadas utilizando IPC mensual. Se muestra el promedio anual de las series en 2022 y 2023.

G. 21. Se muestran los emprendedores atendidos durante 2023 —clasificados según su situación inicial en el primer crédito— se exhibe el excedente per cápita en cada ciclo de crédito y en relación a la Línea de Pobreza oficial del país según el año de desembolso. La renta relativa toma valor 1 cuando es igual a la Línea de Pobreza.

Comunidad, generando empleo

El principal motivo para emprender es la voluntad de ganarse la vida ante la falta de trabajo o precariedad del mercado laboral. Esto explica porque la mayoría son auto-empleados (79%) y que a medida que crecen, tienen capacidad de contratar a personas.

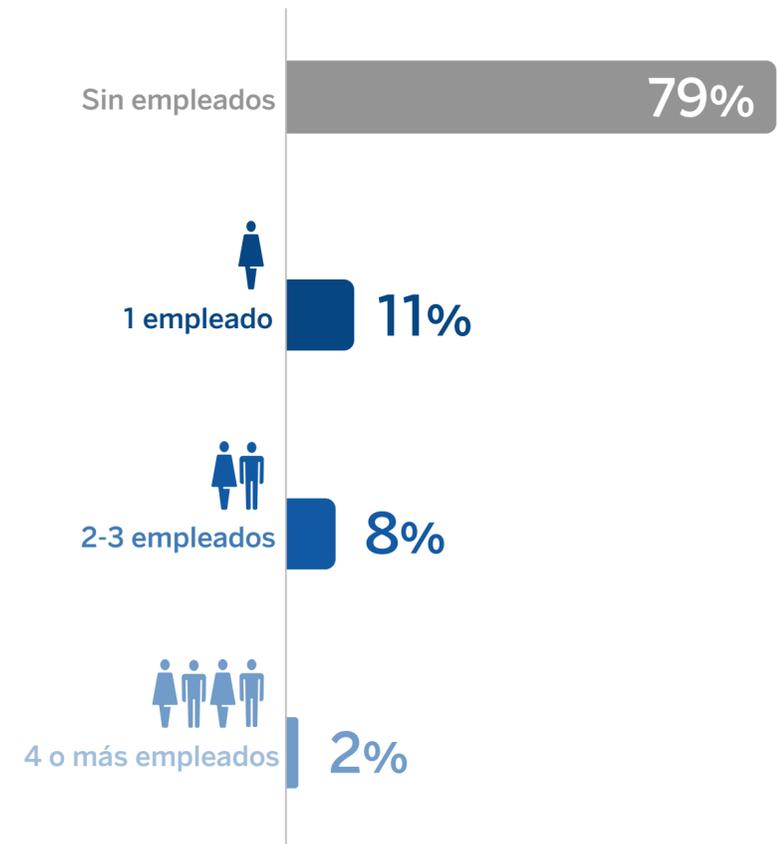
Los emprendedores con crédito vigente contratan a través de sus negocios a un total de 7.483 personas.

 **21%**
genera empleo

 **7.483**
puestos de trabajo

22 Fuente de empleo

Total emprendedores de crédito



G. 22. Considera el número de empleados del negocio de los emprendedores con crédito vigente. No se realizan imputaciones de los no-informados..

Nuestra visión de sostenibilidad

En Microserfin estamos comprometidos con el desarrollo económico sostenible e inclusivo. La gestión de los aspectos de la sostenibilidad constituye una de nuestras prioridades, y para ello contamos con un marco de indicadores ASG (o ESG) a partir del cual se desarrolla el plan estratégico.

Este modelo está centrado en los emprendedores con los que trabaja la entidad, quienes son la esencia de nuestro propósito, y aborda la dimensión social, medioambiental y de gobierno, recogiendo entre sus principios las líneas estratégicas del Grupo FMBBVA.

La visión de sostenibilidad está basada en servir a poblaciones desatendidas en situaciones de vulnerabilidad y excluidas de sistemas básicos como el financiero. Con esta visión, se les intenta dotar de herramientas financieras y no-financieras con tal de mejorar su situación de una forma transversal, sostenida en el tiempo y reconociendo la complejidad de su entorno y los obstáculos a los que se enfrentan.

