GLOBAL BANK

Programa Única

Social

Reconocimiento Liderazgo Sostenible 2026

Presentación del programa

Presenta el programa a postular, su categoría ASG (Ambiente, Social, Gobernanza), su contribución a los ODS y la información base del programa.

1 **Nombre del programa ***

Programa Única

2 Perfil de la empresa *

Global Bank es un grupo financiero con **más de 30 años** de experiencia en el sector, 100% de capital privado panameño. A lo largo de nuestra trayectoria, nos hemos posicionado como una compañía sólida, confiable y a la vanguardia en el país, estableciéndonos como líderes en el sector financiero de Panamá.

Consideramos que primero es la gente, nuestros clientes y colaboradores. En consecuencia, adaptamos nuestro modelo de negocio para atender este compromiso, y promover un crecimiento sostenible compartido con todos nuestros grupos de interés.

Nuestra **misión** es:

- Ofrecer servicios financieros caracterizados por su alta calidad, y por brindar respuestas rápidas a las diversas necesidades de los clientes.
- Ofrecer una atención personalizada, superando las expectativas de los clientes, respetando los principios de confidencialidad e integridad; y garantizando la seguridad y confianza que los clientes han depositado en nuestra institución.
- Apoyar a nuestros grupos de interés en el logro de sus objetivos para ser más sostenibles a través de nuestras operaciones, productos, servicios y relaciones; las cuales se basarán en criterios económicos, sociales y ambientales establecidos en la estrategia del negocio.

Nuestra **visión** es:

- Ser una institución sólida, innovadora y de prestigio, que se maneje con los más altos estándares de calidad y ética profesional, manteniendo siempre gran responsabilidad en el desarrollo de los negocios bancarios.
- Ofrecer a los clientes productos financieros a la medida, que satisfagan sus necesidades particulares.
- Ofrecer a sus colaboradores, oportunidades de desarrollo humano y profesional.
- Ser un banco responsable y de referencia en la región, que contribuya con el desarrollo sostenible de la sociedad.

3 **Descripción y propósito/objetivos del programa ***

El Programa Única es el programa de género de Global Bank, surgiendo como respuesta a una oportunidad identificada a través de los Principios de Banca Responsable de UNEP FI, en materia de Inclusión Financiera e Igualdad de Género.

Nuestro **objetivo** es trascender el modelo bancario tradicional y convertirnos en el banco referente para la mujer, acompañándola con soluciones financieras y no financieras para potenciar su desarrollo integral.

Para alcanzar este objetivo, definimos **4 pilares estratégicos**:

1. **Sostenibilidad:** alinear nuestras acciones a los ODS 5, y velar por la inclusión y bienestar financiero de las mujeres, sin dejar a nadie atrás.
2. **Negocio:** desarrollar una propuesta de valor con soluciones financieras y no financieras, que respondan a necesidades y aspiraciones de las mujeres.
3. **Cultura interna:** generar consciencia sobre las brechas de género y fortalecer una cultura organizacional basada en equidad, inclusión e igualdad.
4. **Alianzas:** establecer alianzas con organizaciones para ampliar impacto y alcance.

Esto se materializa con una propuesta holística:

1. **Oferta financiera:**

- **Préstamo hipotecario, personal y de auto:** facilitamos el acceso y uso al crédito para las mujeres, con una tasa de interés 0.25% menor, 6 meses de continuidad laboral y opción de plazos de financiamiento más amplios.
- **Tarjeta de crédito Visa Única Clásica y Platinum**: incluye seguro gratuito de enfermedades graves con cobertura de hasta $10,000, ante 12 diagnósticos. Permite acumular Puntos Link en cada compra (un punto por dólar) y doble puntaje en comercios de bienestar y salud, como farmacias, clínicas, hospitales, laboratorios, gimnasios, salones de belleza, veterinarias y tiendas para mascotas.

Según tres arquetipos de mujeres, ofrecemos cuatro planes de asistencia gratuitos, a elección de cada clienta*:*

- **Plan Crece** - iniciando vida profesional: salud física, nutricional y emocional, desarrollo profesional, hogar y cuidado de mascotas.
- **Plan Lidera** - etapa familiar: salud integral, cuidado del hogar y atención de los hijos.
- **Plan Disfruta** - adultas mayores: salud, cuidado del hogar, apoyo al adulto mayor y cuidado de mascotas.
- **Plan Empresaria**: nuevo plan dirigido a mujeres empresarias, con asistencias enfocadas en salud, nutrición, servicios legales y fiscales, asistencia técnica, mensajería y creación de marca.

2. **Oferta no financiera:** desarrollamos **Experiencias Únicas**, que son espacios gratuitos de convivencia y aprendizaje, materializados en capacitaciones y talleres facilitados por

expertos, en temas como salud y bienestar, desarrollo personal y profesional y asesoría financiera. Estos espacios se convierten en oportunidades de *networking* y comunidad.

3. **Componente comunitario:** creamos el **Premio Mujeres Únicas** para reconocer iniciativas sociales lideradas por mujeres, con impacto nacional. Por edición, cada categoría cuenta con 3 finalistas y 1 ganadora. Las 9 finalistas, incluyendo las ganadoras, reciben un incentivo económico y participan en un programa de escalabilidad con asesoramiento personalizado para estructurar un plan de acción a tres años, además de una membresía gratuita en Sumarse. La selección es realizada por un jurado con experiencia en sostenibilidad, impacto social, innovación y gestión organizacional. En ambas ediciones contamos con Karla Mola (Directora-Sumarse), Bruno Basile (Gerente de Comunicaciones-Tetra Pak), Karin Sempf (CEO-Innovanation) y Lorena Guzmán (VPS de Recursos Humanos-Global Bank); asegurando una evaluación transparente, técnica y alineada con el propósito del Premio.

Mas información sobre la propuesta de valor en anexo 1.

4 Fecha de inicio (dd/mm/yy) y en qué etapa está el programa *

El Programa Única comenzó a estructurarse en **2021**, tras la obtención de un fondeo otorgado por la *International Finance Corporation* (IFC) y Citi, con el propósito de impulsar el acceso de las mujeres al financiamiento.

Como parte de esta iniciativa, se desarrolló una consultoría técnica especializada en investigación y análisis, orientada al diseño de una propuesta de valor con enfoque de género. Este proceso permitió la creación del Producto Mínimo Viable (PMV) del Programa Única, que fue **lanzado oficialmente en mayo 2023**.

Asimismo, se contó con el acompañamiento del Banco BHD de República Dominicana, referente regional en banca para la mujer, que aportó valiosas experiencias, mejores prácticas y lecciones aprendidas para la implementación de iniciativas dirigidas al segmento femenino.

