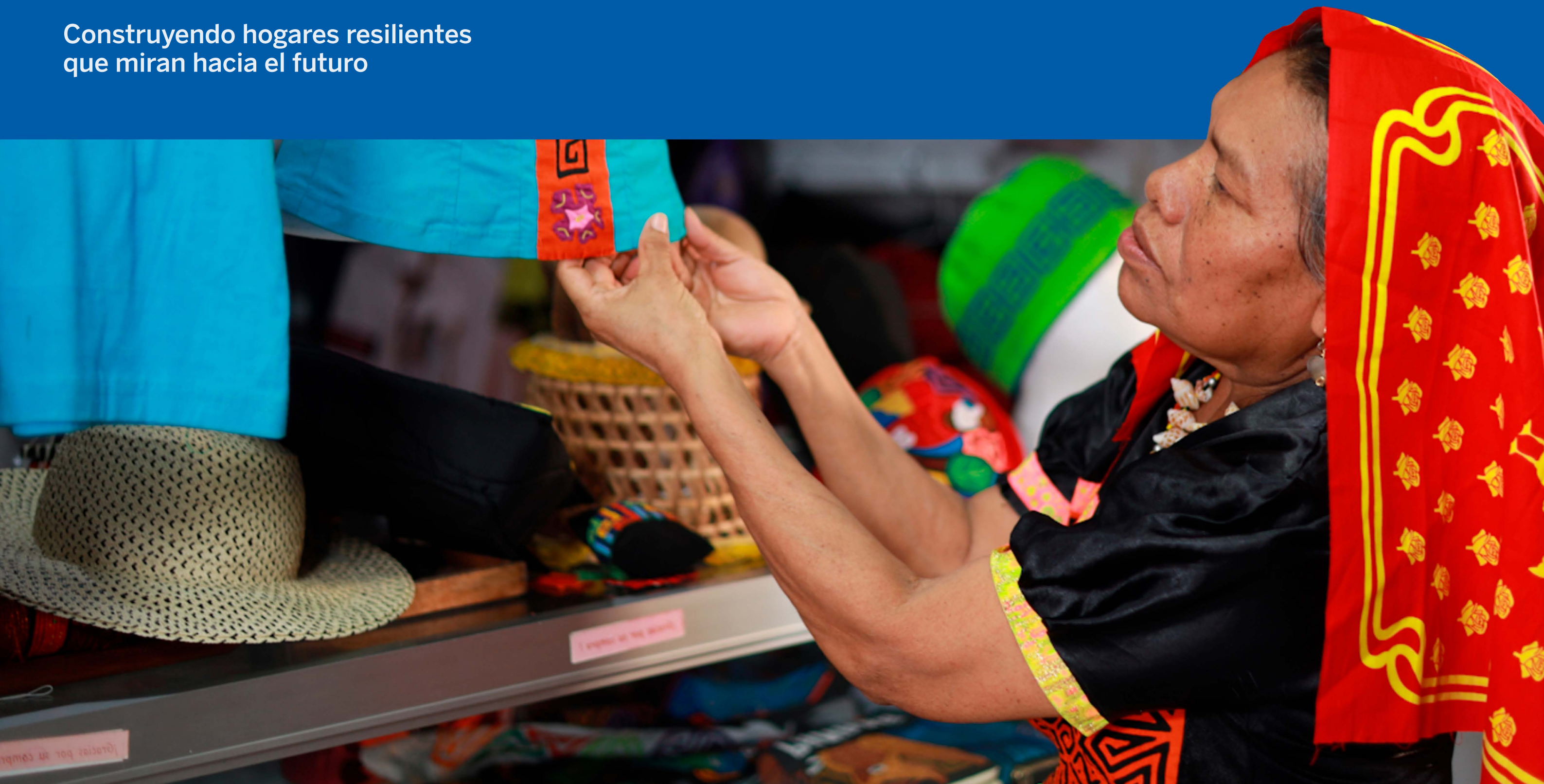


2024

INFORME
DE IMPACTO

Construyendo hogares resilientes
que miran hacia el futuro



ÍNDICE

1

Introducción



- Resumen ejecutivo
- Contexto macroeconómico

2

Perfil



- Perfil del emprendedor vulnerable

3

Retos



- Diagnóstico
- Pobreza económica
- Pobreza multidimensional

4

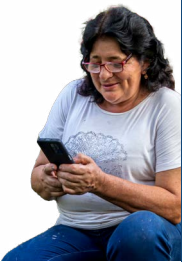
Soluciones



- Créditos
- Formación
- Seguros
- Digitalización

5

Impacto



- Crecimiento de los negocios
- Salud financiera

6

ESG



- Visión
- Indicadores

Resumen Ejecutivo

Contexto Macroeconómico y Socioeconómico

El emprendimiento en Panamá ha crecido significativamente en los últimos años, impulsado por la falta de oportunidades laborales y la búsqueda de independencia financiera. Sin embargo, los emprendedores enfrentan barreras estructurales como el acceso limitado a financiamiento, la informalidad y los efectos del cambio climático. La economía panameña creció un 3% en 2024, aunque se vio afectada por la prohibición de la minería, lo que redujo la actividad en sectores clave. Mientras tanto, la pobreza monetaria se mantiene en 21,5%, con una mayor incidencia en zonas rurales (44,6%), y la informalidad laboral sigue siendo alta, alcanzando el 49,3% de los trabajadores.

Perfil del Emprendedor Tipo

Los emprendedores atendidos por Microserfin pertenecen en su mayoría a poblaciones vulnerables, con limitaciones en acceso a recursos financieros y educativos:

- **Ubicación geográfica:** 46% de los clientes residen en zonas rurales, donde la oferta financiera es escasa.
- **Nivel educativo:** El 23% de los clientes cuenta con educación básica, lo que limita su acceso a mejores oportunidades económicas.
- **Género:** El 45% de los clientes son mujeres, quienes enfrentan mayores niveles de pobreza (16% frente a 12% en hombres).
- **Sectores de actividad:** Se concentran en tres principales sectores:
 - Agropecuario (32%): Hombres de mediana edad en zonas rurales con bajos niveles educativos.
 - Comercio (32%): Pequeños negocios, liderados mayormente por mujeres en zonas urbanas.
 - Servicios (29%): Talleres de reparaciones, albañilería y limpieza.





Soluciones de Microserfin

Microserfin ofrece una amplia gama de productos financieros y no financieros diseñados para atender las necesidades de los emprendedores vulnerables:



Crédito productivo
18.464 clientes atendidos en 2024 con desembolsos por \$26 millones, impulsando el crecimiento de sus negocios.



Educación financiera
24.475 personas capacitadas a través de programas presenciales y digitales.



Microseguros
16.400 microempresarios asegurados, con 24.828 microseguros colocados en 2024, cubriendo vida, salud e incapacidad.



Digitalización
58% de la cartera de clientes registrada en la plataforma digital de Microserfin, facilitando transacciones y acceso a información financiera.



Crédito digital "Resuelve":
Lanzado en 2024, permitiendo financiamiento sin barreras geográficas, **con 30 créditos desembolsados por \$49.200 en su primera fase.**



Crédito agropecuario
Implementación de una metodología especializada con el apoyo de Frankfurt School, **desembolsando 322 créditos por \$512.166.**

Impacto en los Hogares



CRECIMIENTO DEL NEGOCIO



Los emprendedores que han renovado su crédito reportan un incremento del **20% en ventas** y del **14% en excedentes.**



GENERACIÓN DE EMPLEO



18% emprendedores tiene al menos un empleado, contribuyendo a la dinamización económica de sus comunidades.



REDUCCIÓN DE LA POBREZA



6 de cada 10 mujeres atendidas han salido de la pobreza gracias a las oportunidades de financiamiento brindadas por Microserfin.



SALUD FINANCIERA



51% hogares ha logrado una estabilidad financiera moderada. **34%** hogares siguen en situación crítica.



1 de cada 2 emprendedores nuevos captados por Microserfin se ha integrado por primera vez en el sistema financiero formal.

Conclusiones

Microserfin ha desempeñado un papel clave en la inclusión financiera y la mejora del bienestar de los emprendedores panameños, ayudándolos a reducir su situación de pobreza y fortalecer sus negocios. La combinación de tecnología, fortalecimiento empresarial, educación financiera y productos adaptados ha permitido la estabilidad y el crecimiento de microempresarios en situación de vulnerabilidad.

A futuro, la innovación en microfinanzas, el desarrollo de productos especializados y la expansión de la digitalización serán fundamentales para seguir consolidando estos avances y fortalecer la resiliencia financiera de las comunidades más vulnerables en Panamá.



Introducción

Microserfin ingresó en 2024 a la Bolsa de Valores de Panamá con la primera emisión de bonos sociales del país, por un valor de hasta \$40 millones de dólares

El emprendimiento en Panamá ha crecido significativamente en los últimos años, impulsando la economía y el empleo. Las micro y pequeñas empresas (Mipymes) representan una parte clave del tejido empresarial y del mercado laboral, según datos del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI) o la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME). La búsqueda de independencia financiera motiva a muchos panameños a emprender, aunque no siempre en un marco formal.

El reto principal es fomentar la productividad, la formalización y el crecimiento sostenible. Las barreras incluyen el acceso limitado a financiamiento, la transformación digital y los efectos del cambio climático. Para enfrentar estos desafíos, es crucial ofrecer herramientas financieras y no financieras que permitan a los emprendedores consolidar sus negocios.



MICROSERFIN PRINCIPALES MAGNITUDES

18.464 Clientes totales

Cartera bruta
35 Mill. USD

Monto desembolsado en 2024
26 Mill. USD

Número de desembolsos en 2024
11.630

Desembolso medio
2.211 USD



Empleados
294



Oficinas
+ Puntos Ligeros
26



Corresponsales
propios
80



Personas que han
recibido educación
financiera
24.475

Microserfin, entidad microfinanciera, responde a estas necesidades con líneas de crédito adaptadas, seguros y educación financiera. Su enfoque mejora la salud financiera de los hogares y la calidad de vida a mediano plazo. La combinación de tecnología y conocimiento del cliente fortalece la inclusión financiera y la eficiencia en la gestión empresarial.

Este análisis examina el papel de las microfinanzas en Panamá como motor del desarrollo de las microempresas, la creación de empleo y la mejora de la calidad de vida.

Con el objetivo de fortalecer su labor misional en el mercado de microfinanzas en Panamá y promover el desarrollo integral de las personas en situación de vulnerabilidad, Microserfin ingresó en 2024 a la Bolsa de Valores de Panamá con la primera emisión de bonos sociales del país, por un valor de hasta \$40 millones de dólares.

En 2024, este programa rotativo de bonos sociales ha permitido a Microserfin expandir su cartera de productos financieros y no financieros, facilitando el acceso de más personas a herramientas que promueven su inclusión y bienestar, y consolidando su compromiso con el desarrollo económico y social de las comunidades más vulnerables.

En 2024, Microserfin ha
expandido su cartera de
productos financieros
y no financieros

Economía panameña, pobreza y desempleo

El empleo informal sigue siendo alto, representando un 49,3% del total

La economía panameña creció un 2,1% en los primeros nueve meses de 2024, afectada por la caída de la actividad minera y manufacturera, que disminuyeron un 53,8% y un 2,2%, respectivamente, debido a la prohibición de licencias para actividades mineras a finales de 2023 y la disminución de la producción de cemento por un cambio en el modelo de negocio de uno de los principales operadores del país. Sin el impacto del sector minero, la economía habría crecido un 4,6%. El resto de los sectores crecieron, destacando la construcción (5,6%), el comercio (4,8%) y el transporte (3,6%), que en conjunto representan el 45% del PIB.

El PIB total creció un 3,0% en 2024, la menor tasa de crecimiento desde 2009, excluyendo el año de la pandemia. El cierre de la mina de cobre a cielo abierto desde diciembre de 2023, después de que la Corte Suprema consideró inconstitucional una nueva concesión de 20 años para operar, resultó en una pérdida permanente de alrededor del 0,6% del PIB en ingresos fiscales y el 7,5% de las exportaciones de bienes y servicios.

En cuanto a la inflación, Panamá cerró 2024 con un 0,7%, por debajo del 1,9% de 2023. La desaceleración del crecimiento, el abaratamiento de los costos de importación y el control de precios de algunos productos básicos, junto con la dolarización del balboa panameño, han mantenido la inflación contenida. Panamá tiene la tasa más baja de inflación en América Latina.

La tasa de desempleo abierto fue del 7,8% en 2024, un aumento de 2 puntos porcentuales respecto a 2023. Esto afecta a alrededor de 167.000 personas, unas 45.000 más que el año anterior. En el mercado laboral persiste una brecha de género: la participación masculina es del 75,1%, mientras que la femenina es del 52,4%, con una diferencia de 22,6 puntos. La tasa de desempleo abierto es del 5,8% para los hombres y del 10,5% para las mujeres, con una diferencia de 4,7 puntos. Si se amplía el concepto de desempleo para incluir a quienes buscaron trabajo, la tasa de desempleo agregada sube al 9,5%, siendo del 7,4% para los hombres y 12,3% para las mujeres.



El empleo informal sigue siendo alto, representando un 49,3% del total. Las zonas con mayor informalidad son Bocas del Toro (65,2%), Los Santos (57,8%) y Coclé (57,2%). Panamá y Panamá Oeste tienen tasas de informalidad del 44,5% y 47,6%, respectivamente. Un 50% del empleo masculino es informal, mientras que para las mujeres es del 48,4%.

En 2024, se estima que la pobreza monetaria general fue del 21,5%, con una ligera disminución respecto al 21,7% de 2023. La pobreza extrema se mantuvo en 9,6%. La baja inflación y los programas de transferencias monetarias han ayudado a mitigar el impacto de la pobreza, aunque sigue siendo un problema. La pobreza es más alta en las zonas rurales (44,6%) que en las urbanas (11,8%). Las zonas con mayores niveles de pobreza son Bocas del Toro (39,1%), Veraguas (30%) y Coclé (22,5%).

Perfil del emprendedor vulnerable

Las mujeres representan el 59% de los nuevos emprendedores de crédito

Panamá destaca por su alto nivel de emprendimiento, con una proporción significativa de la población adulta involucrada en la creación o gestión de negocios. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), las tasas de emprendimiento en Panamá han sido superiores al promedio latinoamericano en los últimos años. Este sector se presenta como clave para la generación de ingresos, y el acceso a recursos financieros es fundamental.

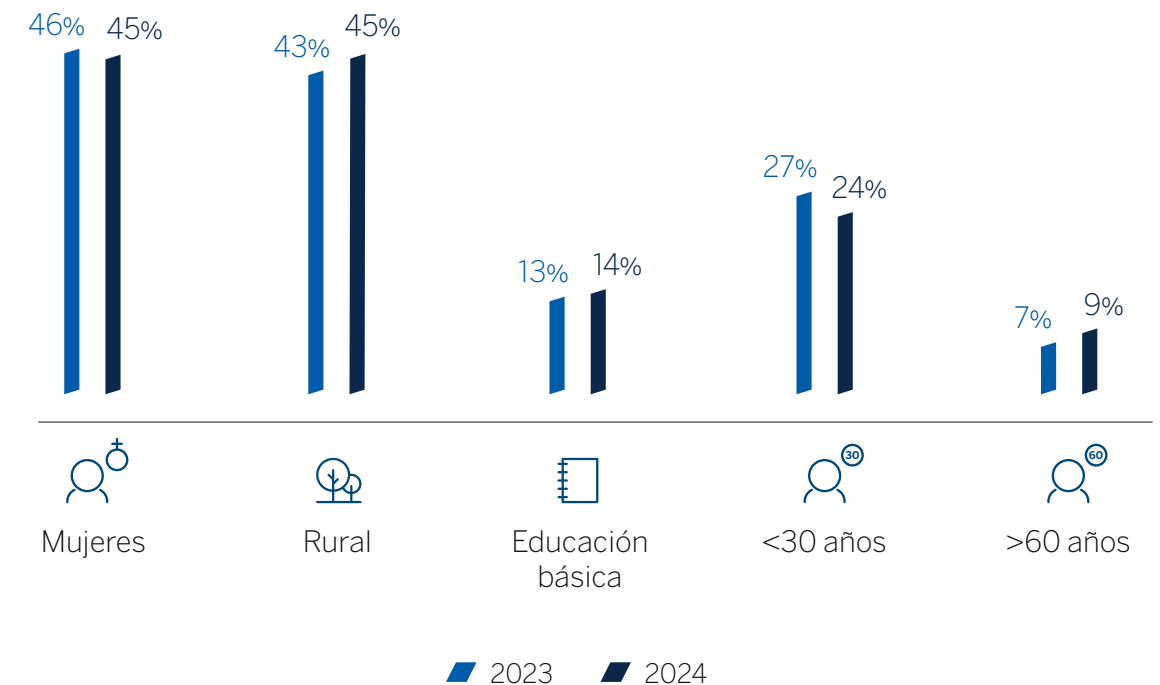
Las Mipymes son el motor productivo de Panamá, representando el 97% de las empresas, contribuyendo con el 17% del PIB y generando alrededor del 57% del empleo nacional (BID). Este año, Microserfin atendió a más de 18.000 personas a través de un crédito productivo, con un 45% de mujeres, un segmento vulnerable (16% son pobres frente a 12% de los hombres en 2024). Además, el 46% se encuentra en zonas rurales, donde el acceso a servicios financieros es limitado y el 23% tiene educación básica.

Estas personas emprenden debido a la falta de oportunidades laborales. La mayoría carece de colaterales o garantías, lo que dificulta el acceso a créditos formales. Además, la variabilidad de sus ingresos complica su acceso al mercado financiero formal.