Este objetivo incluye la protección y reparación del entorno natural más allá de la mitigación de los efectos de la crisis climática y abarca a todos nuestros grupos de interés (emprendedores, empleados, proveedores). Nuestro compromiso se sella con un sólido cuerpo de gobierno en todas nuestras instituciones.

Es por tanto el marco para diseñar las iniciativas que permitirán reducir las diferencias de ingresos, las múltiples brechas sociales y, sobre todo, poner a disposición de las poblaciones vulnerables herramientas para mejorar su resiliencia financiera a medio plazo de cara a potenciar su desarrollo. Todo ello, cuidando los recursos, los colaboradores y el buen gobierno.

NUESTRA CONTRIBUCIÓN A LOS PILARES ESG



1. Abarca el bienestar multidimensional: vivienda, salud, educación y empleo; e intangible, e.g., bienestar social.
 2. En dimensiones de economía, salud, educación y vivienda.

Nuestro modelo ESG

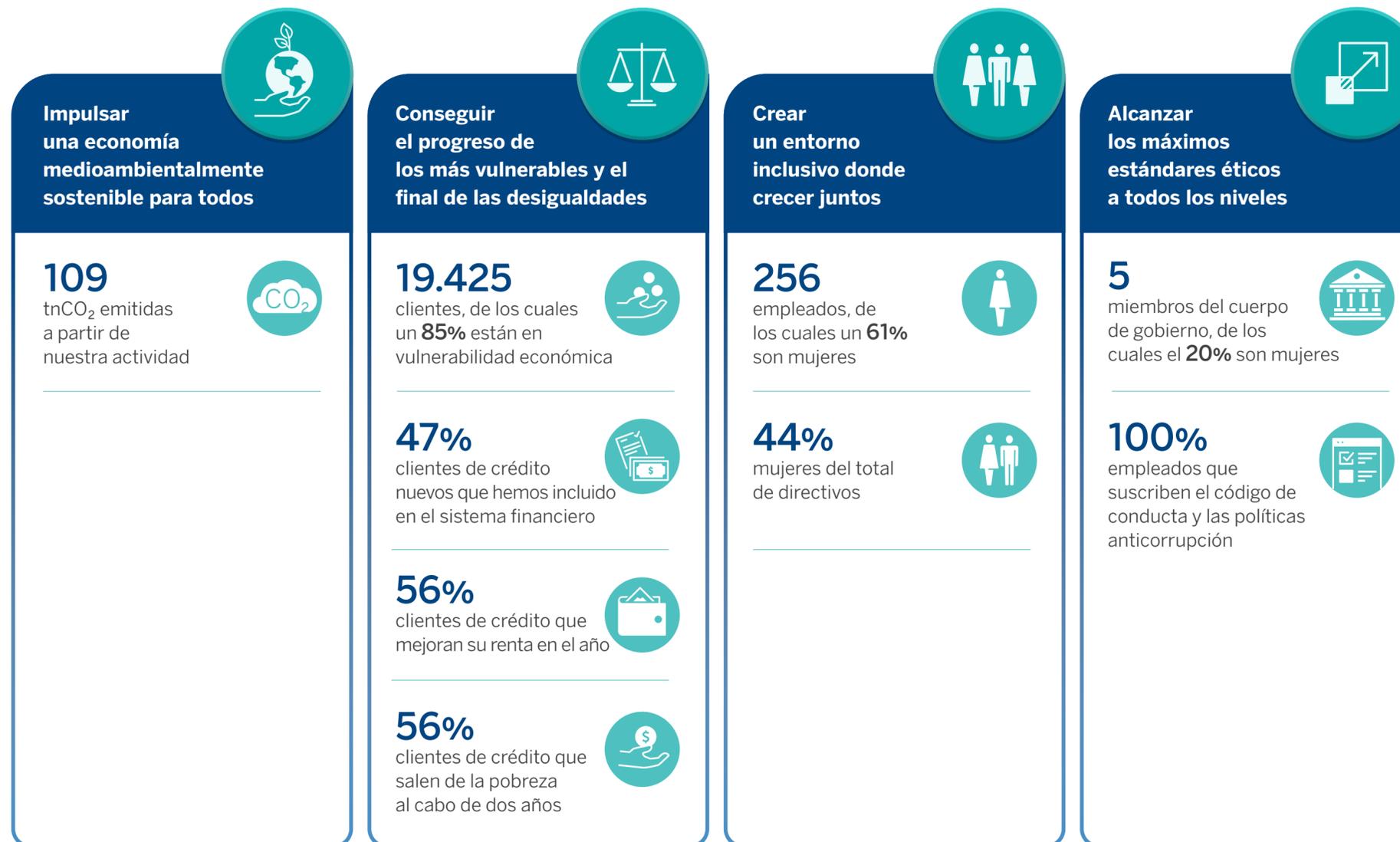
El modelo ESG refleja los retos a resolver de una forma integral y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030. Es decir, reconociendo las múltiples dimensiones a las que se enfrentan los emprendedores y cómo éstos están apoyados por una sólida red de colaboradores con una robusta gestión de recursos que respetan el medioambiente.