Actualmente, el Programa Única se encuentra en una **etapa de consolidación y crecimiento**, enfocada en **fortalecer y ampliar la propuesta de valor**. Entre las principales iniciativas para evolucionar el programa, destacan la incorporación de un plan de asistencia para empresarias dentro de la oferta de la Tarjeta de Crédito Visa Única, el desarrollo de soluciones financieras y no financieras para mujeres emprendedoras y empresarias y la creación de alianzas estratégicas que promuevan la inclusión financiera y el fortalecimiento de las MiPyMEs lideradas por mujeres.

5 **Razón por la cual se postula el programa en la categoría seleccionada (ASG) ***

Postulamos al Programa Única en **categoría Social**, porque además de cumplir con los criterios establecidos, es un programa estratégico que contribuye al cierre de brechas de género, promueve la inclusión y bienestar financiero, y genera oportunidades para mujeres.

Nos enfocamos principalmente en los **ODS 1, 4 y 5** y se alinea con los seis **Principios de Banca Responsable de UNEP FI:**

- **Principio 1, Alineamiento**

El programa forma parte de la Estrategia de Negocio Sostenible, construida sobre un estudio de doble materialidad, análisis de impacto del portafolio, diagnóstico frente a los Principios de Banca Responsable y compromisos ASG del Banco.

- **Principio 2, Impacto y Establecimiento de Objetivos**

En 2022, el Banco estableció metas para incrementar la participación de mujeres en productos y segmentos priorizados, siendo el programa un habilitador clave para su cumplimiento y evolución hacia 2030.

- **Principio 3, Clientes y Usuarios**

Facilitamos el acceso a productos con condiciones adaptadas para la mujer y promovemos su uso mediante asistencias y beneficios de salud y bienestar. Generamos impacto fortaleciendo las capacidades de mujeres a través de Experiencias Únicas, y potenciando mujeres líderes e iniciativas de alto valor social mediante el Premio Mujeres Únicas y su programa de escalabilidad.

- **Principio 4: Partes Interesadas**

Colaboramos continuamente con aliados como *IFC,* Banco BHD, UNEP FI, ONU Mujeres y BID, para evolucionar nuestra propuesta.

- **Principio 5, Gobernanza y Cultura**

Promovemos una cultura organizacional comprometida con la equidad de género mediante iniciativas periódicas de sensibilización. Este compromiso se refleja en nuestra estructura, donde las mujeres representan el 31% de las Juntas Directivas del Grupo Financiero, 66% de nuestros 1,613 colaboradores, 64% de las posiciones gerenciales, 69% de las gerencias junior y 50% de la alta gerencia.

- **Principio 6, Transparencia y Responsabilidad**

Divulgamos nuestros avances anualmente en el Informe de Sostenibilidad, en las secciones de Banca Responsable y la Declaración de Progreso. Se cuenta con seguimiento institucional y verificación externa independiente.

6 **Explicar cómo el programa está alineado a la ISO 26.000 u otros estándares internacionales ***

El Programa Única aplica los lineamientos de la ISO 26000, con énfasis en:

- **Rendición de cuentas:** medimos indicadores de acceso, uso y calidad de nuestras soluciones financieras y no financieras, reportando resultados al comité de Gobierno Corporativo, Sostenibilidad y Acción Comercial.
- **Transparencia:** divulgamos anualmente resultados e indicadores a través de nuestro Informe de Sostenibilidad.
- **Respeto a los derechos humanos:** promovemos la igualdad de oportunidades mediante soluciones financieras inclusivas y las Experiencias Únicas, para empoderar a las mujeres.
- **Respeto a los intereses de las partes interesadas:** programa construido a partir de un acompañamiento internacional, con escucha activa de mujeres mediante *focus groups*, encuestas, estudios de mercado y mediciones continuas que permiten adaptar la propuesta a sus necesidades y expectativas.

El programa contribuye a las siguientes materias fundamentales:

- **Gobernanza organizacional:** está integrado en la Estrategia de Negocio Sostenible, contribuye a las metas sociales al 2030 y cuenta con indicadores, planes de acción, seguimiento y presupuesto asignado.
- **Asuntos de consumidores:** promovemos decisiones informadas mediante la transparencia de términos y condiciones que detallan tasas, plazos, comisiones y características de los productos; complementados con asesoría personalizada, de manera presencial y por citas en línea.
- **Participación activa y desarrollo de la comunidad:** desarrollamos Experiencias Únicas que apoyan a clientas y no clientas, pensando en las necesidades e intereses de las mujeres. Además, mediante el Premio Mujeres Únicas y el programa de escalabilidad, fortalecemos perfiles de líderes femeninas e iniciativas de alto impacto social.

Desarrollado con acompañamiento de **IFC**, el programa incorpora buenas prácticas internacionales en liderazgo estratégico, segmentación basada en necesidades, productos diferenciados, servicios no financieros, uso de datos y medición de impacto.

Asimismo, fortalece la dimensión Social (S) de los criterios **ASG** y aporta a la Gobernanza (G), y seguimos estándares de reporte como GRI. Adicionalmente, el programa se alinea con los **Principios de Banca Responsable** y los **ODS** *(ampliado en respuestas 5 y 7)*.

7 **Establecer los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y metas que impacta el programa (máximo 5). Sustente su afirmación** *

Global Bank ha priorizado seis ODS para orientar sus iniciativas de sostenibilidad. El Programa Única se enfoca principalmente en los **ODS 4 y 5**; asimismo, sus acciones contribuyen al **ODS 1**, contribuyendo al acceso de las mujeres a servicios financieros, oportunidades de aprendizaje y herramientas para su desarrollo.

ODS 1, Fin de la pobreza, Meta 1.4

- Ampliamos el acceso de las mujeres a servicios financieros, con especial atención a quienes enfrentan mayores barreras. De las +17 mil clientas, el 31% reside en provincias del interior y el 38% percibe ingresos mensuales inferiores a USD 800.
- +1,700 mujeres han adquirido los productos del Programa Única, mediante Global Tap, 100% digital, canal accesible desde dondequiera que se encuentre, 24/7.