Los emprendedores panameños se dedican a diversas actividades. Un tercio trabaja en el sector **agropecuario** (32% del total), enfocados en cultivos o ganadería, generalmente hombres de mediana edad en áreas rurales con bajos niveles educativos. Los márgenes en este sector son relativamente altos, por lo que es un actor clave en la economía.

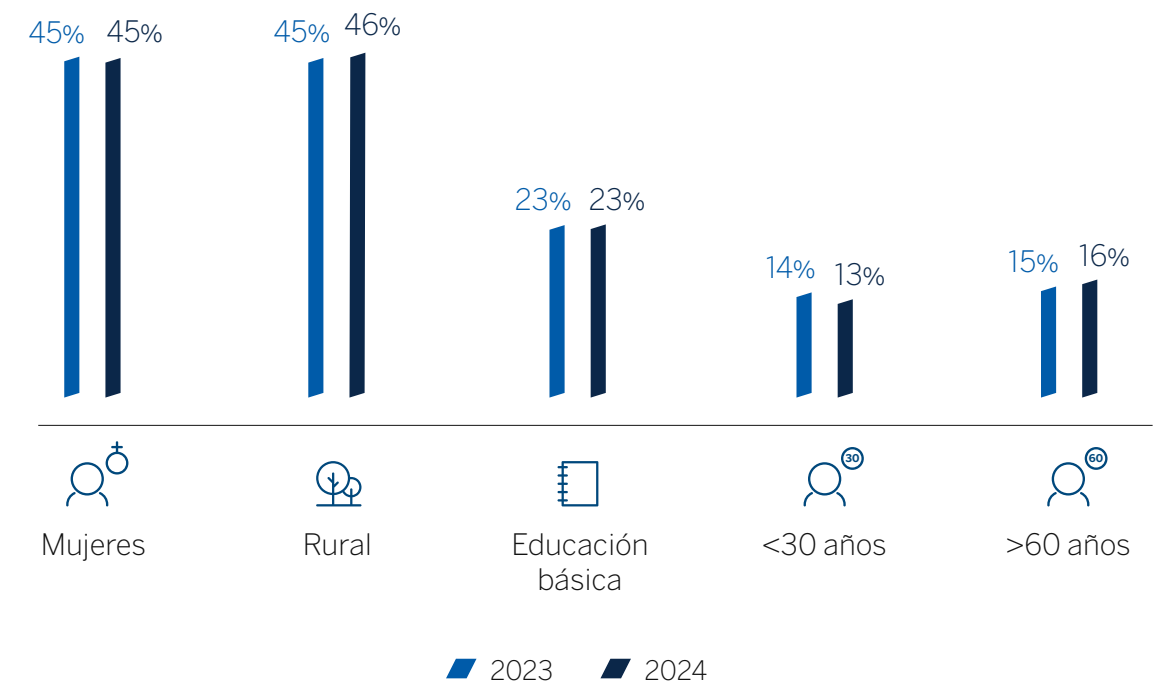
1. VULNERABILIDAD SOCIAL

Nuevos emprendedores de crédito (%)



El 45% de los emprendedores son rurales solo tiene educación primaria o menos

Total emprendedores de crédito (%)

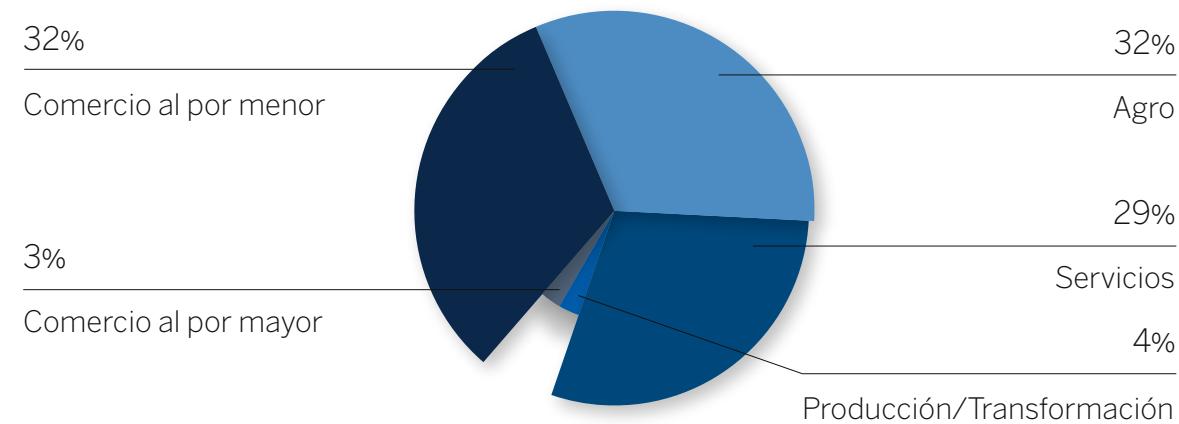


G.1. Considera clientes de crédito vigente a 31.12.2024. Los nuevos son emprendedores que nunca se atendieron antes.

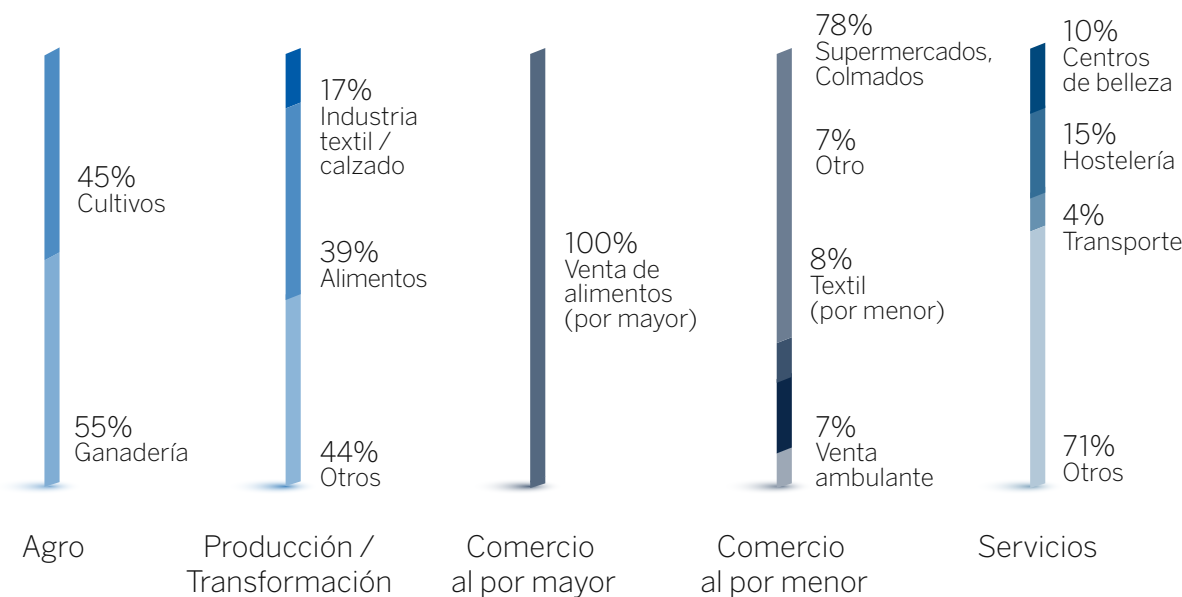
2. TIPOS DE ACTIVIDAD DE LOS EMPRENDEDORES

Total emprendedores de crédito (%)

Sectores



Actividades



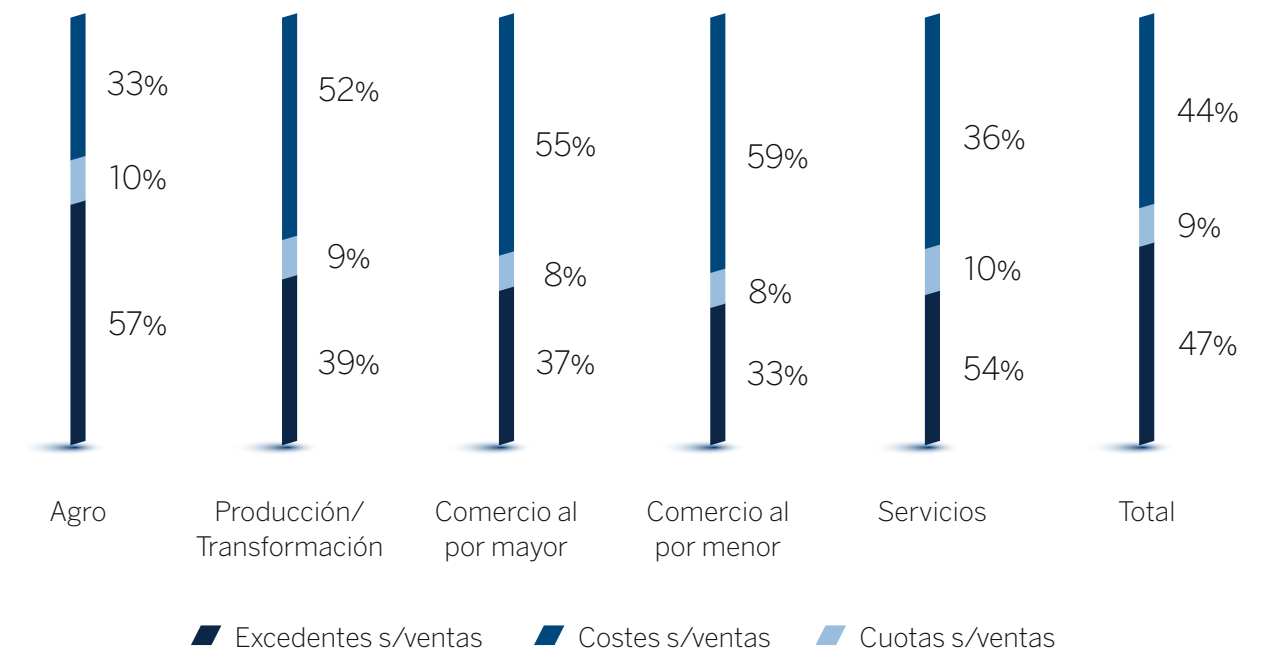
Predominan los sectores agropecuario (32%), comercio al por menor (32%) y servicios (29%)

En el **comercio al por menor** (32% del total), muchos emprenden pequeños supermercados o farmacias, liderados mayormente por mujeres de mediana edad, en zonas urbanas y con mayor educación. Este sector es atractivo por su flexibilidad para combinar trabajo y responsabilidades del hogar. Aunque tienen ingresos altos (ventas superiores a otros sectores), sus márgenes son pequeños debido a los altos gastos operativos, por lo que la gestión de inventarios es crucial.

En el sector **servicios** (29% del total), la mayoría son hombres con pequeños talleres de reparaciones o albañilería (14%) y mujeres en actividades de limpieza y mantenimiento (12%). Aunque sus ventas son bajas, tienen mayores márgenes y bajos costos operativos.

3. MÁRGENES POR SECTOR

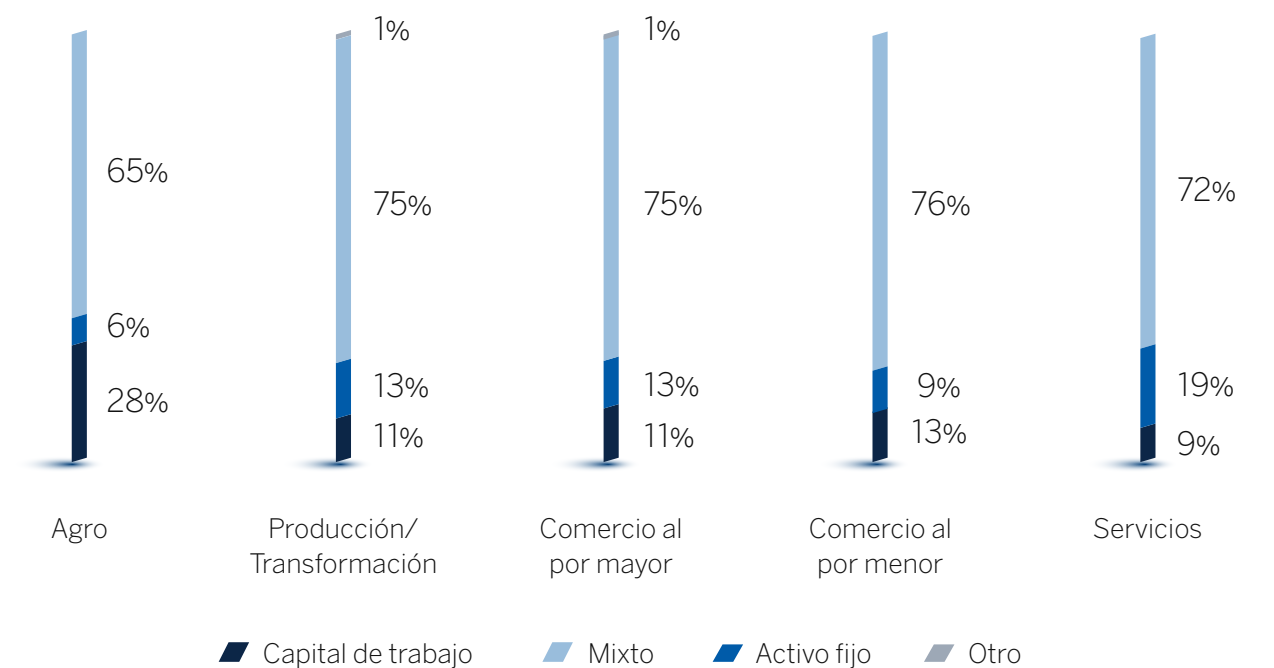
Total emprendedores de crédito (%)



El 91% de los créditos en el sector servicios se destinan a inversión, el porcentaje más alto entre todos los sectores

4. DESTINO DE LOS CRÉDITOS

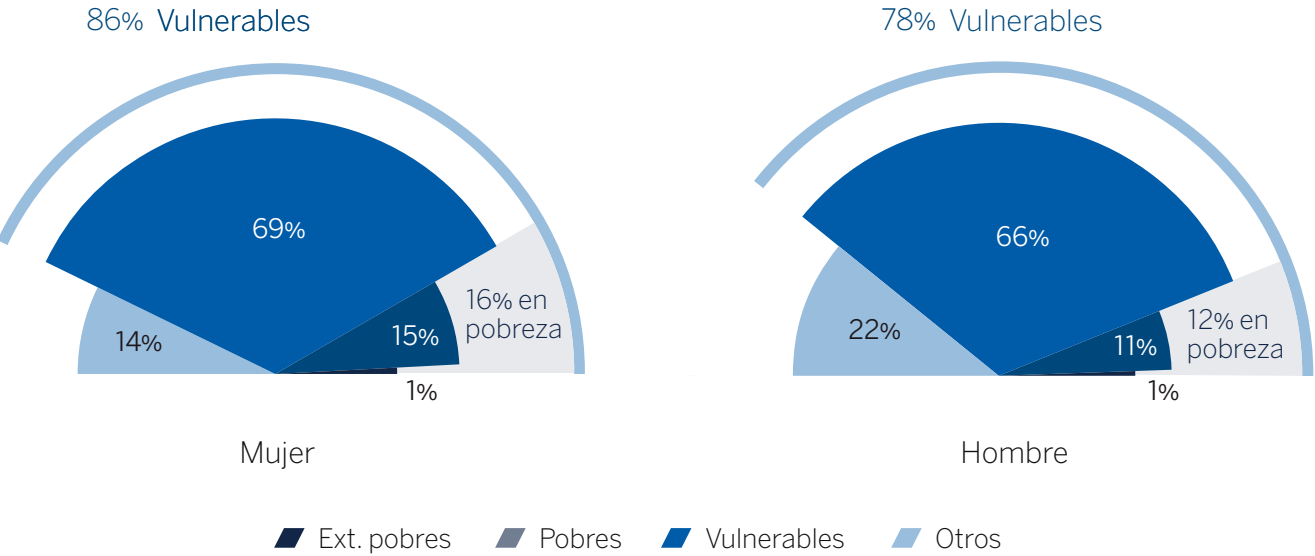
Total créditos desembolsados en 2024 (%)



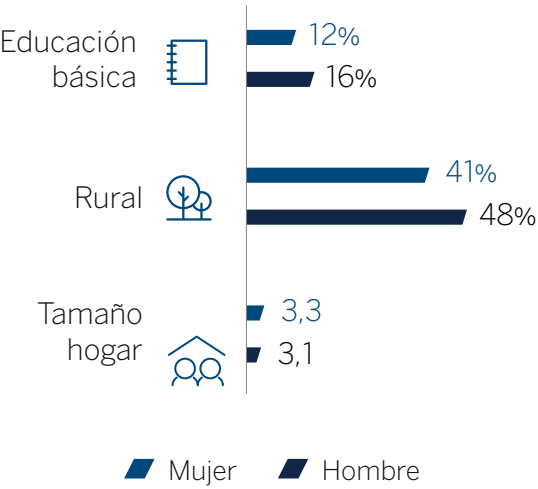
G. 3.- Considera clientes vigentes a 31.12.2024. Nota: Porcentajes de los costes, cuota y excedente sobre ventas medias de cada uno de los sectores. El excedente es posterior al pago de la cuota financiera.
G. 4.- Desembolsos anuales en función del destino del crédito.

