

MICROSERFIN PANAMÁ



EL PROGRESO DE NUESTROS CLIENTES EN 2014

Cría de gallinas y
venta de huevos.

La república de Panamá con una extensión de 75.517 km² y algo más de 3.700.000 habitantes está constituida por diez provincias y cinco comarcas indígenas desde el 1 de enero de 2014. Localizado en el istmo que une a Sudamérica con América Central, el país tiene un buen nivel de renta media, pero a pesar de esta situación en él persisten distorsiones en la distribución de la riqueza y fuertes contrastes. Un cuarto de su población apenas cuenta con recursos económicos y esta situación se agudiza en las áreas rurales. En este contexto actúa Microserfin, dedicada a las personas con menos recursos con el objetivo de facilitarles el acceso al sistema financiero y apoyarlos en la evolución de sus negocios.

Por segundo año, Microserfin es la primera y única entidad de microfinanzas panameña en el ranking “Las 100 Mejores de América Latina y El Caribe” de Mix Market y FOMIN, situándose como la entidad líder en atención a emprendedores de escasos recursos de Panamá. Actualmente atiende a más de 14.190 clientes, con especial consideración al sector rural, de donde proceden el 38% de las personas apoyadas con su actividad.

La entidad cuenta con programas innovadores para apoyar el desarrollo productivo de los emprendedores de escasos recursos del país, como el producto “Casafin”, un programa de adecuación y remodelación de viviendas productivas que incluye asistencia

técnica constructiva, o “Ruralfin”, un completo proyecto de capacitación y crédito para los emprendedores con actividades rurales.

NUESTROS CLIENTES

Durante el año 2014, 5.196 emprendedores han iniciado una relación con Microserfin a través de operaciones de crédito, el 36% de ellos menores de 35 años. El total de clientes que mantenían créditos vigentes con la entidad al finalizar el año ascendía a 14.197.

El 73% de nuestros nuevos usuarios eran vulnerables desde el punto de vista monetario, el 51% pertenece a zonas rurales y el 37% tienen a lo sumo niveles de educación primaria. El 20% de ellos tenían un ingreso del negocio per cápita por debajo de la línea de pobreza del país (situada en 131 dólares per cápita en zonas urbanas y 98 dólares en zonas rurales). Además el 53% de ellos se encontraba en un segmento de ingreso vulnerable o en riesgo de caer en los segmentos de pobreza.

Si se sitúa el foco en los clientes vigentes de activo, el 71% se encuentran en situación de vulnerabilidad monetaria, el 38% proceden del entorno rural y el 32% tienen estudios de educación primaria completa como máximo. Siendo el 57% hombres y el 43% mujeres.

Los estudios realizados entre la cartera vigente reflejan que el excedente medio per cápita del negocio aumenta cuanto más tiempo permanecen en la entidad: entre los clientes que llevan menos de un año el excedente medio per cápita es de 281 dólares mensuales, que sube a 292 dólares mensuales entre los usuarios de uno a tres años y alcanza los 365 dólares mensuales

cuando llevan más de cuatro años. La cifra media de excedente de negocio per cápita en los hogares de nuestros clientes es de 308 dólares mensuales, mientras la línea de vulnerabilidad de Panamá en zonas urbanas se calcula en 394 dólares.

Guía turística "Bayano Tours".



SUS NEGOCIOS

Los clientes de Microserfin se dedican mayoritariamente a la agricultura (50%) en el entorno rural, mientras que entre los clientes urbanos la actividad se concentra en el comercio al por menor que ocupa al 31%. Además, nuestros clientes dan empleo a casi 7.000 trabajadores, situación que van consiguiendo a medida que sus microempresas son capaces de obtener mayores ingresos por ventas.

El promedio de las ventas mensuales varía según su rango de vulnerabilidad, situándose en 863 dólares entre los clientes en situación de extrema pobreza que representan el 3%; 1.177

dólares entre el 15% en situación de pobreza y 1.847 dólares entre el 53% de clientes que se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Su endeudamiento crece a medida que aumenta la antigüedad y nivel de desarrollo de sus negocios pero la carga financiera de la cuota de crédito, que en promedio supone un 6% de las ventas, disminuye en paralelo al aumento del nivel de sus ingresos.