ODS 4, Educación de calidad, Metas 4.3 y 4.4

- Facilitamos oportunidades de aprendizaje tanto para clientas como para no clientas, fortaleciendo sus competencias para el empleo, el emprendimiento y la toma de decisiones mediante nuestras Experiencias Únicas. Las clientas tienen la oportunidad de invitar a estos eventos a amigas y familiares, para compartir conocimiento y comunidad. Del total de estas Experiencias, un 15% estuvo orientado a la educación, con especial énfasis en la asesoría financiera.
- Entre las Experiencias Únicas destacadas se encuentran “Decisiones de hoy que te empoderan mañana: la potencia de una jubilación segura”, impartida por el Sr. Dino Mon, Director de la Caja de Seguro Social (CSS), y la Mgtr. Rosilda Robinson, Directora de Recursos Humanos de la CSS. Durante esta sesión, compartieron herramientas y recomendaciones para la planificación de la jubilación, así como información clave sobre los servicios y beneficios que ofrece el sistema de la CSS. También las Experiencias Únicas “Inside CAF: tendencias globales para mujeres líderes” y “Mujeres como Protagonistas del Mercado”, en alianza con Elevel Group, donde se abordaron tendencias globales y nacionales de interés para las mujeres, brindándoles conocimientos relevantes para impulsar su desarrollo profesional, liderazgo y crecimiento económico (*ver anexo 1 para más información).*
- Dentro de los incentivos del Premio Mujeres Únicas, las 18 finalistas de las dos ediciones participaron en un programa de escalabilidad. Entre los resultados reportados, gracias a aprendizajes del programa, Karla Aparicio, de Fundación La Halconera, accedió a más de USD 100,000 en financiamiento estructurado; y Marie Millard, de Fundación Luces Panamá, implementó protocolos de gestión de riesgos.
- Junto con Fundación JUPÁ apoyamos el Programa ¡Supérate!, que ha formado +90 niñas desde 2024; y con *Junior Achievement* Panamá capacitamos a 15 emprendedoras y orientamos a 50 estudiantes sobre opciones laborales.

ODS 5, Igualdad de género, Metas 5.a y 5.5

- Adaptamos los préstamos hipotecarios, personales y de auto mediante condiciones más inclusivas: una reducción de 0.25% en la tasa de interés, se le permite la flexibilidad de tener al menos 6 meses de continuidad laboral frente a los dos años habituales, y plazos de financiamiento más amplios.
- Asimismo, desarrollamos un producto exclusivo, la tarjeta de crédito Visa Única Clásica y Platinum, con planes de asistencia para mujeres como persona natural, y el reciente lanzamiento del plan de asistencia para las mujeres empresarias.

Integración del programa a la empresa y sus grupos de interés

Identifica protagonistas, roles y grupos de interés internos y externos involucrados en el programa.

8 **Rol del Consejo Directivo en el programa ***

La Junta Directiva mantiene un seguimiento continuo del Programa Única a través del **Comité Directivo de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad**, que actúa como un órgano de apoyo directo a la Junta Directiva para supervisar trimestralmente el cumplimiento de nuestro compromiso y avance con las metas sociales de la Estrategia de Sostenibilidad y la implementación de los Principios de Banca Responsable.

Adicionalmente, mantenemos informados a la Alta Gerencia y a la Junta Directiva mediante la presentación de los avances, resultados e impactos del programa a través del **Comité de Acción Comercial de Banca de Personas y Banca de Empresas.**

La estrategia anual del Programa Única es liderada bajo la dirección de la **Vicepresidencia de Banca Personas y Banca Empresas**, con la participación de la Alta Gerencia en la definición, revisión y aprobación de los lineamientos estratégicos; incluyendo la asignación y aprobación de un presupuesto anual, destinado a la ejecución de las iniciativas del programa durante cada año fiscal.

9 **Equipo que integra el programa por parte de la empresa ***

El Programa Única es liderado por las áreas de Productos de Consumo y Banca de Empresas, y cuenta con un equipo base de **tres personas** del equipo de **Productos de Consumo,** responsables de la planificación, coordinación y ejecución de la estrategia del programa de género femenino.

Su gestión, desarrollo y evolución se fortalecen mediante un trabajo transversal que involucra a diversas áreas del Banco, entre ellas: **Mercadeo, Sostenibilidad, Medios de Pago, Inteligencia de Negocio y Recursos Humanos.**

Esta diversidad integra capacidades comerciales, analíticas, estratégicas y de comunicación, para ampliar el alcance del programa.

10 **Aliados estratégicos externos del programa ***

Corporación Financiera Internacional: se asoció con Global Bank para una inversión que aumentó el financiamiento de vivienda para mujeres y apoyó empresas propiedad de mujeres en el país por **USD 70MM**. Brindó acompañamiento técnico para el diseño del Programa Única.

BID Invest: otorgó un préstamo por **USD 60MM** a Global Bank Corporation, fondos dirigidos a financiar PyMEs y mujeres dedicadas al comercio minorista.

Agencia de Cooperación Internacional del Japón: otorgaron **USD 50MM** para fortalecer la cartera agropecuaria y financiamiento a MiPyMEs, incluyendo empresas dirigidas por mujeres. Somos la única institución financiera privada de Panamá en recibir este financiamiento.

Dalberg *Advisors*: asesores de JICA para un estudio alineado con los objetivos de financiamiento para Única Empresaria.

ONU Mujeres: participación en informe "Avanzando la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres" *(anexo 2, pág. 41 y 42)*, reconocimiento a Única como caso de éxito por promover inclusión financiera basada en datos.

Banco BHD: comparten mejores prácticas y aprendizajes que apoyan a la evolución del programa.

UNEP FI: apoyamos a cumplir los compromisos de salud e inclusión financiera y metas de impacto social a 2030.

***Financial Alliance for Women*:** miembros y participantes en espacios de fomento de buenas prácticas de banca mujer.

Sumarse: participamos en iniciativas de sostenibilidad y otorgamos membresías a finalistas del Premio Mujeres Únicas para ampliar su impacto.

Elevel Group: facilitan el programa de escalabilidad del Premio Mujeres Únicas.

Innovanation: becamos a +30 niñas para participar en una competencia internacional, incorporando educación financiera.

Bolsa Latinoamericana de Valores: participamos en *Ring the Bell for Gender Equality* y obtuvimos el primer lugar en el Índice Voluntario de Sostenibilidad.

Grupo Valor: coorganizamos el CEO Women Summit para promover liderazgo y bienestar femenino.

CAF: fortalecen nuestras habilidades para atender MiPyMEs lideradas por mujeres.

Fundación JUPÁ: apoyamos el Programa ¡Supérate!, formando +90 niñas desde 2024

Junior Achievement Panamá: capacitamos a 15 emprendedoras y 50 estudiantes sobre mercado laboral

11 **Actores beneficiados ***

El Programa Única beneficia directa e indirectamente a distintos actores:

- **Mujeres en Panamá:** desde 2023, más de **17 mil clientas** han accedido a la propuesta de valor del Programa Única a nivel nacional. Además, las Experiencias Únicas fomentan la participación de más mujeres al permitir que las clientas inviten a amigas y familiares a acompañarlas. Gracias a este enfoque, hemos alcanzado a más de **4 mil mujeres** a través de Experiencias Únicas presenciales y a más de **44 mil mujeres** mediante Experiencias Únicas en formato híbrido, que combinan participación presencial con transmisiones en vivo a través de plataformas digitales como Instagram y YouTube.
- **Familias y dependientes:** tomando como referencia los parámetros sociodemográficos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) *(ver anexo 1)*, y considerando el promedio de 3.3 personas por hogar reportado en el último Censo de Población, estimamos que, como parte integral de ese hogar, cada clienta beneficia indirectamente a 2.3 miembros de su hogar, excluyéndosele. Con esta base, inferimos que el programa ha generado un impacto indirecto en más de **39 mil** personas, entre familiares y dependientes de nuestras clientas.