MAYOR VULNERABILIDAD EN LA MUJER

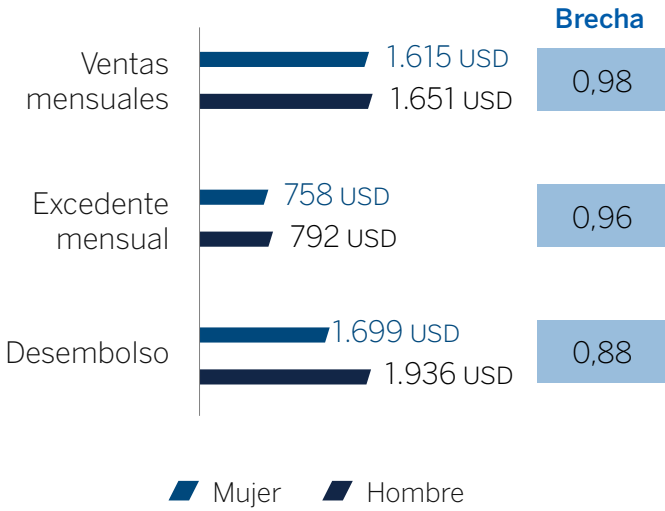
Vulnerabilidad económica
Emprendedores de crédito nuevos (%)



Vulnerabilidad social
Emprendedores de crédito nuevos (%)



Brecha
Emprendedores de crédito nuevos (%)



86% de las mujeres emprendedoras están en situación de vulnerabilidad económica



Diagnóstico de la pobreza

Reducir la pobreza requiere abordar múltiples dimensiones de forma simultánea

En línea con los estándares del Grupo Fundación Microfinanzas BBVA, Microserfin evalúa la **pobreza monetaria** y **multidimensional**, reconociendo que su reducción requiere un enfoque integral.

Este análisis es clave, ya que los hogares con mayor pobreza multidimensional enfrentan imprevistos con más frecuencia, evidenciando su impacto en la gestión financiera. Conocer ambas dimensiones permite diseñar estrategias para superar carencias estructurales y cerrar brechas.



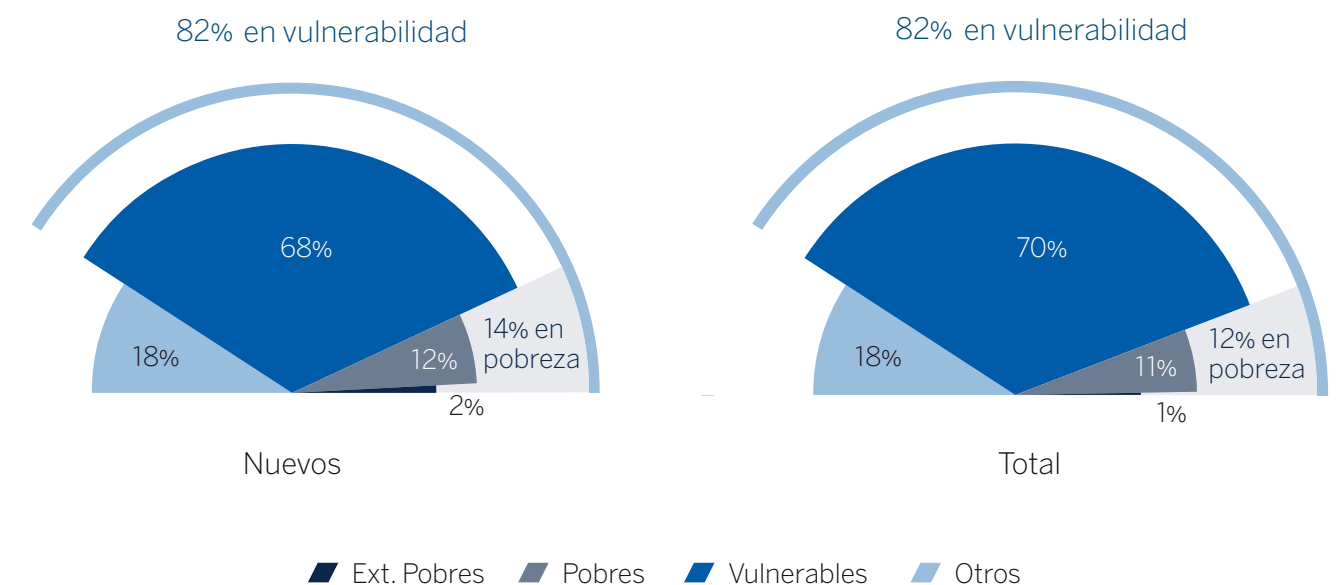
Pobreza económica

En 2024, la pobreza monetaria se redujo al 14%, reflejando una recuperación parcial, aunque aún por encima de niveles pre-pandemia. Este descenso se debe a la recuperación económica, nuevos empleos, programas de transferencia monetaria, remesas, el aumento del salario mínimo y capacitación laboral, aunque los eventos climáticos moderaron su impacto. La pobreza monetaria mide la insuficiencia de ingresos para cubrir una canasta básica de bienes y servicios esenciales.

Microserfin analiza cuánto aportan los ingresos del negocio a cada hogar, como indicador de pobreza monetaria. El 14% de sus emprendedores está en situación de pobreza. En 2024, de los más de 4.300 nuevos emprendedores, el 82% era económicamente vulnerable y el 14% estaba por debajo de la línea de pobreza.

El 82% de los nuevos emprendedores se encuentran en situación de vulnerabilidad económica, y el 14% vive por debajo de la línea de pobreza

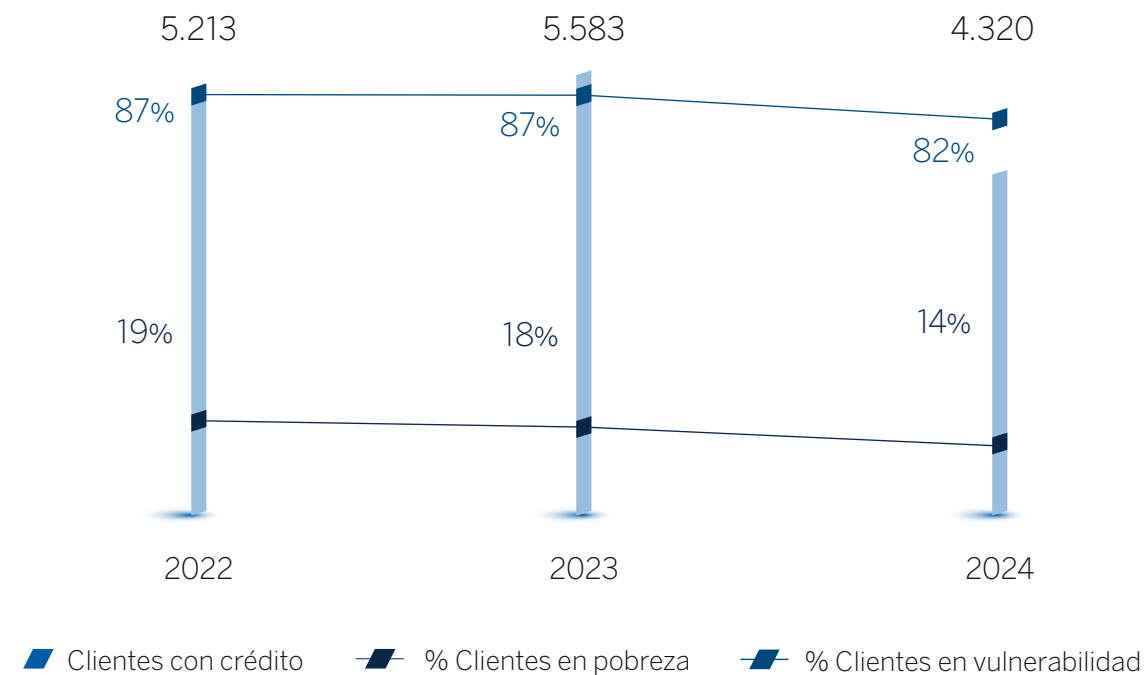
5. VULNERABILIDAD ECONÓMICA DE LOS EMPRENDEDORES



G. 5.- Según las líneas de pobreza sociales del Ministerio de Economía y Finanzas, que diferencia el entorno rural y el urbano. Se considera como segmento vulnerable al formado por clientes 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.

6. VULNERABILIDAD DE LOS NUEVOS EMPRENDEDORES

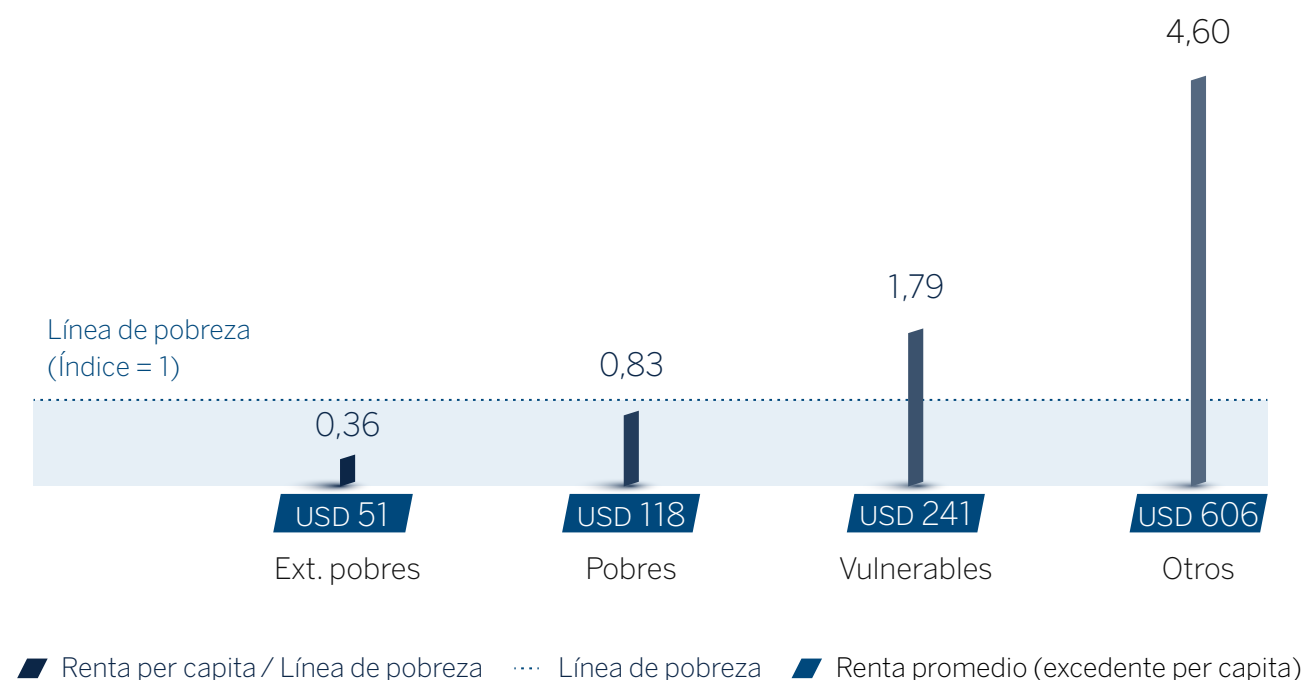
Nuevos emprendedores de crédito



La vulnerabilidad económica de los nuevos emprendedores ha disminuido del 87% en 2022 al 82% en 2024, pero más de 1 de cada 10 sigue por debajo de la línea de pobreza

7. RENTA DE LOS EMPRENDEDORES

Nuevos emprendedores de crédito



Nota metodológica: cómo medir la vulnerabilidad económica

Analizamos la vulnerabilidad económica de los emprendedores en función de la contribución económica del negocio a sus hogares. La capacidad que sus microempresas tienen de generar excedentes para cada miembro del hogar, se compara con 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)¹.



PRECIO DE LA CANASTA BÁSICA

Zonas rurales

USD 66

Zonas urbanas

USD 77

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.
- **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 (LP). Dicha renta mide la distancia respecto a la LP y, por tanto, nos permite observar la situación de pobreza en el conjunto de clientes, cuánto tienen que crecer sus negocios 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.

G.6. Y G.7. 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.6.- 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

G.7.- Datos facilitados hasta el año 2019, por lo que a los años posteriores, se les aplica el IPC

1.- De acuerdo con las líneas de pobreza del Ministerio de Economía y Finanzas, diferenciando entorno rural y urbano. Se actualizan las líneas del año anterior con el dato de IPC.

Pobreza multidimensional



La pobreza multidimensional en Panamá se redujo del 19,1% en 2019 al 12,1% en 2022, manteniéndose en niveles bajos en comparación con otros países de la región.

Este avance se debe al crecimiento económico, inversión en programas sociales, mejoras en infraestructura y mayor escolaridad. No obstante, persisten desafíos en áreas indígenas y comarcas.

En 2023, la FMBBVA lanzó la iniciativa “Pobreza Multidimensional” para analizar privaciones en vivienda, educación y salud en cada hogar.

A diferencia del diagnóstico de 2021, ahora se mide el estándar mínimo de vida de cada hogar atendido y se busca suplir carencias de forma precisa.

Entre abril y diciembre de 2024, Microserfin evaluó la pobreza multidimensional del 86% de los casi

8.000 emprendedores con desembolso en este periodo y del 40% de los emprendedores en cartera al cierre del año.

La incidencia de pobreza multidimensional entre los emprendedores es del 15%, con hogares que tienen, en promedio, privaciones en el 49% de los indicadores. Más de la mitad de los clientes en esta situación enfrentan tres privaciones, pero superar solo una podría sacarlos de la pobreza.

Microserfin es la primera entidad privada del país con una evaluación multidimensional de cada hogar atendido.

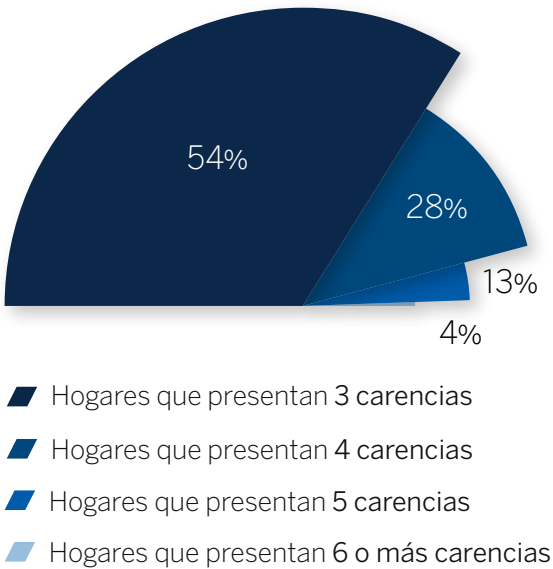
8. ÍNDICE INTERNO DE POBREZA MULTIDIMENSIONAL

Total emprendedores de crédito evaluados

ÍNDICE	VALOR
IIPM	0,078
Incidencia (H,%)	15,63%
Intensidad (i,%)	49,74%

9. INTENSIDAD DE LA POBREZA

Total emprendedores de crédito evaluados (%)



Nota metodológica: Pobreza Multidimensional. Proyecto 2023-2024

Desde junio 2023, en todos los países del Grupo FMBBVA se ha lanzado el proyecto “Pobreza Multidimensional” con dos fines:



Medición completa: Mediante una encuesta de 11 preguntas se recopila el estado de privación de los hogares durante el proceso de admisión o renovación de crédito. Por tanto, esta información se almacena en los sistemas de información del core bancario y se actualiza anualmente. Se diseñará un nuevo índice de pobreza multidimensional, manteniendo la metodología Alkire-Foster.



Oferta de valor: En paralelo, las áreas de negocio diseñan y ofrecen productos y servicios financieros que aborden las brechas ya identificadas.

Este proyecto involucra a toda la organización, para alinear los intereses en pro-de ese impacto (el equipo de negocios, proyectos, tecnología, la red de sucursales, el equipo de formación, comunicación).



EMPRENDEDORES

Jocelyne Ortega

GERENTE DE OFICINA



Desde el inicio de su trayectoria en Microserfin, Jocelyne Ortega ha demostrado que la determinación y el compromiso son clave para el crecimiento profesional. A sus 30 años, lleva cuatro dentro de la empresa, donde ha recorrido un camino de constante evolución, desde sus inicios como asistente hasta convertirse en gerente de oficina, asumiendo importantes responsabilidades en la institución.

Uno de los momentos más significativos en su historia fue su etapa como asesora de crédito. En este rol, Jocelyne se enfrentó al reto de construir relaciones de confianza con los clientes, comprendiendo sus necesidades y ofreciéndoles las mejores soluciones financieras. Esta experiencia le permitió desarrollar habilidades clave en el manejo de clientes y en la gestión de equipos, cimentando las bases para su crecimiento dentro de la empresa.



Gracias a su trabajo dedicado y su capacidad para reconocer el potencial de quienes la rodean, Jocelyne ascendió a gerente de la oficina de Santa Fe. Allí, lideró un equipo compuesto por hombres y mujeres, impulsándolos a alcanzar sus objetivos sin distinción de género, promoviendo la equidad y el desarrollo profesional de todos por igual.

Su compromiso con la excelencia no pasó desapercibido, y hoy ocupa un puesto de mayor responsabilidad como gerente de oficina, donde su liderazgo sigue marcando la diferencia. Para Jocelyne, el mayor desafío ha sido guiar a su equipo hacia el cumplimiento de sus metas, brindándoles apoyo y ayudándolos a desarrollar su máximo potencial.

Pero su historia de superación no solo se limita al ámbito profesional. Como madre, ve en su crecimiento un legado para su hija, a quien desea transmitir los valores que la han llevado hasta donde está. Su mayor deseo es que las mujeres tengan más acceso a formación académica, lo que les permitirá desarrollarse y ocupar cada vez más espacios de liderazgo.