Y asimismo se observa que los usuarios de Microserfin van obteniendo márgenes mayores mediante la reducción del peso de los costos y la cuota sobre las ventas, lo que dibuja un buen potencial de crecimiento.

SU PROGRESO

En el caso de Microserfin el 60% de los clientes continúa vigente con algún crédito en la entidad al final del año siguiente al de su cosecha.

Respecto a las tasas de crecimiento anual compuesto se observa que las ventas avanzan un promedio del 8% anual en un proceso sostenido a lo largo de los años evaluados y de manera recurrente en todas las cosechas analizadas. El mismo comportamiento se aprecia en la evolución de los activos (30% TCAC) y del patrimonio (25% TCAC), mientras que el excedente de negocio sube un 9% al año.

En relación al acceso a la vivienda, en promedio un 4% mejora en este aspecto tras dos años de relación con la entidad. Sin embargo el porcentaje de clientes que salen de la pobreza no es claro para todas las cosechas. Un hecho que se debe a que el incremento anual del excedente del negocio es más lento en los segmentos más vulnerables. Algunos crecen por debajo

del aumento anual de la línea de pobreza; es decir, en algunos casos, los precios de la canasta básica de alimentos crecen con mayor rapidez que sus ventas. Destaca el desempeño de la cosecha del año 2013, en la que se puede constatar que el 22% de los clientes que eran pobres al iniciar su relación con la entidad, consiguieron salir de la pobreza monetaria después de un año.



Distribución y venta de productos agropecuarios.

ATENCIÓN A LAS COMUNIDADES RURALES: RURALFIN

Ruralfin es un plan de acceso al crédito que lleva dos años en el mercado que Microserfin creó para prestar apoyo, asesoría y capacitación a los pequeños productores de Panamá en áreas como la agricultura, la ganadería individual y las cadenas de valor para la comercialización de los productos.

Ruralfin otorga créditos para inversión en capital de trabajo y activos fijos, con garantías accesibles para los pequeños productores en la base de la pirámide. El programa cuenta con un equipo de 35 oficiales especializados que llegan a las áreas más apartadas del país, y un plan progresivo que permite acompañar al productor apoyándolo en el desarrollo de actividades productivas por medio de asesoría y capacitación.

Para formar a los clientes de este programa se crearon las “Capacitaciones Agropecuarias Ruralfin”, que cuentan con el apoyo del Instituto Agropecuario de Panamá y la Organización Panamericana de la Salud, que se encargan de impartir charlas con nombres consecuentes con las temáticas de las que se ocupan: respectivamente, “Agricultura y ganadería” y “Cinco Claves para cultivar Frutas y Vegetales más seguros”.

Después de estos dos años de trabajo, “Ruralfin” ha logrado mejorar la calidad de vida de más de 3.000 productores y sus familias con una inversión superior a los 3,5 millones de dólares.



Cientes del producto "Ruralfin"
de Microserfin.



PROGRAMA VIVIENDAS PRODUCTIVAS: CASAFIN

Casafin es un programa de apoyo de acceso al crédito para el mejoramiento de la vivienda de emprendedores de bajos ingresos que realizan sus actividades en sus hogares. Es el único programa que cuenta con Asistencia Técnica Constructiva (ATC), que identifica las necesidades para construir y remodelar las viviendas de forma adecuada, en términos de seguridad, saneamiento, confortabilidad y funcionalidad, y establece un proyecto de mejoras progresivas y soluciones prácticas y viables para los clientes.

Casafin mejora la productividad de los negocios al facilitar mayores espacios y condiciones para el desarrollo de las actividades comerciales y/o productivas, a la vez que facilita el almacenamiento de los productos en sus fases de elaboración y venta.

En los dos años del lanzamiento de este programa, Microserfin ha logrado facilitar el desarrollo de negocios en viviendas a más de 1.500 familias con una inversión de 1,7 millones de dólares, con un préstamo promedio de 1.100 dólares por familia.

El producto Casafin fue finalista del “Premio a la Innovación Empresarial 2014”, reconocimiento que otorga la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá en conjunto con Senacyt, a empresas panameñas que han creado planes o servicios innovadores, o que utilizan algún tipo de proceso innovador en la elaboración de sus proyectos.



Elaboración y venta
de tamales.