La dimensión social es doble: por un lado, se asegura el desarrollo sostenible de los emprendedores y por otro, se busca la satisfacción de los empleados.

Entre los factores sociales, Microserfin no sólo aspira a mitigar los factores de exclusión financiera y social, sino, en positivo, se hace un seguimiento del desempeño de los emprendedores que sirve – en su negocio, salud financiera y bienestar.

Se trata de reducir sus brechas de ingresos, de vivienda, de educación y salud para mejorar su resiliencia y, con ello, sus probabilidades de salir adelante de una forma sostenida. Incluye por tanto, la resiliencia de los más vulnerables al cambio climático, el mejorar su interacción con el medio ambiente y sus condiciones de vida.

LOS PRINCIPALES INDICADORES ESG SON:



El alcance social se refiere también a los impactos en los empleados, las condiciones para su inclusión laboral y la implementación de prácticas y estándares de trabajo seguros y generadores de bienestar.

Los factores ambientales comprenden medidas para proteger y minimizar el impacto en el entorno y los esfuerzos por conservar los recursos. Algunos ejemplos son la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, el cumplimiento de las regulaciones gubernamentales sobre contaminación, la conservación y manejo de los recursos a través de la gestión del agua y los residuos, además de las prácticas de ahorro de energía.

Más allá de la mitigación de los riesgos ambientales, es necesario anticiparse a ellos, especialmente los relacionados con el cambio climático que ponen en riesgo a las poblaciones que viven en condiciones precarias. Partiendo de la medición de vulnerabilidad climática por zonas (mapas climáticos) el objetivo es establecer un índice de vulnerabilidad climática común a todos los países.

El modelo de gobernanza de Microserfin apuesta por el largo plazo, con altos estándares éticos, y que alinea los intereses de todos los grupos de interés involucrados, con tal de impulsar su misión fundacional: impulsar el desarrollo económico y social sostenible e inclusivo de las personas en situación de vulnerabilidad.

Así mismo, la incorporación del modelo ESG en nuestras entidades debe alinearse a los estándares y regulación en materia de sostenibilidad, entendiendo la diversidad y diferentes estados de maduración en esta materia, para lograr un mayor impacto en las comunidades y satisfacer las expectativas de los grupos de interés. En particular, está alineada con los estándares GRI, SASB y TCFD.





Indicadores ESG 2023 | Microserfin



MEDIOAMBIENTALES

	Medidas	2022	2023	Grupo FMBBVA 2023
Gestión eficiente y sostenible de los activos naturales				
Energía consumida	Kwh	413.305	330.508	7.027.818
Agua consumida	m ³	288	192	154.731
Papel	Kilos	5.135	3.099	184.853
Reducción de nuestra huella de carbono				
Emisiones generadas	TnCO ²	139	109	3.296
	TnCO ² / empleados	0,51537	0,38908	0,414
Alcance 1	TnCO ²	2	3	434
Alcance 2	TnCO ²	136	96	2.171
Market-based	TnCO ²	136	96	2.171
Location-based	TnCO ²	136	96	2.171
Alcance 3	TnCO ²	1	10	692
Viajes de negocio	TnCO ²	1	10	692