Jocelyne Ortega es el reflejo del impacto que Microserfin tiene en la vida de sus colaboradores, brindando oportunidades de crecimiento y formación para que cada persona pueda alcanzar sus sueños. Su historia es un testimonio de perseverancia, liderazgo y el poder de creer en el propio potencial.

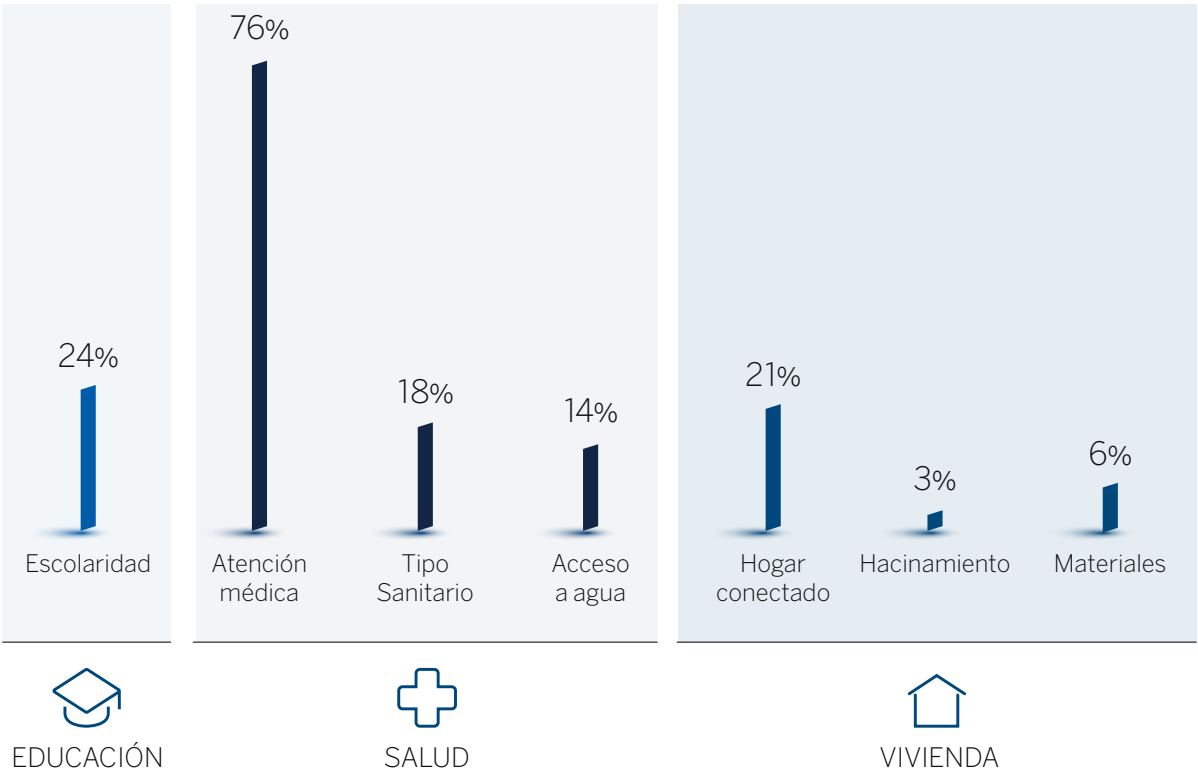
El reto es construir relaciones de confianza con los clientes, comprendiendo sus necesidades y ofreciéndoles las mejores soluciones financieras

Evaluación de las carencias

Las privaciones más comunes entre los hogares son la atención médica, la escolaridad y la conectividad. A diferencia de otros países, la pertenencia étnica es especialmente relevante: un 78% de los clientes se identifican con un grupo étnico, principalmente afrodescendiente (18%), seguido de afroantillano (3%) y Ngäbe (1%).

10. INCIDENCIA DE LAS PRIVACIONES

Total emprendedores de crédito evaluados (%)



Destaca la atención médica y conectividad, ambas especialmente altas en comparación con otras entidades del Grupo (29% y 6% respectivamente), les sigue escolaridad y tipo sanitario

Dimensión vivienda

En la dimensión vivienda se miden tres elementos: el hacinamiento (número de personas por dormitorio), el acceso del hogar a internet y los materiales de la vivienda (techo, piso y/o paredes).

Hacinamiento. El 3% de los hogares muestran un ratio de hacinamiento mayor o igual a tres personas por dormitorio.

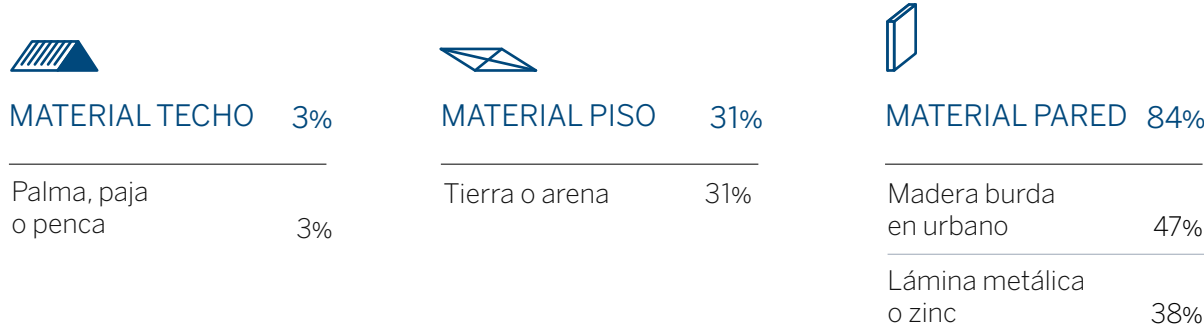
Conectividad. El 33% de los hogares declaran no tener acceso a internet desde la vivienda y el 12% no lo tienen por considerarlo innecesario. El 21% restante serían hogares que no están conectados, pese a considerarlo necesario y el motivo principal es no

disponer de una oferta de servicio en la zona en la que reside.

Materiales de construcción. Para el 6% de los hogares el material predominante en piso, pared, o techo se considera precario. El 84% de los hogares con privación en este indicador la presentan a causa del material de la pared, principalmente por el empleo de tablas o troza en la construcción de la pared en vivienda urbana (47%). El 37% restante lo componen los hogares cuya pared se construye con láminas metálicas, material precario tanto en vivienda urbana como rural.

11. MATERIALES DE VIVIENDA

Total emprendedores de crédito evaluados



El 21% de los hogares no están conectados a Internet

G.10.-Los umbrales de privación utilizados coinciden, dentro de lo posible, con el usado por INEC.

Dimensión salud

La dimensión salud está compuesta por el acceso al agua, el saneamiento y acceso a atención médica.

Acceso al agua. El 14% de los hogares evaluados presenta privación en este indicador con un claro sesgo urbano, donde la privación alcanza el 25% frente al 4% de rural. Este sesgo lo introduce principalmente el acceso a través de tubería fuera de vivienda, considerado privación únicamente en entorno urbano

Saneamiento. El 18% de los hogares presenta carencias. La principal causa (52%) es la falta de conexión a alcantarillado o tanque séptico, seguida por el uso compartido de sanitario (43%).

Atención médica. La dificultad de acceso persiste desde 2021. Un 76% de los hogares tiene al menos un miembro sin afiliación a seguro de salud, público o privado.

Dimensión Educación

En el 24% de los hogares, algún miembro no ha completado la secundaria, afectando más al entorno rural (32%) que al urbano (23%).

Conclusión

Los hogares de los emprendedores presentan altos niveles de privación, especialmente en atención médica, conectividad y saneamiento. Evaluar estas carencias ha permitido enfocar esfuerzos en créditos de vivienda y saneamiento para reducir la brecha social, pero se requiere colaboración pública y privada. La conectividad a internet sigue sin mejorar desde 2021, evidenciando desafíos en la población vulnerable.

Esta información se está analizando mediante mapas interactivos para responder mejor a la vulnerabilidad de los hogares y ayudarles a mejorar su calidad de vida.

El 83% de los hogares con privaciones sanitarias comparten su baño con otras familias, evidenciando condiciones de saneamiento precarias

OBTENCIÓN DEL AGUA EN LOS HOGARES

	%
Tubería (red) dentro de la vivienda	68,64%
Tubería (red) fuera de la vivienda pero dentro del terreno	22,66%
Pozo protegido (con revestimiento, una tapa y un torno para elevar el agua)	3,28%
Río, acequia, quebrada, manantial o nacimiento	1,97%
Pozo no protegido	1,31%
Grifo o pilón de uso público	1,15%
Colecta agua lluvia	0,82%
Camión cisterna o aguatero	0,16%
Agua embotellada o en bolsa	0,00%

Soluciones financieras

Microserfin ofrece una variedad de créditos, seguros y educación financiera para fortalecer la gestión de negocios y la economía de los hogares en Panamá. Cuenta con 18.464 clientes, de los cuales el 89% ha contratado un seguro voluntario, como de vida, exequias o salud, que les ayuda a reducir el impacto de imprevistos en sus finanzas.

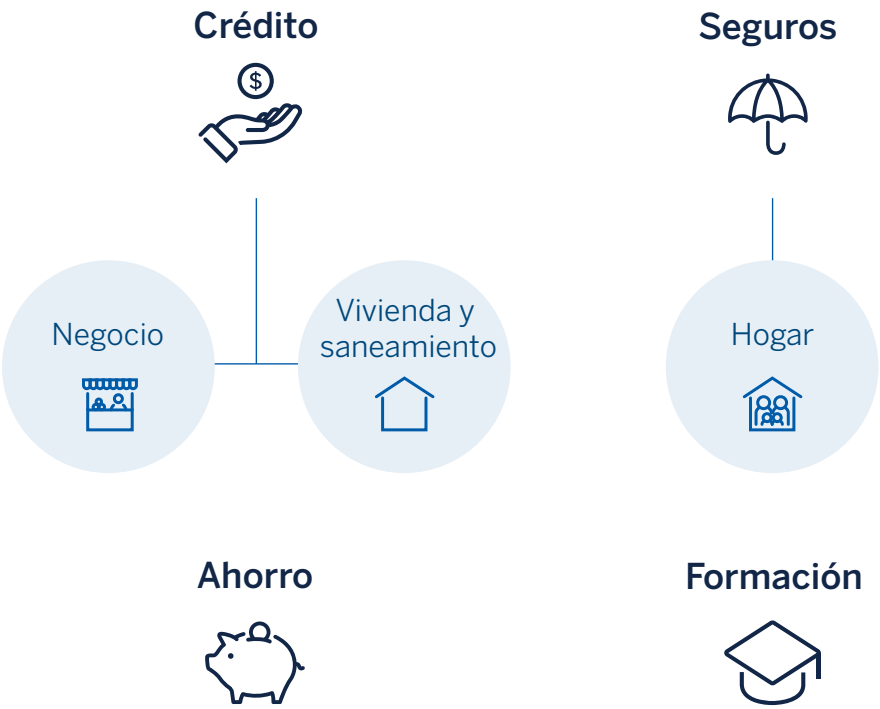
Además, Microserfin mantiene una relación de confianza con la mayoría de sus clientes y tiene una relación exclusiva con el 53%, la mayoría en situación de vulnerabilidad económica: 8 de cada 10 emprendedores lo son.

Los seguros voluntarios es la gran apuesta de la entidad, permitiendo a los emprendedores cubrir imprevistos

12. CLIENTES CON SEGURO VOLUNTARIO Total clientes (%)

COLECTIVO	Clientes	Seguro Voluntario	Total (%)
Vigentes	18.464	16.460	89,15%
Total cartera	18.464	16.460	89,10%

SOLUCIONES FINANCIERAS



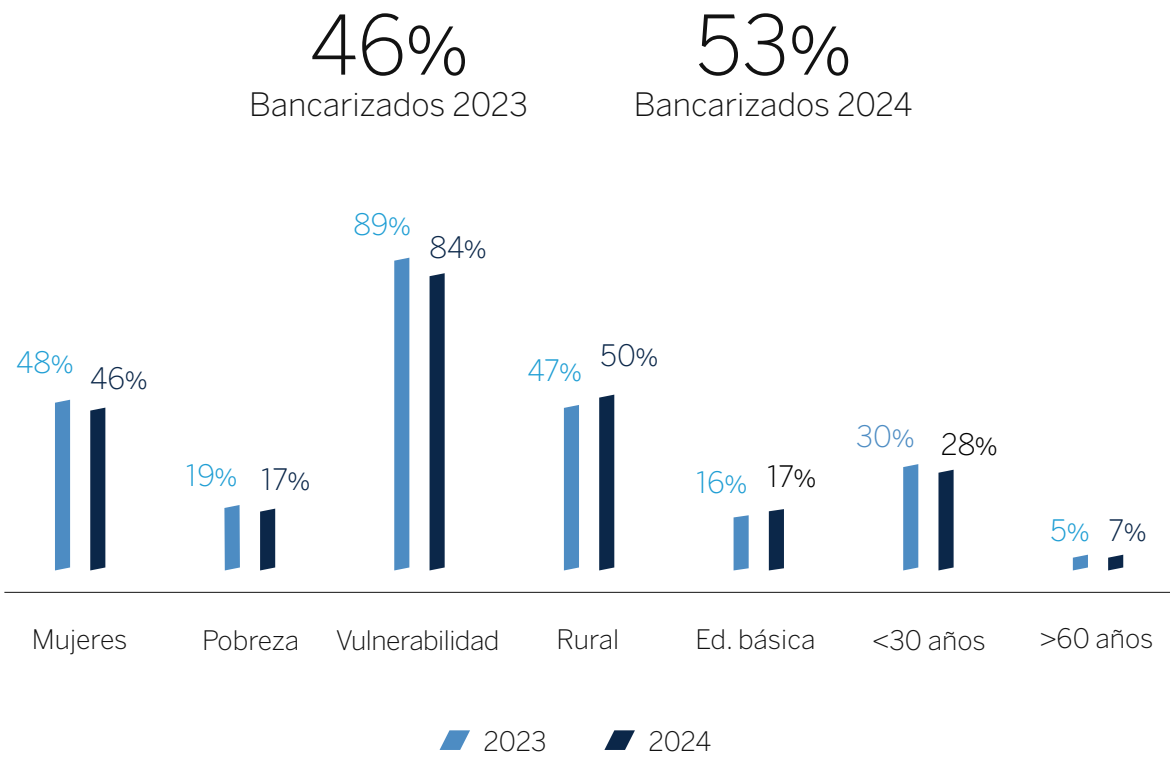
La bancarización abre las puertas a la economía formal para personas que antes estaban excluidas, permitiéndoles participar activamente en el mercado. De los nuevos emprendedores que confían en la entidad, 1 de cada 2 está siendo bancarizado, repor-

tando beneficios intangibles futuros para acceder a distintas herramientas financieras. De hecho, la mayoría se encuentra en entorno rural y un tercio son jóvenes.



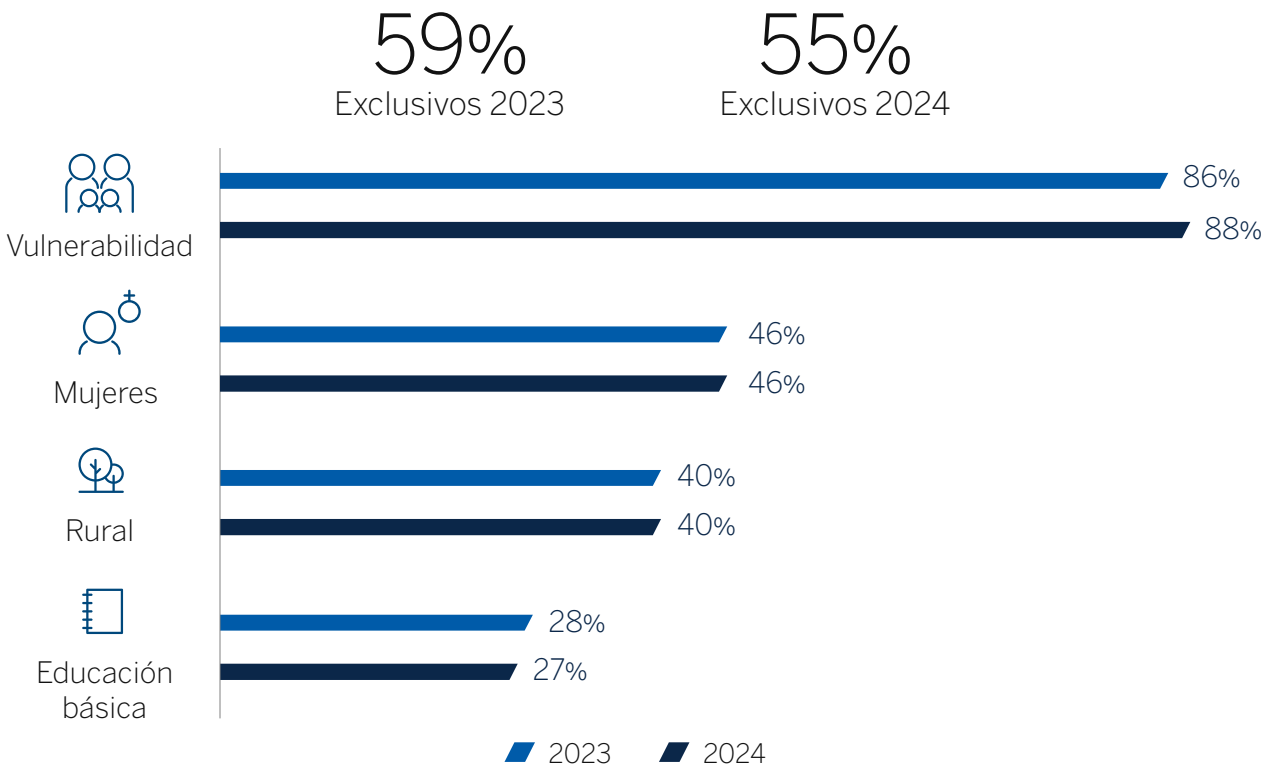
13. EMPRENDEDORES BANCARIZADOS

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



14. EMPRENDEDORES EXCLUSIVOS

Emprendedores de crédito vigentes que son exclusivos de Microserfin



EMPREENDEDORES

Constantino Blandford

PRODUCTOR DE CACAO



Además de ser productor de cacao, trabaja como conductor de lancha para una institución de gobierno, lo que le proporciona estabilidad económica durante las épocas de baja producción

“Mi principal orgullo como productor de cacao es enseñarles a mis hijos cómo producir y sostenerse ellos mismos sin depender, de una u otra manera del sistema gubernamental. Enseñarles que ellos pueden ser autosostenibles con ese juego de tierra que tienen”, comenta el señor Constantino Blandford, un productor de cacao con más de 30 años trabajando en la agricultura, cuyo negocio ha sido un éxito.