Considerando a las más de **17 mil clientas**, a los más de **39 mil beneficiarios indirectos**, el Programa Única ha impactado más de **57 mil personas** desde 2023.

- **Iniciativas sociales lideradas por mujeres y sus comunidades:** a través de dos ediciones del Premio Mujeres Únicas, hemos reconocido y fortalecido **18 iniciativas lideradas por mujeres** de distintas regiones del país. Destinamos USD 40 mil en incentivos económicos para apoyar su crecimiento y sostenibilidad. Las finalistas han participado en un programa de escalabilidad, que combina capacitación especializada y acompañamiento personalizado para impulsar sus capacidades de liderazgo, escalar sus iniciativas y ampliar el impacto positivo que generan en las comunidades que benefician. Además, les ofrecemos gratuitamente la membresía en Sumarse, para que crezcan sostenibleme nte.

Enfoque e impacto del programa

Desarrolla el contexto, el problema central, la relevancia del programa y su ejecución, comunicación e innovación.

12 **¿Cuál es el problema o desafío central que se enfrenta en relación con su programa de sostenibilidad? ***

El desafío central que aborda el Programa Única es la persistencia de brechas en el **acceso, uso y aprovechamiento de los servicios financieros**, que limitan la autonomía económica, el bienestar financiero y las oportunidades de desarrollo de las mujeres.

De acuerdo con el **Índice de Inclusión Financiera de Grupo Credicorp 2025**, Panamá ocupa el tercer lugar regional en inclusión financiera, con **55.5 puntos**; sin embargo, el avance del país ha sido moderado desde 2021. Aunque la dimensión de acceso aumentó de **46.5 a 59.1 puntos**, la dimensión de uso disminuyó de **43.3 a 38.8**, evidenciando que el reto no es solo incorporar personas al sistema financiero, sino lograr que utilicen los productos de manera activa, sostenida y útil para su bienestar.

El estudio también muestra retrocesos relevantes en Panamá: la tenencia de crédito formal disminuyó de **50% a 40%**, mientras que la población sin crédito aumentó de **49% a 59%**. Además, el ahorro formal bajó de **35% a 23%**, y la población que no ahorra aumentó de **56% a 64%**.

Esta realidad se profundiza al analizar las barreras por género. A nivel regional, el **56% de las mujeres** reporta barreras para acceder a productos financieros, frente al **51% de los hombres**, reflejando una ligera desventaja femenina.

Ante este contexto, Global Bank evolucionó de una oferta financiera tradicional hacia el Programa Única, un programa con enfoque de género que combina condiciones financieras más inclusivas, productos diseñados para mujeres, formación, bienestar, acompañamiento y un componente comunitario. Así, buscamos convertir el acceso financiero en uso efectivo, autonomía y crecimiento para las mujeres, sus familias y las comunidades.

13 ¿Por qué es importante el programa para la empresa. Cómo se asocia a la estrategia de la empresa/negocio y cuáles son los riesgos y oportunidades que afronta la empresa en materia de sostenibilidad vinculadas al programa? *

1. **Importancia del Programa para el Banco**

Desde la perspectiva del negocio, el Programa Única permite comprender y atender mejor las necesidades financieras de las mujeres, ampliar la cartera con enfoque de género y fortalecer la vinculación con las clientas mediante productos, beneficios y experiencias diferenciadas. Además, contribuye a balancear la composición de la cartera al incorporar una mayor participación femenina, reconociendo su comportamiento crediticio favorable como una oportunidad para crecer de forma sana y sostenible.

Según información de la Superintendencia de Bancos de Panamá citada por medios nacionales, a diciembre 2025 los hombres concentraban el 55% de los compromisos crediticios, mientras que las mujeres representaban 45%, con niveles de morosidad ligeramente inferiores *(ver anexo 1)*. En este sentido, Única fortalece la inclusión financiera con enfoque de género y posiciona a Global Bank como un banco cercano, innovador y referente para las mujeres en Panamá.

Asimismo, refuerza la capacidad del Banco para acceder y canalizar financiamientos con enfoque social y de género, provenientes de instituciones multilaterales y organismos de cooperación como IFC y JICA, donde el programa juega un rol clave.

2. **Asociación del Programa Única con la estrategia del Banco**

La **Estrategia de Negocio Sostenible** de Global Bank se fundamenta en criterios Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG), con enfoque en ocho pilares estratégicos vinculados a los temas materiales resultantes de un estudio de doble materialidad previo.

El Programa Única contribuye a dos de estos pilares estratégicos:

- **Productos y Servicios Ambientales y Sociales.** Temas materiales: Financiamiento e Inversión Financiera.
- **Educación para el Desarrollo.** Temas materiales: Educación Financiera y Desarrollo Socioeconómico de Comunidades.

Además, impacta directamente a tres de los seis ODS que el Banco prioriza:

- **ODS 1: Fin de la Pobreza**
- **ODS 4: Educación de Calidad**
- **ODS 5: Igualdad de Género**.

La integración del programa en la gestión del Banco se evidencia en el impulso y apoyo que brindamos a lograr el compromiso adquirido por el Banco con **metas sociales al 2030** e indicadores de género alineados con los **Principios de Banca Responsable de UNEP FI**, particularmente con el Principio 2: Impacto y Establecimiento de Objetivos, que permiten monitorear avances en la participación de las mujeres, el acceso y uso de productos y servicios financieros.

3. **Riesgos y oportunidades en materia sostenible**

El principal **riesgo de sostenibilidad** consiste en que persistan brechas de inclusión financiera que limiten el acceso de las mujeres a oportunidades de crecimiento económico y bienestar financiero. Al mismo tiempo, el programa debe gestionarse bajo una visión integral que evite generar nuevos desequilibrios entre mujeres y hombres. Por ello, monitoreamos indicadores de acceso, uso, calidad y comportamiento financiero, asegurando que nuestras soluciones contribuyan al cierre de brechas sin dejar a nadie atrás.

Este riesgo representa una importante **oportunidad**. El análisis comparativo del comportamiento financiero de mujeres y hombres permite al Banco identificar brechas, medir resultados y generar aprendizajes sobre la inclusión financiera con enfoque de género. Esto posiciona al Programa Única como un programa de innovación social, cuyos conocimientos pueden orientar la evolución de productos, servicios, iniciativas de asesoría financiera y acciones de acompañamiento que fortalezcan el bienestar financiero tanto de mujeres como de hombres.