Durante la última década, la economía panameña creció en promedio por encima del 8,5%, la tasa más alta de América Latina. Durante 2014 sufrió una desaceleración pero continúa creciendo a buen ritmo, al hacerlo en un 6,2%, debido fundamentalmente a una mayor lentitud en la ejecución de la inversión pública. Los principales factores que han impactado en su economía han sido la debilidad de las actividades en la zona libre de Colón, producto del impacto de los controles de pagos de moneda extranjera en Venezuela incorporados durante los dos últimos años, y los aranceles de importación para textiles y calzado impuestos por Colombia. También ha influido el retraso de las obras de ampliación del Canal y la disminución del tráfico a través del mismo debido a una disminución del flujo del comercio mundial.

En contraposición la pesca, la construcción y la explotación de minas y canteras fueron los sectores con un mejor comportamiento. Divisiones dinámicas a las que se sumaron las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler como resultado del

aumento de la propiedad de la vivienda y la actividad de mercado relacionada con nuevos centros comerciales tanto en la capital del país, como en su interior.

Respecto a la inflación medida por el Índice de Precios de Consumo (IPC) el resultado del 2,6% de alza al finalizar 2014 fue mejor que el año anterior, que cerró con un aumento del 4%. En este resultado influyó la caída de los precios del petróleo y de las importaciones por la apreciación del dólar y la aplicación de controles en los precios de algunos productos alimentarios, un factor que debe valorarse con precaución ya que de mantenerse puede revertir en una menor oferta de dichos bienes e incluso en escasez de los mismos.

El déficit fiscal se situó, en 2014, en 4,1% del PIB. Los ingresos fiscales permanecieron estables pero el gasto primario (que excluye el pago de intereses de deuda) aumentó un 13%. La deuda del sector público no financiero se elevó a 39,5% durante el año. También ha experimentado un progresivo

crecimiento la participación de los títulos de deuda pública emitidos en el mercado local respecto al saldo total de la deuda, que ha pasado del 2% en 2000 al 19% en junio de 2014. Sin embargo el costo de endeudamiento de Panamá se ha reducido del 6,9% en 2004 al 4,1% en 2014 gracias al efecto del otorgamiento del grado de inversión por las calificadoras internacionales y la coyuntura del mercado internacional respecto a las tasas de interés. En este escenario se mantuvo el elevado déficit en cuenta corriente, equivalente al 11,4% del PIB, debido en parte a las cuantiosas importaciones relacionadas con inversiones que ha sido financiado fundamentalmente por fuertes entradas de inversión extranjera directa.

La tasa de participación de la fuerza de trabajo en la actividad económica es del 64%, sin embargo la diferencia entre la concurrencia entre hombres (79,4%) y mujeres (49,85%) es de las más altas de la región. El desempleo mostró un ligero repunte en 2014 situándose en el 4,8% y castigando en mayor medida al área urbana, que registra un 5,4% de desempleo en contraste con el área rural donde es el del 3,4%. La población femenina, a pesar de tener una menor participación en la actividad económica, tiene mayor tasa de desempleo (6%) que la población masculina (4%).

De las personas con trabajo, el 63,3% tiene un empleo pleno; el 25,3% trabaja a tiempo parcial y el 11,3% está subempleado. La informalidad es otro rasgo importante del mercado laboral panameño, ya que aproximadamente 39 de cada 100 ocupados tiene un empleo informal.

El fuerte crecimiento económico que Panamá ha experimentado en los últimos años se ha traducido en la mejora de los indicadores sociales. La tasa de pobreza cayó del 48,5% en 2002 al 25,8% durante el primer semestre de 2014, mientras que la pobreza extrema disminuyó del 21% al 11% durante el mismo período. Sin embargo la distribución del ingreso no ha seguido el mismo camino. De acuerdo con el

último informe sobre la Distribución del ingreso de los hogares, elaborado por el Ministerio de Economía y Finanzas, en 2012 y 2013 el índice de distribución de los ingresos fue exactamente el mismo, 0,50. En 2013, el 10% de los hogares más pobres recibió apenas el 1,1% del total de ingresos del país, mientras que el 10% de los más ricos obtuvo el 37,8% del total. Y como se repite en otros países de la zona, la desigualdad es mayor en el área rural que en la urbana.