En Almirante, Bocas del Toro, se encuentra su finca de cacao orgánico, en la cual, junto a su esposa e hijos, ha construido un negocio que les ha permitido mejorar la calidad de vida de su familia, incluyendo la oportunidad de que su hija mayor estudie Derecho y Ciencias Políticas, mientras que su hijo menor termine sus estudios escolares.



Procesar, cosechar, y ser productor dentro de la familia del señor Constantino es cultura. Su familia se ha dedicado al cultivo del cacao desde hace varias generaciones. Es tradición que desde temprana edad los hijos acompañen a sus padres en la siembra y cosecha, aprendiendo cada fase del proceso. Es una herencia ancestral que él les ha transmitido a sus hijos que forman parte del equipo de trabajo en época de cosecha.

La semilla es codiciada por todo el mundo, su producto es 100% orgánico, ya que no usa agroquímicos. Produce entre 8 a 9 quintales al año. Se esfuerza por ofrecer el mejor cacao a sus clientes, tanto nacionales como internacionales.

En 2016 solicitó su primer crédito en Microserfin, el cual ha sido clave para el crecimiento de su negocio. Su último crédito fue a través del Crédito Agro para mejorar su hogar y las instalaciones de fermentación del cacao, fundamental para su comercialización.

Además de ser productor de cacao, trabaja como conductor de lancha para una institución de gobierno, lo que le proporciona estabilidad económica durante las épocas de baja producción. Ha sido visionario ofreciendo tours agroturísticos donde las personas pueden aprender sobre el proceso del cacao y probar su producto, lo cual es un ingreso adicional, extendiendo su visión hacia productores en su comunidad para llegar a conformar la asociación Orebä que promueve el ecoturismo y la tradición del cacao orgánico/natural.

Para este productor, el conocimiento y la tradición han sido parte fundamental de su vida, y ahora sus hijos continúan ese legado. Siendo de origen Ngäbe-Buglé, su historia ha sido un reflejo de esfuerzo y perseverancia. Es una herencia el trabajo y dedicación que el señor Constantino ha logrado. La expectativa es seguir adelante con la esencia de sus ancestros, manteniendo el cacao ancestral.

Su último crédito fue a través del Crédito Agro para mejorar su hogar y las instalaciones de fermentación del cacao, fundamental para su comercialización

Crédito para el negocio

Línea de crédito

Un 78% de los clientes está interesado

El desafío para acceder a financiamiento limita el crecimiento empresarial en Panamá. Factores como la falta de garantías, la informalidad y la percepción de alto riesgo dificultan el acceso al crédito. Ante esta realidad, Microserfin desarrolla la “Línea de Crédito” para impulsar la sostenibilidad de los negocios. Un 78% de los clientes está interesado en adquirirla, destinándola principalmente a Capital de Trabajo (57%) e Inversión (22%). Diseñada para ofrecer liquidez continua, permite a los empresarios acceder a fondos a medida que realizan pagos y está dirigida a clientes PyME con mayor formalidad.

El esquema de crédito revolvente permite desembolsos totales o parciales según las necesidades del cliente, con fondos disponibles nuevamente a medida que se liquida el monto adeudado, ofreciendo flexibilidad. La Línea de Crédito se renueva anualmente, actualizando los datos del cliente y su información financiera, lo que permite evaluar una posible ampliación del crédito y ajustar el producto a las necesidades cambiantes, garantizando un acompañamiento continuo en el crecimiento empresarial.



Financiamiento para educación: un modelo de empoderamiento y equidad para las mujeres panameñas

Según el Banco Mundial, las mujeres panameñas tienen una tasa de graduación superior a la de los hombres en secundaria y terciaria, pero enfrentan barreras económicas y culturales que limitan su acceso a programas educativos especializados. La educación es crucial para el desarrollo, y las mujeres desempeñan un papel cada vez más importante en la sociedad. En respuesta, Microserfin ha lanzado el programa Escala Mujer, destinado a mujeres emprendedoras para promover la inclusión y la igualdad de género.

Muchas mujeres buscan alternativas de financiamiento para invertir en su educación o la de sus hijos, sin depender de becas tradicionales. El producto de financiamiento educativo de Microserfin está diseñado para que las mujeres continúen sus estudios en niveles medios, seminarios o formación técnica, abriéndoles nuevas oportunidades laborales y emprendedoras. Este acceso es clave para reducir desigualdades laborales y aumentar la participación femenina en sectores demandados. Invertir en la educación femenina potencia el desarrollo de habilidades que impactan positivamente en la economía y mejora el bienestar de las generaciones futuras.

Este crédito ha sido una bendición. Financié una parte de mi educación universitaria en Psicología. ¡Gracias por pensar en nosotras!"
Ilem Puerto (Cliente)

Crédito rural

En 2024, Microserfin, con el apoyo de Frankfurt School, realizó una consultoría para mejorar el proceso de crédito agropecuario. El enfoque fue optimizar las políticas de crédito, crear productos financieros adecuados y mejorar el análisis de los créditos. Como resultado, se implementaron herramientas innovadoras que buscan mejorar el acceso al financiamiento y contribuir al desarrollo sostenible del sector agropecuario en Panamá. Este informe presenta los principales hallazgos, acciones y resultados del proceso.

Objetivo y Metodología

La consultoría tuvo como objetivo mejorar la gestión del crédito agropecuario de Microserfin, adaptando los productos a las necesidades del sector agrícola. Se utilizó una metodología que incluyó encuestas, análisis de datos y la creación de herramientas para los asesores. Se implementó un piloto en tres oficinas para probar las nuevas metodologías, lo que permitió hacer ajustes antes de implementar los cambios en la entidad.

Actividades Realizadas

La consultoría se dividió en actividades clave. Se realizó un estudio de mercado para conocer las necesidades de los productores agropecuarios y las oportunidades para Microserfin. Luego, se hizo un análisis de brechas para revisar las políticas y productos agropecuarios existentes, identificando diferencias con las mejores prácticas del sector. A partir de este análisis, se elaboraron recomendaciones para ajustar las políticas de crédito y mejorar la estructura organizativa de la institución.

Después, se implementó un piloto de la nueva metodología de gestión del riesgo agrícola y crédito, con productos innovadores como los productos verdes, destinados a financiar tecnologías para mitigar el impacto del cambio climático. En esta fase, se realizaron pruebas en tres oficinas de Microserfin para evaluar la efectividad antes de la implementación nacional.

Al finalizar el piloto, se desarrolló una estrategia para adoptar la nueva metodología en toda la entidad, incluyendo un plan de implementación y una hoja de ruta. También se diseñó una nueva estructura organizativa y un plan de formación para los asesores, garantizando la correcta implementación de los nuevos procesos y productos.

Resultados del Piloto

Durante el piloto, se desembolsaron 322 créditos por \$512,166.85 en las tres oficinas seleccionadas. Los resultados confirmaron varias hipótesis clave. Se validó que para créditos inferiores a \$1,000, el plazo máximo debe ser de 12 meses, ajustándose a los ciclos de producción agrícola. Además, se observó que el uso de una ficha técnica agropecuaria permitió un análisis más preciso. Otro resultado positivo fue la

creación de productos verdes, como bombas de riego solares y sistemas de riego eficiente, que ofrecieron soluciones prácticas para enfrentar las sequías y otros desafíos ambientales en las zonas agrícolas. A pesar de los avances, también se identificaron desafíos importantes. Uno de ellos fue la dificultad para que los productores adoptaran nuevas tecnologías, como las bombas de riego solares, debido a la resistencia al cambio en el sector agropecuario. Además, la limitada oferta de proveedores de tecnologías verdes y seguros agropecuarios en el país representó un reto adicional. No obstante, se concluyó que estas innovaciones eran fundamentales para mejorar la sostenibilidad del sector a largo plazo.

Durante el proceso, se aprendieron varias lecciones clave. Se confirmó que los plazos para créditos menores a \$1,000 deben ajustarse a los ciclos de cultivo, siendo esencial conocer los calendarios de siembra y cosecha para un análisis adecuado. También se observó que los productos verdes tienen gran potencial para beneficiar tanto a los productores como al medio ambiente, pero es necesario seguir trabajando en la educación y sensibilización sobre estos beneficios.

A partir de los resultados del piloto, Microserfin tiene la intención de fortalecer el enfoque en productos verdes, promoviendo su financiamiento como solución ante los desafíos del cambio climático. Además, se continuará mejorando la ficha técnica agropecuaria para ajustar las condiciones de financiamiento a las realidades del sector.

La consultoría y el piloto implementado en el crédito agropecuario han permitido a Microserfin avanzar en la mejora de su oferta de productos y servicios para los microempresarios agropecuarios. Mediante la adopción de nuevas metodologías, la creación de productos innovadores y el fortalecimiento organizativo, se busca ofrecer soluciones financieras más eficientes, accesibles y sostenibles para los productores. Con base en los aprendizajes obtenidos, Microserfin continuará avanzando en su compromiso con el desarrollo del sector agropecuario, mejorando la resiliencia de los microempresarios y promoviendo un futuro más sostenible para la agricultura en Panamá.

Formación



La educación financiera es esencial para el desarrollo de microempresarios y el fortalecimiento de sus negocios. En 2024, la capacitación de microempresarios aumentó significativamente tanto en modalidad presencial como en la plataforma educativa virtual **Impulsamos Tu Negocio**, alcanzando a más de 24.000 personas. En colaboración con aliados estratégicos como la OIM, el Arzobispado de Panamá, universidades y la Cruz Roja Panameña, se formaron más de 150 personas en 16 horas de capacitación, con un 64% de los beneficiarios provenientes de aliados y un 36% de emprendedores vinculados a la Cruz Roja. Esto refuerza el compromiso con la inclusión y las microfinanzas productivas en Panamá.

Durante 2024, la plataforma educativa continuó su crecimiento, alcanzando 1,450 registros, el 51% de los cuales son clientes con crédito productivo. Para mejorar la salud financiera de los hogares, se incorporó la guía "No Mueras en el intento", un manual creado con inteligencia artificial que ofrece a los microempresarios técnicas para la sostenibilidad de sus negocios. Con un enfoque innovador, los interesados pueden obtener la guía comentando la palabra "Guía" en Instagram, logrando más de 1,000 visualizaciones en su primera publicación y alcanzando un 75% del público objetivo. Esta iniciativa demuestra el impacto positivo de la transformación digital en los clientes.

Durante 2024, la plataforma educativa continuó su crecimiento, alcanzando 1,450 registros, el 51% de los cuales son clientes con crédito productivo

Ahorro

La educación, tanto virtual como presencial, hace énfasis en el ahorro.

El 64% de los microempresarios se han capacitado en el módulo "Ahorro Sí se Puede", donde aprenden los 4 métodos básicos para crear y mantener un fondo de ahorro:

- Comienza con pequeños pasos que te lleven a crear el hábito de ahorrar.
- Establece una meta clara para tus ahorros.
- Págate a ti mismo primero.
- Prueba y evalúa los métodos de ahorro que mejor se adapten a tu situación y te den buenos resultados.

"Nunca había pensado en pagarme a mí misma, esto me ayudaría a crear un fondo para ahorrar", "Ahora comprendo que no se trata de la cantidad, sino de establecer un hábito de ahorro", "Establecer una meta de ahorro me ha funcionado mucho. Ahora ahorro una pequeña cantidad diaria y me resulta más fácil", son algunos testimonios tras finalizar las capacitaciones.

Riesgo y seguros

Todos los días, las personas se enfrentan a eventos inesperados con distintos niveles de riesgo. Estos pueden ocurrir en casa, en el trabajo o al transitar por las calles. Más de 2,400 microempresarios fueron capacitados en el módulo “Riesgos y Seguros”, aprendiendo a afrontar, prevenir, evitar, protegerse e incluso ignorar ciertos riesgos. Lo más importante es comprender la relevancia de contratar un seguro. Con una prima baja, los seguros brindan protección financiera, compensando daños materiales, indemnizaciones por enfermedades, pagos por pérdidas de ingresos, entre otros beneficios.

Los seguros se dividen en diversas categorías: Seguros Obligatorios, Seguros contra Daños y Seguros de Personas. En Microserfin, más de 16,400 microempresarios cuentan con este tipo de seguro, a través de microseguros de Vida, Exequias, salud e Incapacidad.

Seguros

Durante más de cinco años, hemos brindado coberturas accesibles a personas de ingresos bajos y medianos, especialmente microempresarios con recursos limitados y enfrentando riesgos significativos. Según la Superintendencia de Seguros y Reaseguros de Panamá, el mercado de microseguros ha crecido de forma sostenida, alcanzando a más de 300,000 personas en 2023. Esta expansión refleja el avance de una cultura preventiva en Panamá, especialmente en áreas rurales. Microserfin es parte activa de este movimiento, con más de 24,828 microseguros y asistencias vendidos en 2024, y cerca de 110,000 colocaciones desde 2019, año del lanzamiento de nuestro primer producto de asistencia.

Gracias al trabajo realizado, se ha logrado impactar zonas de alto riesgo, especialmente comunidades rurales. En 2024, se colocaron 8,987 microseguros y asistencias entre microempresarios dedicados a la ganadería y agricultura, lo que representa el 36.2% de las colocaciones totales, alineado con la misión institucional. En Panamá, asegurar a las mujeres es clave para la equidad y el bienestar social. Aunque más mujeres acceden a seguros públicos y privados, persisten brechas de protección. Iniciativas como los microseguros refuerzan el compromiso de la entidad de garantizar la continuidad de sus negocios y ofrecerles tranquilidad, ayudándolas a superar los riesgos del entorno. En 2024, se colocaron 10,775 microseguros o asistencias a mujeres, lo que representa el 43.4% de las colocaciones totales de ese año. Estas acciones son esenciales para empoderarse, proteger su futuro y fomentar un desarrollo más inclusivo.

Gracias al trabajo realizado, se ha logrado impactar zonas de alto riesgo, especialmente comunidades rurales

15. SEGURO VOLUNTARIO

Total clientes de crédito

SEGURO	Dic. 2023	Dic. 2024	Variación
Salud	14.937	14.075	-6%
Vida	5.006	6.783	35%
Exequías	11.210	9.820	-12%
Total	17.249	16.460	-5%

Retroalimentación de nuestros clientes:

Los comentarios claves a destacar de los clientes de seguros:

- Bajos costos de primas: Las primas son asequibles, lo que les permite cubrir riesgos sin afectar su flujo de caja.
- Cobertura de riesgos específicos: Abordan situaciones concretas, adaptándose a sus necesidades particulares.
- Fortalecimiento de la resiliencia empresarial: Negocios más resilientes, permitiéndoles manejar imprevistos sin perder toda su inversión o enfrentar cierres inesperados.
- Nivel de NPS (Net Promoter Score): Más del 91% de los clientes recomendarían adquirir microseguros o asistencias a sus familiares o amigos.

Total de reclamos efectivos:

Al cierre de 2024, 34 clientes o sus familiares fueron beneficiados por algún microseguro. Los beneficios incluyen:

- Microseguro de Asistencia Funeraria (Microsaf): Más de 9.000 dólares en beneficios a familiares de clientes asegurados.
- Microseguro Oncológico: Más de 6.500 dólares a clientes diagnosticados con cáncer.
- Microseguro de Vida: Más de 13.225 dólares en cobertura para clientes y beneficiarios.

Estos beneficios reflejan una siniestralidad aproximada del 0.15%. Además, las asistencias han brindado servicio a 54 clientes por un monto superior a 3,000 dólares.

Microseguro Mujer: protección personalizada para la mujer panameña

Desde su lanzamiento en septiembre de 2024, se han colocado más de 660 Microseguros Mujer. De este total, 479 han sido adquiridos por mujeres titulares de créditos, mientras que 181 fueron contratados por hombres para proteger a sus esposas. En un contexto donde las mujeres enfrentan riesgos laborales, familiares y sociales desproporcionados, el Microseguro Mujer se posiciona como un mecanismo esencial de protección. Este producto ofrece seguridad ante eventos inesperados y está diseñado específicamente para abordar las necesidades de las mujeres microempresarias, quienes a menudo tienen menos acceso a seguros tradicionales.

El 65% de las mujeres panameñas trabajan en el sector informal o en empleos vulnerables, exponiéndolas a precariedad económica y limitando su acceso a seguros médicos y de vida. El Microseguro Mujer cubre situaciones como maternidad e incapacidades, adaptándose a las realidades económicas y sociales de este grupo. Su bajo costo lo hace accesible para mujeres en sectores de bajos ingresos, garantizando una protección financiera fuera de su alcance de otro modo.