14 **¿Por qué es importante el programa para las audiencias externas y/o beneficiadas? ***

El Programa Única es importante para sus beneficiarias y audiencias externas porque convierte la inclusión financiera en **protección, bienestar, aprendizaje y autonomía económica**. Su relevancia se refuerza en un contexto donde persisten brechas económicas: según la Encuesta de Mercado Laboral del INEC 2024, la participación económica masculina fue de **75%**, mientras que la femenina alcanzó **52%**, reflejando una brecha de **22 puntos porcentuales**. Frente a esta realidad, Única reconoce que el desarrollo de femenino requiere mucho más que acceso al crédito *(ver anexo 1).*

1. Clientas y no clientas: el programa ofrece una propuesta financiera y no financiera diseñada a partir de la realidad de las mujeres, considerando condiciones laborales, niveles de ingreso y responsabilidades personales y familiares. Sus productos incorporan beneficios exclusivos y asistencias que ayudan a atender necesidades cotidianas e imprevistos, fortaleciendo su bienestar y el de sus hogares. Además, las **Experiencias Únicas** brindan espacios para fortalecer su salud física y emocional, robustecer habilidades y crear redes de apoyo.

2. Comunidades: el **Premio Mujeres Únicas** genera un efecto multiplicador. En dos ediciones, hemos recibido +450 nominaciones de iniciativas lideradas por mujeres. Más allá del reconocimiento, el proceso de postulación les permite reflexionar sobre su propósito, impacto social, innovación, sostenibilidad y escalabilidad, organizando mejor la información de sus proyectos y visibilizando oportunidades de mejora. Además, las finalistas reciben incentivos económicos y participan en un programa de escalabilidad personalizado, con acompañamiento 1:1, fortaleciendo sus capacidades de liderazgo para ampliar el alcance de sus iniciativas y beneficiar a más personas y comunidades.

3. Aliados externos: representamos una plataforma de colaboración para impulsar iniciativas alineadas con sostenibilidad, educación, inclusión financiera y desarrollo de las mujeres; reforzando el posicionamiento en segmentos de interés, como emprendedoras, empresarias y lideresas sociales y sumando capacidades con aliados que complementan nuestra propuesta y potencian el impacto en mujeres y comunidades.

15 **Objetivos del programa, situación actual y metas a corto, mediano y largo plazo ***

Objetivos

- **Trascender el modelo bancario tradicional** y consolidar a Global Bank como un referente en el acompañamiento integral de las mujeres, construyendo relaciones cercanas, confiables y sostenibles.
- **Ampliar la inclusión financiera de las mujeres** mediante productos y servicios con condiciones, beneficios y soluciones adaptadas a sus necesidades y etapas de vida.
- **Fortalecer el bienestar financiero y el desarrollo personal, profesional y empresarial de las mujeres**, a través de Experiencias Únicas, espacios gratuitos de formación, acompañamiento y creación de redes de apoyo.
- **Impulsar el impacto social a nivel nacional** mediante componentes comunitarios que reconozcan, fortalezcan y visibilicen iniciativas lideradas por mujeres que generan valor en sus comunidades.

Situación actual: el Programa Única ofrece una propuesta integral dirigida a mujeres como personas naturales, acompañándolas en distintas etapas de vida mediante soluciones financieras, no financieras y un componente comunitario. Su oferta financiera incluye préstamos hipotecarios, personales y de auto con condiciones inclusivas que facilitan el acceso y uso del crédito, además de la tarjeta de crédito Visa Única, con asistencias para la mujer como persona natural, y para empresarias. Esto se complementa con las Experiencias Únicas, espacios de formación abiertos a clientas, quienes pueden asistir acompañadas de amigas o familiares. Además, incorporamos un componente comunitario a través del Premio Mujeres Únicas, que fortalece iniciativas lideradas por mujeres con impacto en comunidades.

Metas a corto plazo (1 año)

- Establecer alianzas estratégicas y adherirnos a convenios y certificaciones que fortalezcan nuestro compromiso con la inclusión financiera y la equidad de género.
- Crear una red interna de Embajadoras Únicas, capacitadas para actuar como voceras del programa, fortalecer la cultura interna y ampliar la difusión del propósito, beneficios e impactos de Única.
- Incrementar el alcance de las comunicaciones, para ampliar el posicionamiento del programa en provincias centrales y de occidente, fortaleciendo la conexión con clientas y no clientas.
- Lanzar y posicionar la propuesta integral de Única Empresa para PyMEs lideradas por mujeres.

Metas a mediano plazo (2-5 años)

- Ampliar la propuesta actual dirigida a mujeres como personas naturales, incorporando y adaptando nuevos productos y beneficios e identificando nichos y oportunidades.

- Implementar, junto con el área de Sostenibilidad, una matriz para medir salud financiera que permita ver la evolución de las clientas a lo largo del tiempo.
- Fortalecer la oferta no financiera para Única Empresa, con el objetivo de potenciar las capacidades de mujeres empresarias PyMEs, con enfoque de género en el sector agropecuario.

Metas a largo plazo (+5 años)

- Cumplir, a junio de 2030, las metas sociales de incremento en la participación porcentual de clientas en productos y segmentos priorizados de Banca de Personas, definidos por edad e ingresos, reportadas a UNEP FI y alineadas con los Principios de Banca Responsable.
- Fortalecer la oferta no financiera de Única Persona y Única Empresa, mediante una plataforma digital especializada de formación y acompañamiento para mujeres.
- Ampliar la oferta financiera de productos digitales para mejorar la accesibilidad, agilidad y conveniencia de las soluciones financieras dirigidas a nuestras clientas.
- Evolucionar el componente social del Programa Única, para reconocer y fortalecer emprendimientos, micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres, en línea con la nueva propuesta dirigida a empresarias y emprendedoras.

16 Recopile datos (línea base, diagnóstico socio-económico, estudios específicos si se tienen), estadísticas *

1. **Consultoría, *International Finance Corporation* (2021)**

El IFC otorgó en 2020 un financiamiento de USD 70 millones, para una inversión que aumentó el financiamiento para empresas propiedad de mujeres y de vivienda para las mujeres. Esto incluyó un acompañamiento para desarrollar este programa de género, contando con tres fases:

- Alineamiento analítico y segmentación.
- Estrategia de banca para mujeres.
- Inteligencia de género.

Se aplicaron metodologías ágiles y *design thinking*, junto con análisis de fortalezas y oportunidades del Banco, realizándose:

- 15 entrevistas internas a colaboradores.
- 3 entrevistas con gerentes de sucursales.
- 16 entrevistas a profundidad y 20 *focus groups* a 150 mujeres.
- Talleres de co-creación con dos grupos multidisciplinarios del Banco, cada uno con siete sesiones.

IFC entregó una hoja de ruta con recomendaciones para la propuesta de valor, incluyendo soluciones financieras y no financieras, lineamientos y oportunidades.