Indicadores ESG 2023 | Microserfin



SOCIALES - CLIENTES

	Medidas	2022	2023	Grupo FMBBVA 2023
Foco en personas pobres, vulnerables, excluidas y con carencias multidimensionales				
Clientes totales	Nº total de clientes	18.302	19.440	2.972.417
Clientes con crédito	Nº total de clientes con crédito	18.302	19.440	930.668
Pobres económicamente	% del total de clientes	18%	16%	27,6%
Vulnerables económicamente	% del total de clientes	85%	85%	79,2%
Mujeres	% del total de clientes	45%	45%	61%
Rurales	% del total de clientes	48%	45%	34%
Con niveles de educación bajos	% del total de clientes	26%	23%	30%
Migrantes o desplazados	Nº total de clientes	23	-	17.951
Con hogares de +5 personas	% del total de clientes	16%	15%	11%
Clientes nuevos				
Clientes de crédito nuevos	Nº total de clientes con créditos nuevos	5.062	5.420	280.010
Vulnerabilidad	% del total de clientes nuevos	87%	87%	81,4%
Pobreza	% del total de clientes nuevos	19%	18%	34,3%
Rural	% del total de clientes nuevos	47%	43%	31%
Ed.Primaria a lo sumo	% del total de clientes nuevos	17%	13%	24%
Con hogares de +5 personas	% del total de clientes nuevos	18%	17%	10%
Impulso en el desarrollo de negocio de nuestros emprendedores				
Clientes que salen de la pobreza	% del total de clientes pobres económicamente	56%	56%	47%
Clientes que mejoran la renta	% del total de clientes	54%	56%	55%
Clientes con 3 o + ciclos de crédito	% del total de clientes	44%	42%	56%
Fortalecimiento de su salud financiera				
Bancarizados (por 1ª vez en sist.financiero)	% del total de clientes nuevos	51%	47%	38%
Personas que recibieron educación financiera	Nº de personas (clientes + no clientes)	21.333	24.982	662.555

Indicadores ESG 2023 | Microserfin



SOCIALES - CLIENTES (continuación)

	Medidas	2022	2023	Grupo FMBBVA 2023
Incremento del bienestar de nuestros clientes y sus familias				
Clientes con prod. de vivienda	Nº total de clientes	212	149	26.358
Personas con seguros de vida	Nº total de personas con seguros de vida	0	5.006	6.050
Personas con cobertura de salud	Nº total de personas con cobertura de salud	13.483	14.937	244.151
Clientes que generan empleo	% del total de clientes	24%	21%	15%
Becas entregadas a hijos de clientes	Nº personas			106
Contribución al empoderamiento de la mujer para la reducción de la brecha de género				
Mujeres con productos especializados	% del total de clientes	45%	45%	61%
Mujeres nuevas	Nº total de mujeres con créditos nuevos	2.278	2.490	170.555
Mujeres en situación de pobreza	% del total de mujeres con créditos nuevos	22%	20%	41%
Mujeres con productos específicos (crédito y seguros)	% del total de clientes mujeres	40,4%	58,0%	44,6%
Capacitación e integración en el mundo digital				
Personas dotadas de acceso a internet por el Grupo FMBBVA	Nº de personas (clientes + no clientes)	-	70	4.399
Usuarios activos en nuestra App y/o oficina virtual	Nº de usuarios que hacen uso de las plataformas digitales del banco	86	3.714	291.872
Usuarios digitales acumulados	Nº de personas (clientes + no clientes)	520	858	845044
Personas formadas en habilidades digitales		308	7.120	81.664
Otros KPIs				
Políticas y prácticas relacionadas con la privacidad y la seguridad de la información	[Cualitativa]	Para velar por la privacidad y la protección de los datos personales, la entidad ha adoptado una política de protección de datos alineado con las previsiones establecidas en la normativa aplicable		Para velar por la privacidad y la protección de los datos personales, la Fundación ha adoptado un marco corporativo alineado con las previsiones establecidas en la normativa aplicable, así como con las mejores prácticas y los estándares internacionales, tomando como referencia las recomendaciones y criterios de los organismos europeos