En 2024, también se lograron las siguientes ventas en el producto Escala Mujer:

Clientes: 24
Monto: USD 34.364,85

El Microseguro Mujer cubre situaciones como maternidad e incapacidades, adaptándose a las realidades económicas y sociales de este grupo

Digitalización

Como Grupo, se prioriza la innovación. Por ello, se desarrolló un instrumento financiero completamente digital que refleja la evolución de los productos y servicios, comprometido con la comodidad, accesibilidad y eficiencia para los clientes.

A través de la estrategia omnicanal, se lanzó Resuelve, el Crédito Digital de Microserfin, una opción innovadora que permite a los clientes elegibles acceder a un crédito sin barreras geográficas ni limitaciones de tiempo, con un proceso sencillo y protocolos de seguridad avanzados.

Este producto digital garantiza rapidez en los procesos de aprobación, reduce costos operativos y mejora la productividad, lo que incrementa los ingresos comerciales. Desde su lanzamiento en diciembre de 2024, se han desembolsado 30 créditos digitales por un total de 60.000 dólares.

Adopción Digital en números

Los canales digitales se han consolidado como un pilar clave en la relación con los clientes. Con el lanzamiento del Crédito Digital “Resuelve”, los clientes ahora pueden acceder a financiamiento sin intervención física, lo que facilita el acceso de manera más ágil y accesible.

Más de 1,000 clientes ingresan mensualmente para consultas, pagos y gestiones. Actualmente, el 58% de la cartera vigente está registrada en la plataforma, con un 71% de ellos bancarizados por Microserfin y un 34% pertenecientes a segmentos desafiantes. Esto demuestra el impacto en sectores tradicionalmente excluidos, reafirmando que la inclusión digital es viable en todos los niveles.

Los pagos digitales también han sido efectivos, con más del 22% de las cuotas mensuales realizadas a través de canales digitales, lo que marca un hito en la reducción de la brecha digital y financiera. Esta tendencia mejora la comodidad de los clientes y les permite enfocarse en el crecimiento de sus negocios.

La inclusión digital ha permitido llegar a comunida-

des remotas, como Cucunatí, Darién, a través de un Corresponsal Satelital. Esta iniciativa ha facilitado el pago de cuotas y proporcionado más de 700 horas de internet gratuito a clientes y no clientes, beneficiando principalmente a estudiantes y promoviendo el desarrollo educativo y social de la comunidad.

La plataforma de Solicitud de Crédito Web ha transformado el proceso de financiamiento, con cerca de 1,700 solicitudes mensuales, que representan el 48% de los desembolsos totales de Microserfin.

Los canales digitales de Microserfin no solo reflejan avances tecnológicos, sino también un esfuerzo constante por democratizar el acceso a servicios financieros. Las cifras evidencian que, con las herramientas adecuadas, es posible empoderar a los clientes y cerrar brechas históricas, generando un impacto significativo en sus vidas y comunidades.



Impacto en los hogares

Las microfinanzas ofrecen la oportunidad de financiar y hacer crecer los negocios, lo que, a medida que estos crecen, impacta indirectamente en el bienestar de los hogares. Para ajustar la oferta de valor a las necesidades de los clientes y maximizar el impacto, Microserfin realiza un análisis detallado, sistemático y periódico de los cambios que experimentan los emprendedores en el desarrollo de sus negocios, su bienestar y su salud financiera.

OBJETIVOS DE IMPACTO



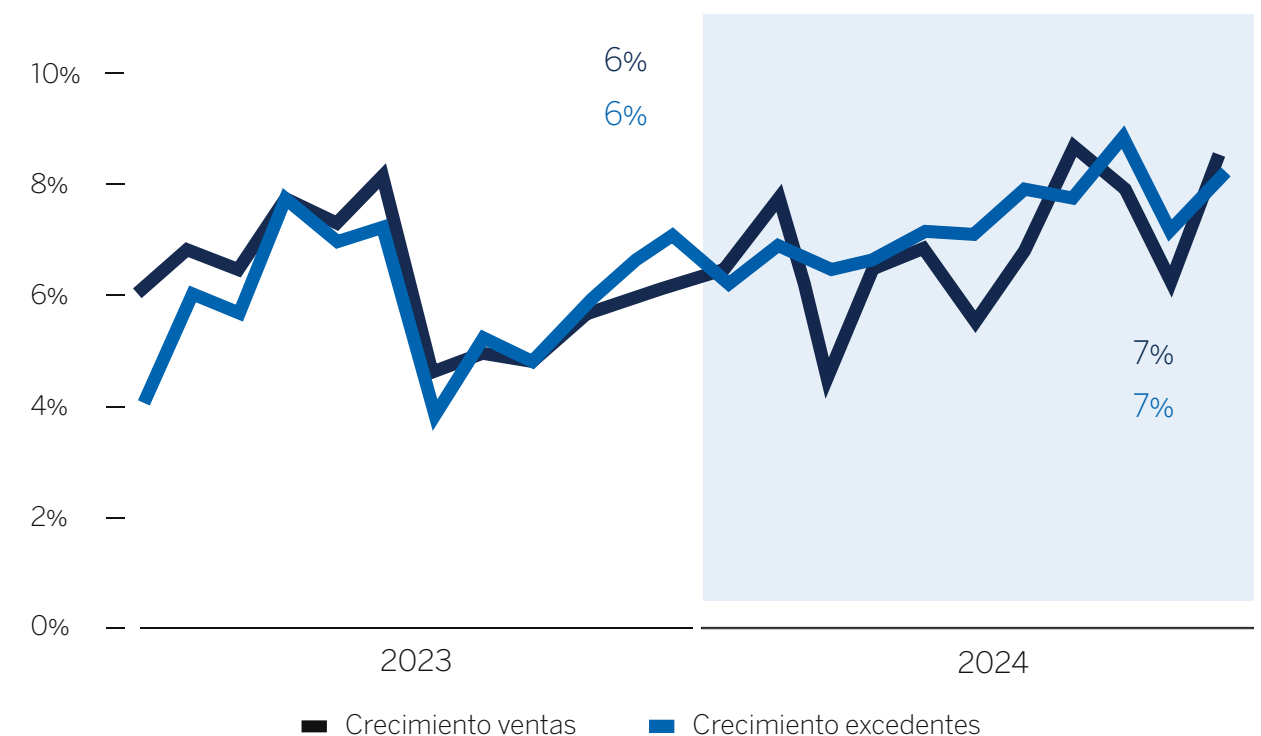
Crecimiento de los negocios

En 2024, la entidad renovó créditos a 6,867 emprendedores. A medida que la relación con la entidad se fortalece, los negocios crecen más rápido, estabilizándose en fases más maduras. El desempeño de los negocios depende en gran medida del entorno macroeconómico. La resiliencia de los microempresarios se refleja en el ritmo de crecimiento de los negocios durante 2024: sus ventas y excedentes crecen de media el 7% anual, similar a las tasas observadas en 2023.

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

16. CRECIMIENTO DE LAS VENTAS Y EXCEDENTES

Tasas de crecimiento deflactadas (%)



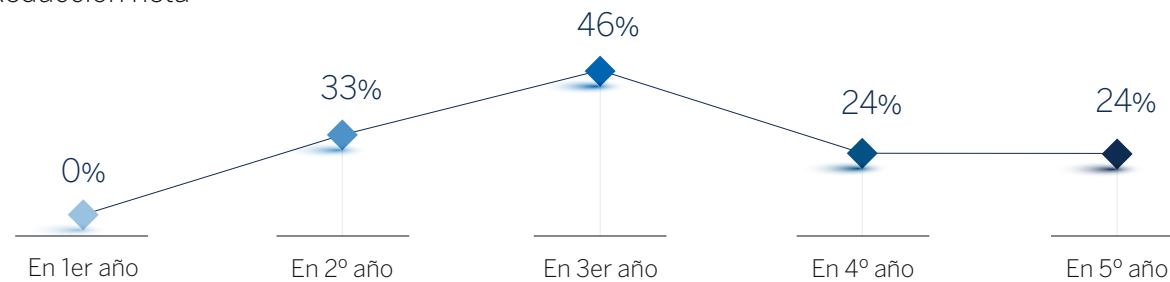
G. 16. Emprendedores que han tenido al menos una renovación. Se compara su información financiera con la inmediatamente anterior. Se realiza el cálculo de las tasas de crecimiento anual compuesta (tcac) para cada uno de los emprendedores, excluyéndose los valores extremos del 5% superior y del 1% inferior tratados como outliers. Tasas deflactadas. Se muestra el promedio anual de las series en 2023 y 2024. * Emprendedores que mejoran su renta relativa a la línea de la pobreza con respecto su desembolso inmediatamente anterior.

En promedio, los emprendedores en situación de pobreza se reducen un 33% en el segundo año de relación con la entidad

17. REDUCCIÓN DEL SEGMENTO DE POBREZA

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2024 (%)

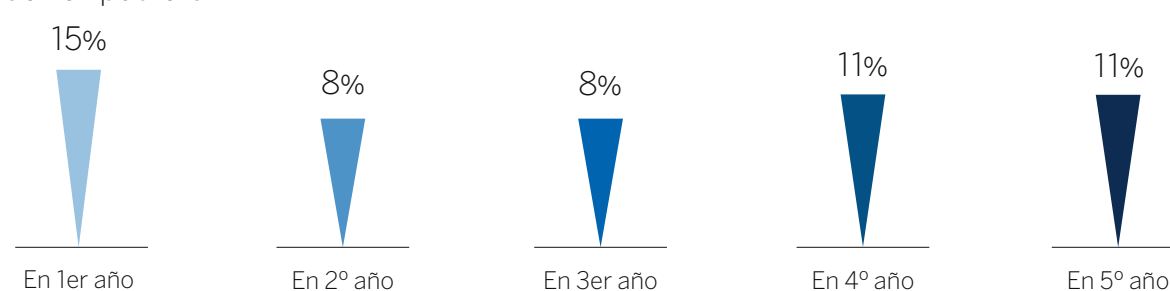
Reducción neta



Salen de la pobreza



Caen en pobreza



Esto se ha traducido en una mejora de la renta en uno de cada dos hogares: 62% de los hogares mejoran su renta en 2024, frente al 56% en 2023. En 2024, un menor número de emprendedores salió de la pobreza en comparación con años anteriores. En promedio, los emprendedores en situación de

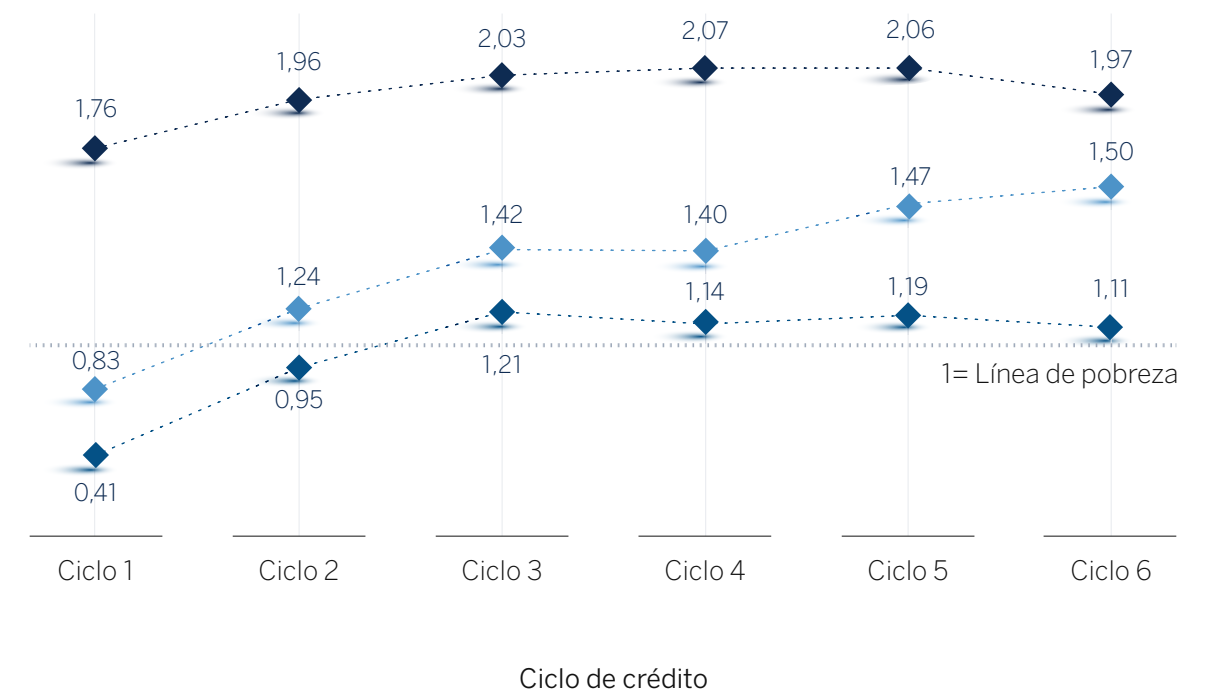
pobreza se reducen un 33% en el segundo año de relación con la entidad, con una tendencia positiva a lo largo del tiempo. Sin embargo, los emprendedores con más antigüedad aún se están recuperando de algunos shocks.

G. 17. Se muestran los emprendedores renovados. Se excluye de la salida de la pobreza a aquellos emprendedores dados de baja por impago (castigados). • Salida de la pobreza: Emprendedores en la pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como extremadamente pobres o pobres) que han generado rentas por encima de la Línea de Pobreza. • Entrada en la pobreza: Emprendedores en no pobreza al inicio de su relación con la entidad (clasificados como vulnerables u otros), que han generado rentas por debajo de la Línea de Pobreza. • Reducción neta: Salida de la pobreza - Entrada en la pobreza.

A mayor antigüedad, mayor salida de la pobreza: al cabo de 3 ciclos de crédito, todos la superan

18. RENTA RELATIVA A LA LÍNEA DE POBREZA, POR CADA CICLO DE CRÉDITO

Emprendedores de crédito que han renovado un crédito en 2024 (%)



Ext. pobres Pobres Vulnerables Línea de pobreza

Dado que una mayor proporción de mujeres entra en situación de pobreza, y su desempeño se mantiene sólido, 6 de cada 10 mujeres salen de la pobreza gracias al apoyo de Microserfin.

El tiempo necesario para que cada persona mejo-

re su renta depende en gran medida de su punto de partida. Aquellos que comienzan en situación de pobreza extrema requieren al menos tres créditos para superar la línea de pobreza, mientras que aquellos en pobreza (no extrema) logran superarla con solo un segundo crédito.

G. 18. Se muestran los emprendedores atendidos durante 2011 y 2024 con crédito individual —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.

Un 39% de aquellos que parten de la pobreza logran superarla definitivamente, mientras que un 38% experimenta ingresos volátiles

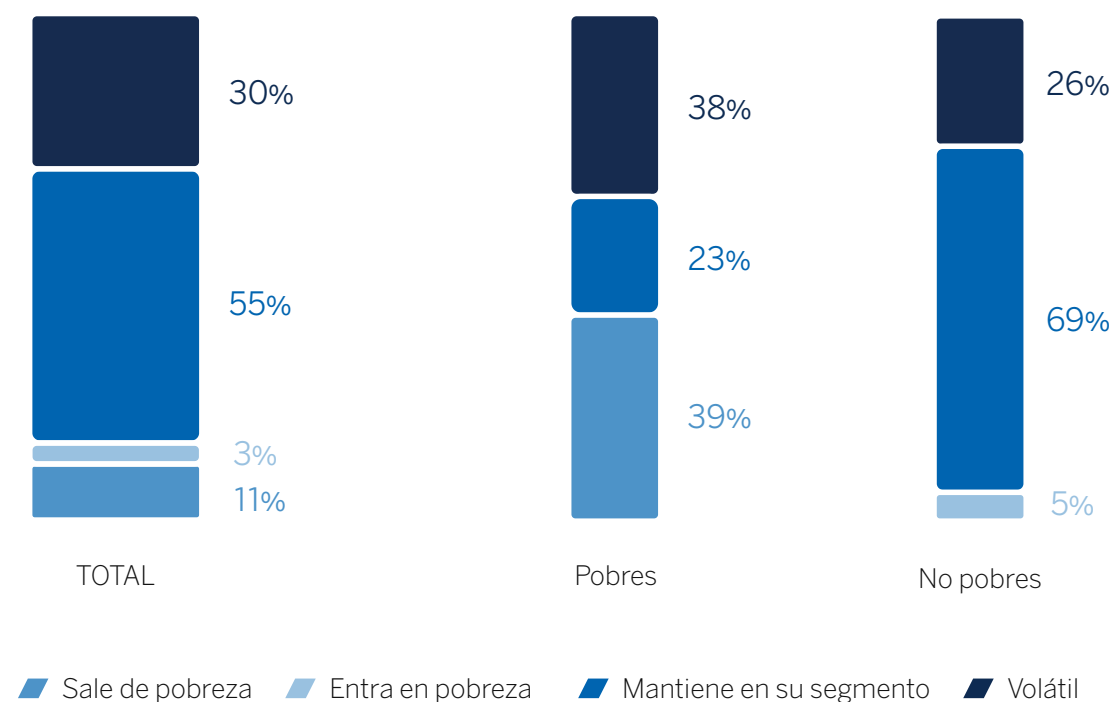
Una de las principales características de la vulnerabilidad es la inestabilidad en los ingresos, lo que provoca que los emprendedores entren y salgan de la pobreza en función de cómo evolucione su negocio. El 30% de los emprendedores se consideran volátiles, con ingresos que varían significativamente en el tiempo. El 55% mantiene una estabilidad, el 11% sale de la pobreza de forma definitiva y solo el 3% de aquellos que partieron por encima de la línea de pobreza vuelven a caer en ella.