2. **Estudio de mercado, Kantar Mercaplan (2021)**

Fueron contratados por IFC para estudiar +250 mujeres panameñas y conocer sus gustos, miedos, necesidades, motivaciones y relación con instituciones financieras. El estudio evidenció que las mujeres valoran contar con tiempo de calidad para ellas y soluciones adaptadas a sus etapas de vida.

Se identificaron cuatro tipologías:

- Exploradora: 20-28 años, busca independencia.
- Reflexiva: 29-45 años, desea reconocimiento profesional y personal, equilibrio e incremento de ingresos.
- Integradora: 29-45 años, administra el hogar, aseguran el buen manejo financiero y buscan equilibrio.
- Selectiva: +45 años desea capitalizar lo alcanzado, planificar su retiro e invertir en bienestar.

Estas fueron las bases para diseñar las asistencias de la tarjeta de crédito Visa Única.

3. **Análisis de cartera (2022)**

Siguiendo recomendaciones de IFC, evaluamos el potencial de nuestra cartera para las mujeres:

- Representaban 47% de la base total de clientes.
- Registraban un *ratio* de profundización de 1.53 productos, evidenciando espacio para crecer.
- Aunque tenían menor cantidad de productos por clienta, concentraban 50% del *mix* en productos de consumo relevantes (autos, préstamos personales, hipotecas y tarjetas de crédito).
- Mantenían morosidad de 3%, 1 punto porcentual debajo de los hombres, demostrando ser rentables y de bajo riesgo.

4. **Estudio exploratorio, Ipsos (2025)**

Realizamos seis *focus groups* con treinta clientas del Programa Única para conocer su comportamiento, necesidades y la efectividad de nuestra comunicación. Las participantes destacaron la importancia de recibir educación financiera temprana y asesorías para tomar decisiones informadas. Identificamos oportunidades para fortalecer la comunicación de la propuesta del programa.

5. ***Study and Access Strategy for Small Agricultural Enterprises to Financial Services*, Dalberg *Advisors* (2026)**

Como parte del financiamiento de USD 50 millones de dólares otorgado por JICA en 2023, se desarrolló este estudio para fortalecer el acceso financiero de pequeñas empresas agrícolas con enfoque social para promover MiPyMEs lideradas por mujeres, así y nutrir el diseño de la propuesta Única Empresa.

En entrevistas con clientes y clientas en Chiriquí, Chitré y Las Tablas; los productores asistieron con sus esposas; quienes administran las finanzas del negocio. Se evidenciaron sesgos de género, brechas de conocimiento financiero, necesidad de capacitación e invisibilidad de las mujeres que apoyan la administración del negocio.

A la fecha, hemos colocado el 100% de este financiamiento.

17 ¿Cómo la empresa ha decidido abordar el problema y sus posibles soluciones (resuma el plan de ejecución del programa y sus fases)? *

Global Bank decidió abordar las brechas de género a través del Programa Única, incorporando la igualdad de género en el modelo de negocio y en la Estrategia de Negocio Sostenible del Banco, en alineación con criterios ASG, los ODS y las metas sociales al 2030. El plan de ejecución se estructura en cuatro fases:

Fase 1. Diseño de propuesta y diagnóstico (2020-2022)

- Entre 2019-2020, BID otorgó un préstamo por USD60 millones al Banco, destinado a financiar PyMEs y mujeres dedicadas al comercio minorista en Panamá.
- En 2020, Global Bank recibió un financiamiento por USD 70 millones de *International Finance Corporation*, destinado a ampliar acceso al crédito hipotecario residencial para mujeres cabezas de familia y créditos comerciales para PyMEs dirigidas por mujeres. El financiamiento incluyó acompañamiento en análisis demográfico, revisión de cartera, estudios de mercado y diseño de la propuesta de valor del programa.
- Al analizar nuestra cartera, evaluamos la participación de las mujeres en la base de clientes, su relación con productos del Banco, comportamiento de pago, morosidad, uso de productos y potencial de crecimiento. Como resultado, identificamos oportunidades para evolucionar de una oferta tradicional hacia una propuesta integral con enfoque de género.
- Banco BHD de República Dominicana compartió mejores prácticas y aprendizajes derivados de su experiencia como referente regional en programas de género.

Fase 2. Lanzamiento del programa (2022-2023)

- Lanzamos públicamente el Programa Única en 2023. Adaptamos los préstamos hipotecarios, personales y de auto con condiciones más inclusivas, para facilitar el acceso y uso del crédito por parte de las mujeres. También lanzamos la Tarjeta de Crédito Visa Única Clásica y Platinum, diseñada para acompañarlas en distintas etapas de vida.
- Iniciamos el desarrollo de Experiencias Únicas, espacios de formación y bienestar para mujeres.
- El programa fue integrado como habilitador de las metas sociales del Banco al 2025, orientadas a incrementar participación de mujeres en productos de Banca Personas, alineadas con Principios de Banca Responsable de UNEP FI e indicadores GRI FS7.
- En 2023, recibimos financiamiento por USD 50 millones de JICA, para fortalecer la cartera agropecuaria, incluyendo una consultoría de Dalberg *Advisors* para robustecer la estrategia dirigida a MiPyMEs agropecuarias y empresas lideradas por mujeres.

Fase 3. Incorporación del componente comunitario y mejora continua (2023-2025)

- Ampliamos la propuesta de valor con el Premio Mujeres Únicas, creado para identificar, reconocer y fortalecer iniciativas sociales lideradas por mujeres con impacto en sus comunidades. Implementamos mediciones previas y posteriores al programa de escalabilidad para identificar avances, necesidades y oportunidades de mejora.
- Reformulamos las metas sociales comprometidas con UNEP FI, ampliando su horizonte de cumplimiento al 2030.

Fase 4. Evolución y expansión (desde 2026)

- Única inicia una etapa de evolución para fortalecer la propuesta dirigida a mujeres como personas naturales y desarrollar una oferta diferenciada para emprendedoras y empresarias.
- Esta fase contempla fortalecer el posicionamiento nacional, ampliar alianzas estratégicas, desarrollar soluciones digitales, incorporar herramientas de formación digital y evolucionar el componente social hacia emprendimientos y empresas lideradas por mujeres.
- De esta manera, Única apuntar hacia un programa más especializado y sostenible, alineado con las metas sociales reportadas a UNEP FI y nuevos indicadores de inclusión y salud financiera.

18 **Describa cómo se lleva a cabo la estrategia de comunicación del programa ***

Nuestra estrategia de comunicación se desarrolla con el apoyo de los equipos de Mercadeo y Sostenibilidad del Banco.

Comunicación interna:

- Reportamos avances trimestralmente a la Junta Directiva a través del Comité Directivo de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad.
- Ejecutamos giras de formación en nuestras sucursales, para sensibilizar equipos y fortalecer el enfoque social en la atención y relacionamiento.
- Contamos con una estrategia de comunicación interna mensual enfocada en educar sobre temas relevantes vinculados a la equidad de género. Además, compartimos con los colaboradores cómo el Programa Única contribuye directamente al cierre de brechas de género.