Indicadores ESG 2023 | Microserfin



SOCIALES - EMPLEADOS

	Medidas	2022	2023
Respeto por la diversidad, equidad e inclusión			
Empleados		271	279
Mujeres	% del total de FTEs	55%	53%
Edad			
< 30 años	% del total de FTEs	49%	42%
Entre 30 y 50 años	% del total de FTEs	49%	54%
> 50 años	% del total de FTEs	2,0%	2,8%
Nacionalidades	Nº de nacionalidades	5	6
Nivel en la organización			
Directivos	% del total de FTEs	4,00%	3,50%
Mujeres directivas	% del total de FTEs directivos	30%	8%
No directivos	% del total de FTEs	96,00%	96,40%
Mujeres no directivas	% del total de FTEs no directivos	30%	50%
Mejora constante del bienestar y satisfacción de nuestros empleados			
Beneficios Sociales (gasto)	Gasto destinado a beneficios de empleados y sus familias	2%	3%
Libertad de asociación y representación			
Gestión de riesgos salud y seguridad laboral			

Indicadores ESG 2023 | Microserfin



GOBIERNO

	Medidas	2022	2023
Propósito de un cuerpo de gobierno independiente, equitativo y diverso			
Composición del Cuerpo de Gobierno	Nº total de miembros	5	5
	% de mujeres	20%	20%
	% consejeros independientes	60%	60%
	Edad (por rango)		
	<50 años	0%	0%
	Entre 50 y 60 años	60%	60%
	>60 años	40%	40%
	Nº medio de años en el Consejo	6	7
	Nº total nacionalidades	3	3
Competencias y experiencia del Cuerpo de gobierno	Administración y alta dirección	100%	100%
	Finanzas y riesgos	80%	80%
	Sector microfinanciero	100%	100%
	Gestión del talento	40%	40%
	Tecnología y Procesos	40%	40%
	Desarrollo	60%	60%
Compromiso de tiempo y dedicación	% de asistencia a órganos de gobierno	85%	82%
Políticas de remuneración	USD por asistencia a Patronatos / Consejo	400	400
	USD por asistencia Comités	200	200
Independencia de Comités	% Comités presididos por independientes	75%	75%
Separación de poderes	[Cualitativa]	La presidencia del consejo de administración y la presidencia de la entidad no recaen sobre la misma persona, delimitándose claramente las competencias de cada uno de ellos para asegurar la adecuada toma de decisiones	
Autoevaluación	% cumplimiento del plan de actuación de Consejeros	100%	100%

Indicadores ESG 2023 | Microserfin



GOBIERNO (continuación)

	Medidas	2022	2023
Compromiso con los estándares de ética y cumplimiento			
Código de conducta	[Cualitativa]	El Código establece los lineamientos de comportamiento que debemos seguir para ajustar nuestra conducta a los valores de Microserfin	
	% de empleados que han aceptado el código de conducta	88%	
Políticas Anticorrupción	[Cualitativa]	El Grupo FMBBVA cuenta con políticas anticorrupción, para combatir cualquier forma de esta, en todas las actividades que desarrolla.	
	% de empleados que han completado la formación anticorrupción	100%	
Existencia de un Canal activo de denuncias sobre el CdC	[Cualitativa]	El Canal de Actitud Responsable está disponible para que cualquier persona acceda a él para comunicar o consultar situaciones que puedan ir en contra del Código de Conducta dentro de las actividades desarrolladas por las entidades que forman parte del Grupo FMBBVA. Los dos principios que rigen el Canal son el de Confidencialidad de la información y protección al informante que actúa de buena fe	
Uso del canal	Colaboradores	9,1%	2,2%
	Entidad	70,9%	89%
	Sociedad	0,0%	2,2%
	[Cualitativa]	20,5%	32,3%
Reconocido el respeto a los Derechos Humanos en el Código de Conducta del Grupo y de la entidad	[Cualitativa]	El respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos fundamentales constituye un elemento esencial de la conducta del Grupo FMBBVA. El Grupo FMBBVA, promueve la aplicación y el respeto a los derechos humanos, conforme a los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y de otros convenios y tratados de organismos internacionales que promueven los Derechos Humanos.	