De los emprendedores que empezaron en situación de pobreza, el 39% superó la pobreza de manera permanente, aunque el 38% tiene ingresos inestables. Entre los que no estaban en pobreza al ingresar a la entidad, solo el 5% cayó por debajo de la línea de pobreza, mientras que el 69% mantuvo su situación estable por encima de ella.

Dado que las relaciones a largo plazo promueven un desempeño positivo resulta clave seguir acompañando a los emprendedores en el tiempo para un progreso sostenido especialmente cuando para muchos emprendedores el negocio constituye la principal fuente de ingresos del hogar.

19. INESTABILIDAD DE INGRESOS

Emprendedores con más de cinco años de antigüedad



G. 19. Muestra de clientes atendidos desde 2011 hasta 31.12.2024 que han tenido un mínimo de cinco desembolsos. Se analiza el número de veces que un cliente cruza la Línea de Pobreza (LP). Volátil es el cliente cuyos excedentes por cada miembro del hogar cruzan más de una vez la LP. Sale de la pobreza: Cliente pobre al inicio cuyos excedentes crecen por encima de la LP (y no se observa que vuelvan a disminuir). Entra en la pobreza: Cliente no pobre al inicio cuyos excedentes caen por debajo de la LP (y no se observa que vuelvan a aumentar). Estable: Clientes que se mantienen en su situación de pobres (o no pobres) a lo largo de los cinco desembolsos. Se presenta la volatilidad para dos segmentos: inicialmente pobres vs. no pobres.

Comunidad, generando empleo

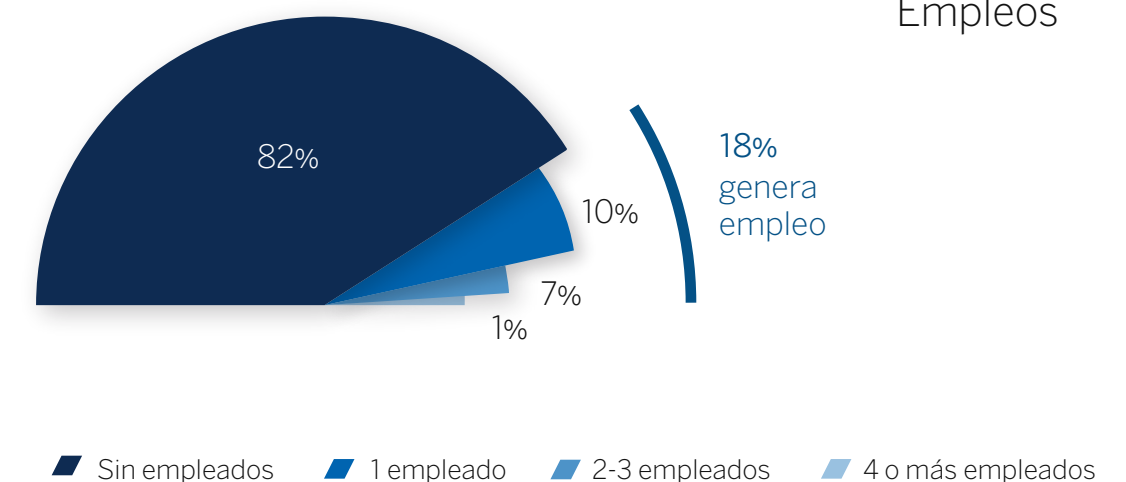
A medida que los emprendedores hacen crecer sus negocios, aumentan su capacidad para contratar personal. El 10% tiene al menos un empleado en nómina, y el 7% emplea a dos o más personas, generando oportunidades en sus comunidades.

Cuanto más tiempo el emprendedor está vinculado a la entidad, mayor es su capacidad para contratar. El 18% de los clientes de la entidad afirma tener al menos a una persona contratada, lo que estimula el flujo económico en sus entornos. Este impacto positivo indirecto contribuye a mejorar la calidad de vida de miles de personas.

El 18% de los negocios atendidos ya emplean al menos a una persona, generando un total de 6.568 empleos

20. FUENTE DE EMPLEO

Total emprendedores de crédito



6.568
Empleos

G. 20. Considera el número de empleados del negocio de los emprendedores con crédito vigente. No se realizan imputaciones de missing

Salud financiera

Para Microserfin, una buena salud financiera es esencial para el bienestar y la resiliencia de los hogares.

En los últimos años, Panamá ha mantenido esfuerzos en inclusión financiera, alcanzando en 2021 el 45% de adultos con una cuenta en una institución financiera o proveedor de dinero móvil, una cifra similar al 46% registrado en 2017. Además, el 36% de los adultos realizó o recibió pagos digitales en el último año. Si bien el acceso a productos financieros es un paso clave para gestionar las finanzas del hogar, es necesario abordar otras dimensiones, como la capacidad de generar ingresos, controlar los gastos, ahorrar, planificar y gestionar riesgos.

Esto es particularmente relevante en comunidades vulnerables, ya que tienen una mayor probabilidad de verse afectadas por imprevistos y por el uso inadecuado de productos financieros, lo que puede perjudicar la capacidad del negocio y del hogar para seguir adelante. Una buena salud financiera permite gestionar mejor los recursos, afrontar imprevistos y planificar el futuro, lo que contribuye a mejorar el bienestar económico.

En línea con el planteamiento del Grupo FMBBVA, se ha establecido una medición objetiva que abarca la gestión de gastos e ingresos, así como el nivel de ahorro y bienes.

Este análisis tiene como objetivo identificar oportunidades para acompañar a los emprendedores de manera más efectiva, ya sea mediante recursos financieros actuales o nuevos. Para lograrlo, es necesario un proceso continuo de aprendizaje, adopción de buenos hábitos financieros y acceso a servicios financieros adecuados.

NIVELES DE SALUD FINANCIERA



Gestión

El hogar tiene capacidad para cubrir gastos del día a día



Imprevistos

El hogar tiene capacidad para cubrir gastos e imprevistos



Futuro

El hogar tiene capacidad para cubrir gastos, imprevistos y además acumular capital (ahorro/inversiones)

Nota metodológica: Definición de salud financiera

Definición: Microserfin define salud financiera como la capacidad de los hogares para:

- 1. Gestionar sus finanzas hoy (gestión);
- 2. Gestionar imprevistos (shocks); y,
- 3. Anticipan las situaciones futuras para poder afrontarlas (planificación e inversión).

Esta definición está en línea con la establecida en la cumbre del G20 en Rio en 2024, y publicada por The Global Partnership for Financial Inclusion (GPFI):

"Un estado en el que las personas son capaces de manejar con solvencia sus necesidades y obligaciones financieras, pueden afrontar imprevistos, pueden perseguir aspiraciones, metas y aprovechar oportunidades, y se sienten satisfechas y seguras con respecto a su gestión financiera, teniendo en cuenta las circunstancias específicas del país."

A su vez, fue respaldada por los Ministros de Finanzas y Gobernadores de los Bancos Centrales del G20. Las mediciones que se han realizado están alineadas con la nota metodológica publicada por GPFI, si bien no son exhaustivas.

Nota metodológica: Encuestas de Salud Financiera

Microserfin realiza encuestas anuales para evaluar la salud financiera de los hogares que atiende. En áreas no digitalizadas, las encuestas son la única herramienta para medir esta salud, registrando no solo su evolución durante el año, sino también la percepción de los hogares sobre la utilidad de las herramientas disponibles.

En 2024, se realizó una encuesta con el fin de medir la **salud financiera**, evaluada en función del nivel de ahorro, bienes y la gestión de ingresos y gastos cotidianos.

- 1. Total de **330 encuestas de salud financiera**.
- 2. Se realizaron a través de la red de oficiales de crédito a lo largo del tercer trimestre de 2024.
- 3. La muestra es representativa en perfil y sólo se incluyen microemprendedores con crédito.
- 4. Margen de error [5%] / confianza [95%]

1. Porcentaje de adultos mayores de 15 años. Los datos regionales excluyen a las economías de ingresos altos, según datos del FINDEX del Banco Mundial.

Evaluación de la salud financiera de los hogares

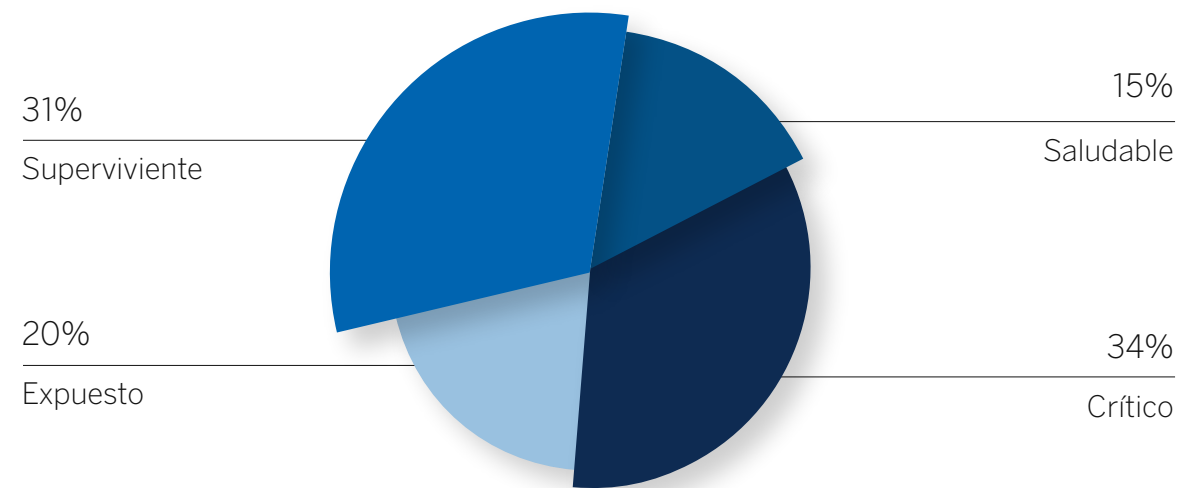
Un 34% de los hogares se encuentra en una situación crítica, frente a un 15% que gestiona sus finanzas con comodidad.

Mantener un control adecuado sobre la gestión diaria y el nivel de ahorro y bienes acumulados es clave para crear un futuro económico más seguro y próspero. A medida que aumenta la salud financiera, los emprendedores recurren más a préstamos formales para realizar inversiones, en lugar de depender de fuentes como préstamos de familiares y amigos. Esto resalta la importancia de guiar a los emprendedores en el uso de recursos que aseguren estabilidad financiera.

En la encuesta de salud financiera de 2024, se midieron la gestión de gastos e ingresos, así como el nivel de bienes y ahorro de los hogares. El 15% de los hogares gestionan sus finanzas con holgura, un 34% se encuentra en una situación crítica y el 51% está en una situación intermedia.

21. SALUD FINANCIERA

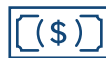
Total emprendedores encuestados (%)



Índice de salud financiera



• **Saludable:** Es capaz de gestionar su día a día con solvencia, manteniendo su nivel de ahorro y activos durante al menos siete meses.



• **Expuesto:** Es capaz de gestionar su día a día sin dificultades y mantiene un nivel de ahorro y activos de al menos un mes.



• **Superviviente/Frágil:** Se trata de dos casuísticas, (1) Tiene muchas dificultades (o incluso no llega) a gestionar en día a día, independientemente de su nivel de activos; o (2) No tiene ahorros.



• **Crítico:** Tiene dificultades en gestionar el día a día y no tiene colchón o lo ha destruido.

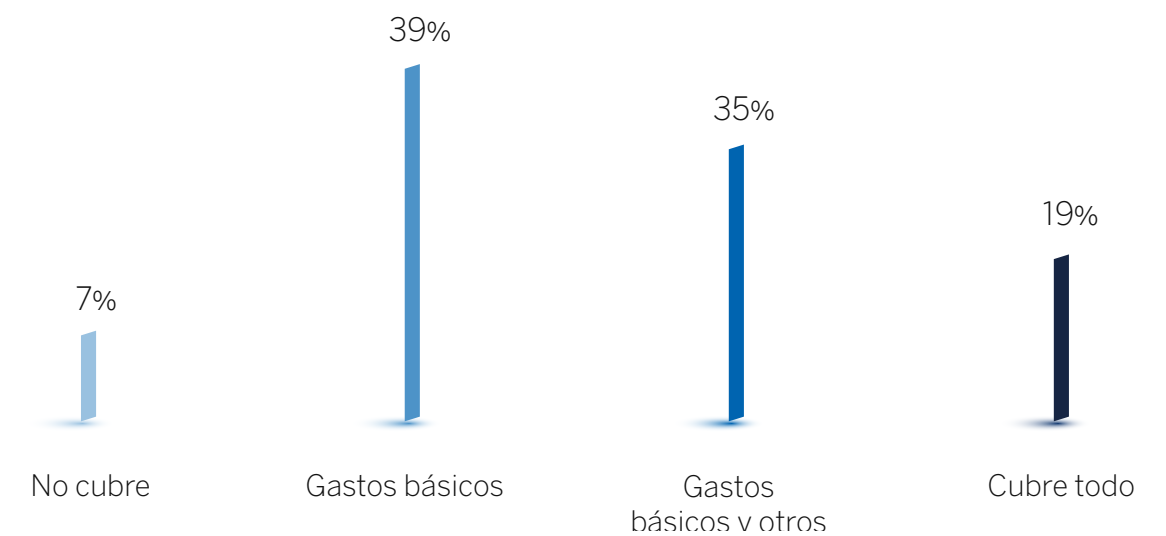
Evolución de gastos vs ingresos. La capacidad de los hogares para cubrir sus gastos ha mejorado, con un 63% que logra hacerlo con la misma o menos dificultad que el año anterior. Solo un 7% de los hogares no puede cubrir sus gastos básicos. Además, la inestabilidad de ingresos ha disminuido respecto a 2023; un 34% de los hogares concentra la mayoría de sus ingresos en un máximo de 9 meses al año,

en comparación con el 65% en 2023. Esto indica que aún enfrentan dificultades para garantizar ingresos a lo largo de todo el año.

El nivel de pobreza económica sigue influyendo en la capacidad de gestionar gastos frente a ingresos, ya que a mayor vulnerabilidad, peor es la gestión.

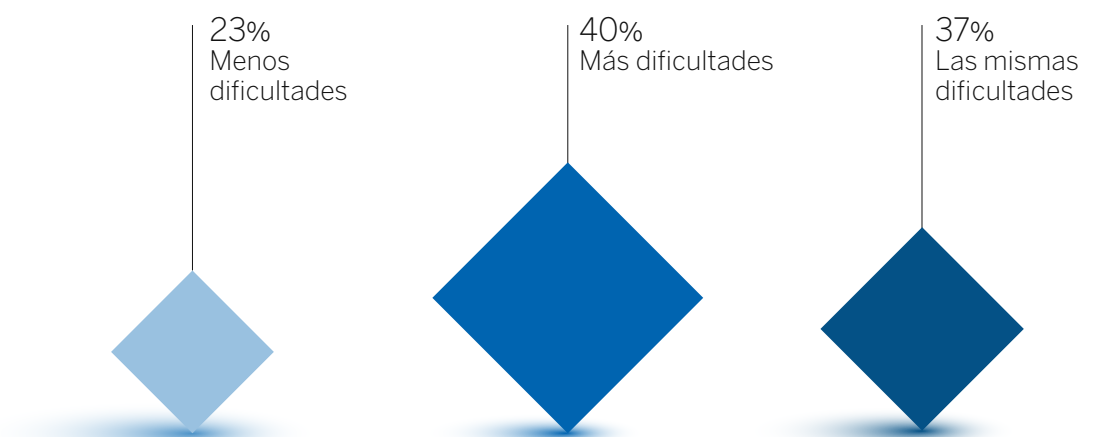
22. COBERTURA DE GASTOS EN EL HOGAR

Total emprendedores encuestados (%)



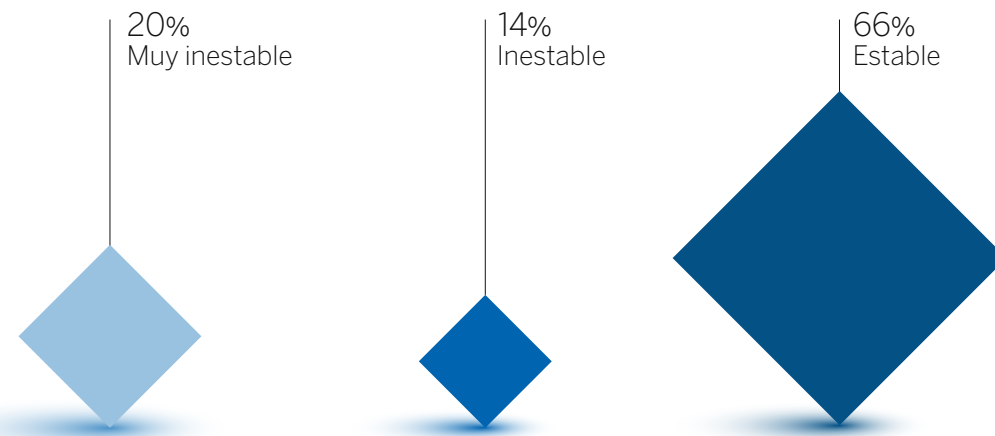
23. EVOLUCIÓN DE COBERTURA DE GASTOS, RESPECTO AL AÑO ANTERIOR

Total emprendedores encuestados (%)



24. INESTABILIDAD DE INGRESOS

Total emprendedores encuestados (%)



El 34% de los emprendedores enfrenta ingresos fluctuantes, esto subraya la necesidad de estrategias para mitigar la volatilidad y asegurar la estabilidad financiera a largo plazo



Evolución de ahorro y bienes.