Comunicación externa:

- Los avances del programa se reportan anualmente en el Informe de Sostenibilidad del Banco, específicamente en la sección 6 de Banca Responsable (Productos y Servicios con Beneficio Social) y Anexos (Declaración de Progreso sobre Banca Responsable). La información es verificada por un tercero independiente, fortaleciendo la transparencia de la información.
- Tenemos una sección en la página web del Banco, donde se encuentra nuestra oferta de valor integral. En el año fiscal 2025-2026 recibimos +10 mil visitas.
- Para el Premio Mujeres Únicas, mantenemos una estrategia de comunicación *always on* en medios digitales (Instagram, LinkedIn, Facebook y TikTok). El crecimiento e impacto de la segunda edición del Premio se vieron reflejados en las redes sociales del Banco, alcanzando +1 millón de usuarios, +9 millones de impresiones y 300 mil clics, proyectando al 100% el pilar de sostenibilidad (*anexo 1*).
- Para el programa en general, tenemos campañas periódicas en medios masivos para posicionar nuestras iniciativas, comunicar la propuesta de valor y dar visibilidad a Experiencias Únicas, logros y resultados, resaltando el impacto de cada actividad.
- Campañas de correo dirigidas a clientas, para invitarlas a eventos exclusivos, compartir *newsletters* con resumen de eventos y darle la bienvenida al programa. En el año fiscal 2025-2026, llegamos a +79 mil mujeres con envíos efectivos.

19 **El programa ofrece innovaciones en su diseño, ejecución, documentación y reporte ***

1. **Diseño**

El Programa Única fue diseñado con apoyo técnico de *International Finance Corporation* (IFC), a partir de evidencia, escucha activa y acompañamiento especializado. A raíz de este acompañamiento, se realizaron estudios de mercado, análisis demográficos y de cartera, metodologías de *design thinking* y alineamos la propuesta de valor a las mejores prácticas internacionales.

Además, incorporamos aprendizajes de Banco BHD de República Dominicana, referentes en programas de género, con quienes compartimos avances y oportunidades para fortalecer la equidad de género anualmente.

2. **Ejecución**

Inicialmente, la apertura de todos los productos se realizaba en sucursales. Posteriormente, evolucionamos hacia un modelo omnicanal, incorporando la modalidad digital para préstamos personales en 2021, préstamos de auto en 2024 y la tarjeta de crédito Visa Única en 2026, a través de Global Tap, permitiendo a las clientas adquirir estos productos digitalmente.

En la oferta no financiera, las Experiencias Únicas se realizan en formatos presenciales, híbridos, grabados o transmitidos en vivo por Instagram y YouTube. El Premio Mujeres Únicas cuenta con postulaciones digitales, acompañamiento durante el proceso y transmisión en vivo de la gala desde su segunda edición.

3. **Documentación y medición**

Para la oferta financiera contamos con tableros que muestran los indicadores de acceso, uso, alcance y calidad del programa, facilitando decisiones basadas en datos. En la oferta no financiera, aplicamos encuestas de recomendación y satisfacción (NPS/CSAT) posteriores a cada Experiencia Única, para validar que estemos ofreciendo valor a nuestras clientas. Para el componente comunitario, realizamos mediciones antes y después del Programa de Escalabilidad, identificando avances y oportunidades de mejora en el Premio y el acompañamiento continuo.

4. **Reporte:**

Presentamos trimestralmente nuestros avances al Comité Directivo de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad. Además, divulgamos resultados anualmente en el Informe de Sostenibilidad y los incorporamos en la autoevaluación de los Principios de Banca Responsable de UNEP FI, alineados con indicadores GRI FS7 y FS14, fortaleciendo trazabilidad, transparencia y mejora continua.

Monitoreo y reporte del programa

Explica cómo se da seguimiento al programa, cómo se reporta, cómo se valida y qué mecanismos de mejora continua existen.

20 ¿Cómo la empresa monitorea los avances del programa? *

Monitoreamos los avances del Programa Única mediante herramientas diferenciadas para sus soluciones financieras, no financieras y comunitarias, lo que nos permite evaluar resultados, identificar oportunidades de mejora y tomar decisiones basadas en datos.

- **Oferta financiera:** contamos con dos tableros principales, con visibilidad para las partes interesadas, para dar seguimiento y continuidad a los KPIs y OKRs estratégicos.

Tablero de indicadores financieros: consolida información sobre ventas, desembolsos y composición de la cartera del Programa Única, desagregada por producto, edad, nivel de ingresos y provincia. También monitorea la participación de las mujeres por producto, su peso dentro de la cartera y la calidad de esta, permitiendo establecer metas, retos y OKRs, así como dar seguimiento a su crecimiento y evolución.

Tablero de metas de sostenibilidad: da seguimiento a las metas sociales al 2030, alineadas con los Principios de Banca Responsable de UNEP FI, especialmente con el Principio 2: Impacto y Establecimiento de Objetivos. Estas metas buscan incrementar la participación de mujeres en productos financieros del Banco.

Ambos tableros son administrados por Inteligencia de Negocio y se actualizan mensualmente al cierre de cada mes. El equipo de Única analiza los resultados para definir acciones de mejora. Los avances se presentan en el Comité Directivo de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad y los resultados se divulgan anualmente en el Informe de Sostenibilidad, verificados externamente.

- **Oferta no financiera:** llevamos una base de datos para dar seguimiento a la participación y alcance de las Experiencias Únicas y evaluamos contenidos, formatos y temáticas mediante encuestas de satisfacción y recomendación aplicadas a las asistentes.
- **Componente comunitario:** evaluamos el Premio Mujeres Únicas mediante formularios aplicados a las finalistas antes y después del Programa de Escalabilidad. Las preguntas de ambos formularios están correlacionadas, y eso nos permite comparar resultados, medir su evolución como líderes y evaluar avances en sus iniciativas, identificando necesidades y oportunidades de fortalecimiento.

21 Impactos actuales del programa. Incluya indicadores específicos que sustentan dichos impactos *

Acceso e inclusión financiera:

- Desde 2023-2026, el programa se le ha asignado un presupuesto de **USD 755 mil** para fortalecer la comunicación, divulgación, posicionamiento, alcance de la propuesta de valor.
- A junio 2026, el programa cuenta con +**17 mil clientas**, una cartera superior a **USD 314MM** y +**1,700 clientas** han adquirido productos 100% digitales mediante Global Tap.
- En los productos adaptados, las clientas del programa representan:

38% de la cartera de préstamos de auto.

19% en préstamos personales.

8% en tarjetas de crédito.

4% en préstamos hipotecarios.

- El programa alcanza a mujeres que enfrentan mayores barreras de acceso:

38% percibe ingresos mensuales inferiores a **USD 800**, con más de **USD 86MM** en la cartera del programa.