En contraste con la gestión financiera diaria, que refleja un flujo, está la capacidad de mantener un ahorro regular y activos que generen valor futuro.

El 56% de los emprendedores tienen ahorros. Al analizar el ahorro en el último año, se observa que casi la mitad de los ahorradores han aumentado o mantenido su colchón financiero, lo que muestra interés por el ahorro. Sin embargo, solo un 10% podría subsistir más de 6 meses solo con sus ahorros.

Este segmento tiende a invertir: el 46% de los emprendedores posee bienes. Al evaluar la evolución de bienes y/o ahorros, el 90% mantiene o aumenta su nivel de ahorro y/o activos en comparación con el año anterior. Un 13% podría vivir más de 6 meses si vendiera los bienes de su negocio u hogar.

El porcentaje de personas que ahorran e invierten es menor que en otros países. El principal destino de ambos es el negocio. A mayor nivel de salud financiera, mayor es el porcentaje de personas que ahorran e invierten.

Las principales características que definen las preferencias de inversión son la edad, el género, el nivel económico y educativo.

- Género, los hombres tienden a ahorrar más que las mujeres, y además, el nivel de ahorro alcanzado por los hombres les permite vivir durante un período más prolongado utilizando sus ahorros.
- El nivel de ahorro se ve condicionado por el nivel de pobreza económica, observándose una correlación negativa entre la pobreza y el ahorro.
- También se observa una leve relación entre ahorro y nivel de educación, mayor porcentaje de personas que ahorran a mayor nivel de educación.
- Las personas mayores de 65 años ahorran en menor medida que el resto.

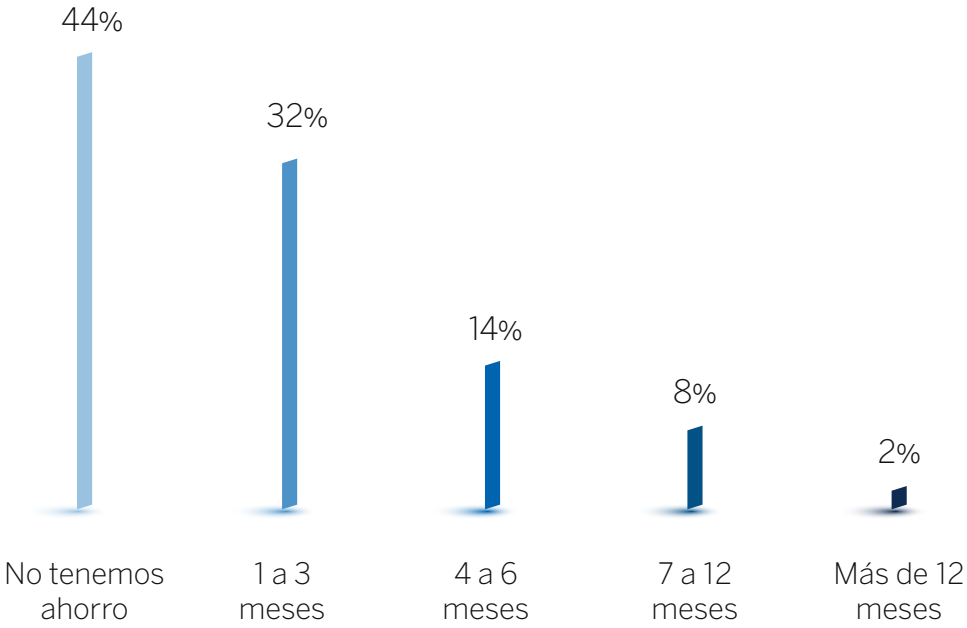
La salud financiera de los clientes de Microserfin muestra margen de mejora en ahorro e inversión. Aunque la mayoría puede cubrir sus gastos, 5 de cada 10 no tienen ahorro, 6 de cada 10 carecen de bienes y 4 de cada 10 no han invertido en el último año. Además, la vulnerabilidad económica y la inestabilidad de ingresos son desafíos para algunos emprendedores.

A mayor salud financiera, mayor capacidad de ahorro e inversión

Cuanto mayor es el nivel de vulnerabilidad, menor es el porcentaje de personas que ahorran

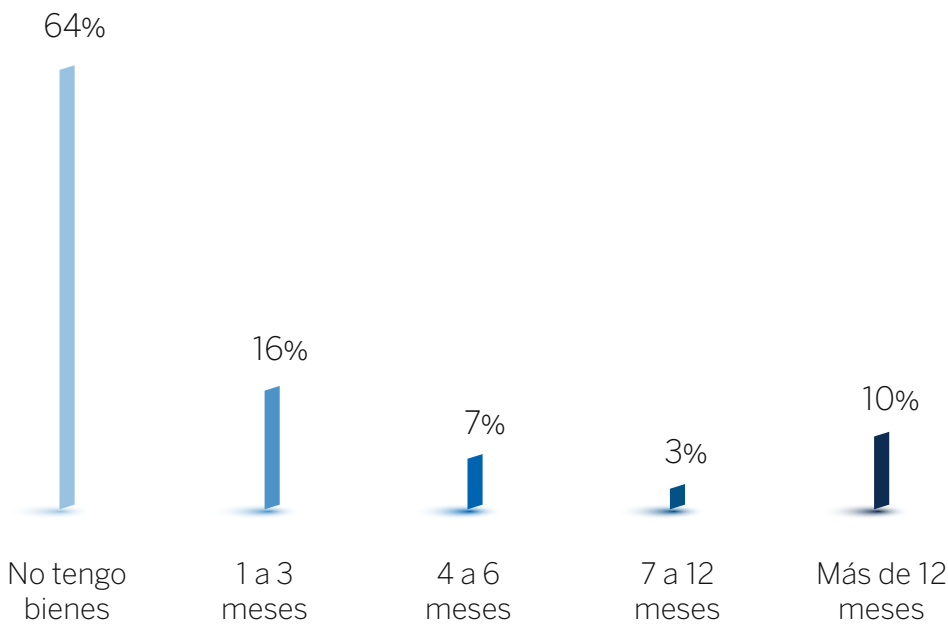
25. NIVEL DE AHORRO

Total emprendedores encuestados (%)



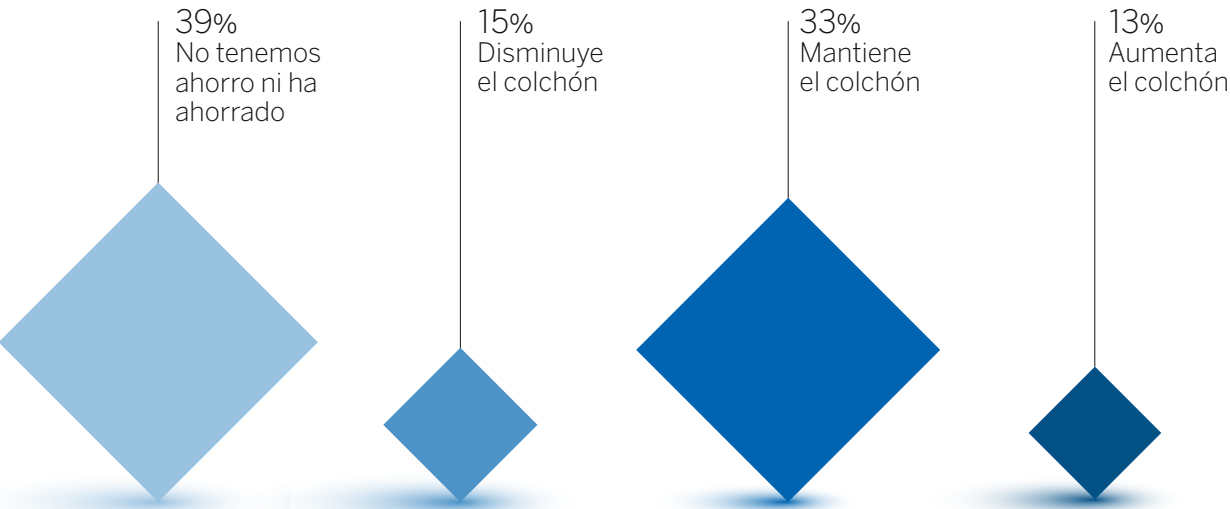
27. NIVEL DE BIENES Y ACTIVOS

Total emprendedores encuestados (%)



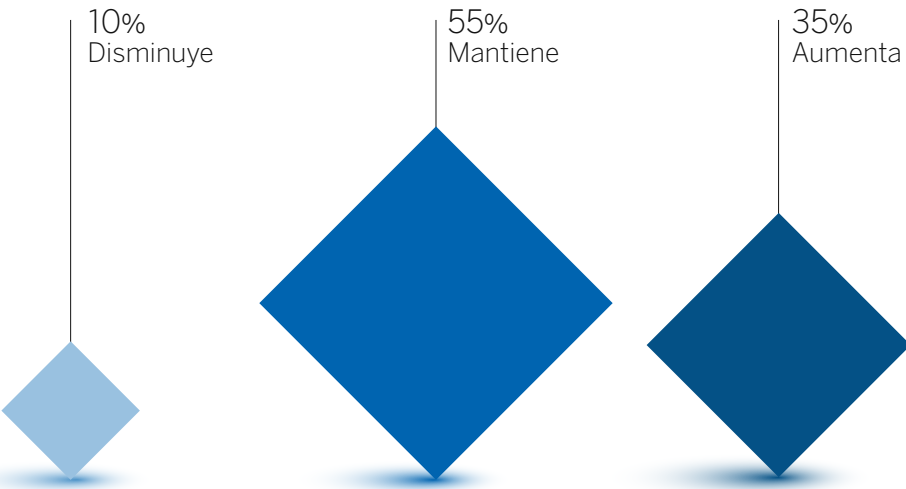
26. EVOLUCIÓN DEL AHORRO

Total emprendedores encuestados (%)



28. EVOLUCIÓN DE BIENES Y ACTIVOS

Total emprendedores encuestados (%)



Nuestra visión de sostenibilidad

Introducción



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.

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.

Entre los factores sociales, la Fundación no sólo aspira a mitigar los factores de exclusión financiera y social, sino, en positivo, se hace un seguimiento del desempeño de los emprendedores 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.

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 del Grupo FMBBVA apuesta por el largo plazo, con altos estándares éticos, y que alinea los intereses de todos los grupos de interés involucrados.

Así mismo, la incorporación del modelo ESG en nuestras entidades debe alinearse a los estándares y regulación en materia de sostenibilidad de cada país, 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, si bien al utilizar el marco ESG se ha adaptado la metodología de manera que permite la comparación en todos los países del Grupo FMBBVA.



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

Indicadores ESG 2024



Medioambiente

MEDIDAS		2022	2023	2024
Gestión eficiente y sostenible de los activos naturales				
Energía consumida	Kwh	413.305	330.508	395.159
Agua consumida	m³	288	390	478
Papel	Kilos	5.135	3.099	2.674
Reducción de nuestra huella de carbono				
Emisiones generadas	TnCo²	139	109	119
	TnCo² / empleados	0,51537	0,38873	0,41964
Alcance 1	TnCo²	2	3	2
Alcance 2	TnCo²	136	96	115
Market-based	TnCo²	136	96	115
Location-based	TnCo²	136	96	115
Alcance 3	TnCo²	1	10	3
Viajes de negocio	TnCo²	1	10	3

Indicadores ESG 2024



Social | Cliente

MEDIDAS		2022	2023	2024
Foco en personas pobres, vulnerables, excluidas y con carencias multidimensionales				
Cientes totales	Nº total de clientes	18.302	19.440	18.464
Cientes con crédito	Nº total de clientes con créditos previos	18.302	19.440	18.464
Pobres económicamente	% del total de clientes	18%	15%	12%
Vulnerables económicamente	% del total de clientes	85%	85%	82%
Mujeres	% del total de clientes	45%	45%	45%
Rurales	% del total de clientes	48%	45%	46%
Con niveles de educación bajos	% del total de clientes	17%	23%	23%
Migrantes o desplazados	Nº total de clientes	1.003	1.497	16
Con hogares de +5 personas	% del total de clientes	11%	15%	13%
Exclusivos	% del total de clientes	-	-	-
Clientes nuevos				
Cientes de crédito nuevos	Nº total de clientes con créditos nuevos	5.213	5.583	4.320
Vulnerabilidad	% del total de clientes nuevos	87%	87%	82%
Pobreza	% del total de clientes nuevos	19%	18%	14%
Rural	% del total de clientes nuevos	47%	43%	45%
Ed. Primaria a lo sumo	% del total de clientes nuevos	17%	13%	14%
Con hogares de +5 personas	% del total de clientes nuevos	16%	15%	13%
Impulso en el desarrollo de negocio de nuestros emprendedores				
Cientes que salen de la pobreza	% del total de clientes pobres económicamente	43%	56%	67%
Cientes que mejoran la renta	% del total de clientes	54%	56%	62%
Cientes con 3 o + ciclos de crédito	% del total de clientes	44%	42%	45%
Fortalecimiento de su salud financiera				
Bancarizados (por 1ª vez en sist.financiero)	% del total de clientes nuevos	51%	46%	53%
Cientes con productos de depósitos (vista y no vista)	Nº total de clientes	-	-	-
Cientes ahorradores	% del total de clientes	-	-	-
Personas que recibieron educación financiera	Nº de personas (clientes + no clientes)	21.333	24.982	24.475
Cientes con 3 o más productos	% del total de clientes	-	-	-
Cientes con créditos educativos	Nº total de clientes atendidos	-	-	-

Indicadores ESG 2024



Social | Cliente (continuación)

MEDIDAS		2022	2023	2024
Incremento del bienestar de nuestros clientes y sus familias				
Clientes con prod. de vivienda	Nº total de clientes	212	149	355
Clientes con prod. de saneamiento	Nº total de clientes	-	-	-
Clientes con créditos educativos	Nº total de clientes	0	5.006	6.783
Personas con cobertura de salud	Nº total de personas con cobertura de salud	13.483	14.937	14.075
Clientes que generan empleo	% del total de clientes	24%	21%	18%
Becas entregadas a hijos de clientes	Nº personas	-	-	-
Contribución al empoderamiento de la mujer para la reducción de la brecha de género				
Mujeres	% del total de clientes	45%	45%	45%
Mujeres nuevas	Nº total de mujeres con créditos nuevos	2.280	2.514	1.884
Situación de pobreza	% del total de mujeres con créditos nuevos	22%	20%	16%
Productos específicos (crédito y seguros)	% del total de clientes mujeres	40,4%	58,0%	61,0%
Capacitación e integración en el mundo digital				
Personas dotadas de acceso a internet por el Grupo FMBBVA	Nº de personas (clientes + no clientes)	N.D	70	763
Usuarios activos en nuestra App y/o oficina virtual	Nº de usuarios que hacen uso de las plataformas digitales del banco	-	3.714	4.299
Personas formadas en habilidades digitales	Nº de personas (clientes + no clientes)	520	858	642
Usuarios digitales acumulados		308	7.120	13.632
Otros KPIs				
Políticas y prácticas relacionadas con la privacidad y la seguridad de la información	% del total de clientes nuevos	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		

Indicadores ESG 2024



Social | Empleado

MEDIDAS		2022	2023	2024
Respeto por la diversidad, equidad e inclusión				
Empleados		271	279	285
Mujeres	% del total de FTEs	55%	53%	58%
Edad		32	32	32
< 30 años	% del total de FTEs	49%	42%	49%
Entre 30 y 50 años	% del total de FTEs	49%	54%	48%
> 50 años	% del total de FTEs	2,0%	2.8%	3,0%
Nacionalidades	Nº de nacionalidades	5	6	8
Nivel en la organización		-	-	-
Directivos	% del total de FTEs	4,00%	3,50%	3,50%
Mujeres directivas	% del total de FTEs directivos	30%	8%	9%
No directivos	% del total de FTEs	96%	96,40%	96%
Mujeres no directivas	% del total de FTEs no directivos	50%	50%	91%
Mejora constante del bienestar y satisfacción de nuestros empleados				
Beneficios Sociales (gasto)	Gasto destinado a beneficios de empleados y sus familias	0,025	0,024	0,028

Indicadores ESG 2024



Gobierno

MEDIDAS		2022	2023	2024
Propósito de un cuerpo de gobierno independiente, equitativo y diverso				
Composición del Cuerpo de Gobierno	Nº total de miembros	5	5	5
	% de mujeres	20%	20%	20%
	% consejeros independientes	60%	60%	60%
	Edad (por rango)	-	-	-
	<50 años	0%	0%	0%
	Entre 50 y 60 años	60%	60%	60%
	>60 años	40%	40%	40%
	Nº medio de años en el Consejo	6	7	8
	Nº total nacionalidades	3	3	3
Competencias y experiencia del Cuerpo de gobierno	Administración y alta dirección	100%	100%	100%
	Finanzas y riesgos	80%	80%	80%
	Sector microfinanciero	100%	100%	100%
	Gestión del talento	40%	40%	40%
	Tecnología y Procesos	40%	40%	40%
	Desarrollo	60%	60%	60%
Compromiso de tiempo y dedicación	% de asistencia a órganos de gobierno	85%	82%	85%
Políticas de remuneración	USD por asistencia a Patronatos / Consejo	400	400	400
	USD por asistencia Comités	200	200	200
Independencia de Comités	% Comités presididos por independientes	75%	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%	100%
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%		

Indicadores ESG 2024



Gobierno (continuación)

MEDIDAS		2022	2023	2024
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	[Cualitativa]	20,5%	32,3%	19,7%
Reconocido el respeto a los Derechos Humanos en el Código de Con- ducta 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.		