30% son jubiladas.

31% reside en provincias del interior.

- Las metas sociales con UNEP FI fueron reformuladas a 2030 y actualmente con **105%** frente a lo proyectado a junio 2026.

Uso y vinculación

- **3,500 tarjetahabientes Visa Única** registran compras mensualmente (**5,940** tarjetas activas Visa Única), con una facturación promedio de **USD 535 mensual,** por clienta.
- La cartera factura en promedio **USD 1.5MM mensuales**, alcanzando **USD 1.8MM en junio 2026**.
- Las clientas registran alta actividad transaccional, con **33 mil** transacciones mensuales en promedio durante los últimos 12 meses.
- **250 mujeres** han utilizado las asistencias gratuitas asociadas a la tarjeta de crédito Visa Única.

Evolución y calidad de cartera

- La cartera del programa pasó de

USD 21MM en 2023.

USD 108MM en **2024.**

USD 203MM en **2025**.

Más de **USD 314MM** a **junio 2026**.

- Actualmente en la cartera del programa, el **90%** se encuentra al día y la morosidad representa el **3%** del saldo total; reflejando calidad y sostenibilidad del financiamiento otorgado. Este comportamiento evidencia un uso responsable del crédito y refuerza la oportunidad de continuar ampliando la participación femenina en la cartera del Banco.

Desarrollo y formación - Experiencias Únicas

- Se han realizado +**30 Experiencias Únicas** a nivel nacional.
- Se registran +**4 mil** asistencias presenciales y +**44** mil participaciones híbridas mediante encuentros presenciales con transmisión virtual en redes sociales.
- Los contenidos se distribuyen en:

45% desarrollo personal y profesional.

39% salud y bienestar.

15% asesoría financiera.

- Durante 2025-2026, las Experiencias alcanzaron:

Recomendación promedio **9.88/10**.

Satisfacción promedio **4.94/5**.

Impacto comunitario - Premio Mujeres Únicas

- En dos ediciones, el Premio Mujeres Únicas recibió +**450 nominaciones**.
- El **58%** de las nominaciones de la segunda edición provino del interior del país, reflejando el avance del programa en descentralizar oportunidades y llegar más allá de centros urbanos.
- Se reconocieron **18** iniciativas lideradas por mujeres. A través de **USD 40 mil** en incentivos económicos y del programa de escalabilidad, finalistas y ganadoras recibieron recursos y formación para ampliar el impacto de sus proyectos. Logros importantes posterior al programa (*ver anexo 3*):

Fundación Oír es Vivir: equipo directivo más sólido, plan financiero escalable, lanzamiento en 2026 de APPARLAR (aplicación para servicios de terapia de lenguaje).

Johnston Academy: reorganización de su emprendimiento social familiar, logrando mejor estructura, claridad operativa y nuevas líneas de ingresos.

Achilles Panamá: formalización legal, consolidación de modelo financiero mixto, patrocinios corporativos, donaciones individuales y acceso a *grants*.

- Tres participantes con planes de escalabilidad destacados fueron panelistas en el Ella Invierte Summit 4.0 de Elevel Group, presentando su evolución ante +500 mujeres.

Anexo 1-resumen de cifras de oferta financiera.

22 **¿Cómo puede validar su programa: entidades externas validadoras, auditorías, opinión de expertos, certificaciones, estudios ad hoc? ***

El Programa Única cuenta con mecanismos de validación interna y externa que garantizan la confiabilidad de los resultados reportados.

Como parte del proceso de aseguramiento del Informe de Sostenibilidad, se incorporó por primera vez el indicador **GRI FS7** relacionado con el impacto social del programa. Los datos reportados fueron sometidos a verificación independiente por **KPMG**, que revisó los indicadores sociales asociados al Programa Única, validando la consistencia de la información y los soportes presentados.

Adicionalmente, el proceso cuenta con el acompañamiento de **Auditoría Interna**, que realiza revisiones sobre la trazabilidad, calidad y respaldo de la información en la elaboración del Informe de Sostenibilidad. Tanto Auditoría Interna como el verificador externo acceden a los mismos sustentos y evidencias, asegurando una validación integral y alineada con los estándares de reporte corporativo.

23 **¿Se cuenta con un reporte de sostenibilidad que refleje los avances y/o resultados del programa? ***

Sí. Desde el lanzamiento del Programa Única en 2023, sus avances, resultados e indicadores se divulgan anualmente en el **Informe de Sostenibilidad de Global Bank**.

El informe se elabora con base en estándares y marcos internacionales que fortalecen el rigor, la transparencia y la comparabilidad de la información. Incluye los estándares **GRI**, indicadores **SASB** aplicables al sector financiero, las recomendaciones de **TCFD**, las métricas del **IBC del Foro Económico Mundial** y los avances en la implementación de los **Principios de Banca Responsable de UNEP FI**.

El Informe de Sostenibilidad 2024-2025 se publicó recientemente en la página web del Banco y presenta la gestión correspondiente al período fiscal 2024-2025, incorporando estándares y marcos internacionales para fortalecer la transparencia y comparabilidad de la información *(ver anexo 1).*

Los resultados del Programa Única se reportan en los apartados:

- **Capítulo 6, Banca Responsable**, en la sección de Productos y Servicios Sostenibles, donde se presentan los avances, alcance e indicadores del programa. Incluye el capítulo 02 de la Estrategia y en la página 24 se encuentra el compromiso con la inclusión y bienestar financiero, y con la igualdad de género.
- **Anexo II, Autoevaluación de los Principios de Banca Responsable**, donde se detallan los objetivos, metas, acciones e indicadores relacionados con la inclusión financiera y la igualdad de género.

La información divulgada se somete a **verificación externa independiente**, fortaleciendo la confiabilidad y trazabilidad de los resultados. Además, los avances del programa son revisados trimestralmente por el Comité Directivo de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad antes de su reporte anual.

Como evidencia del alcance de este ejercicio de rendición de cuentas, la campaña de divulgación del Informe de Sostenibilidad 2023-2024 generó más de **6 millones de impresiones**, alcanzó a más de **2 millones de usuarios** y registró más de **22 mil clics únicos** *(ver anexo 1).*

24 **¿Cuáles son las lecciones aprendidas y planes de mejora continua? ***

1. **Comunicación oportuna y segmentada:** mediante *focus groups*, identificamos que algunas clientas desconocen los beneficios de la comunidad Única o no participan por falta de recordación. Estamos fortaleciendo la comunicación mediante WhatsApp, redes sociales, correo y recordatorios. Además, crearemos una red nacional de Embajadoras Únicas, con colaboradoras voluntarias de Global Bank, para tener mayor alcance para difundir el propósito y beneficios del programa.
2. **Vinculación con no clientas:** la participación de no clientas (amigas y familiares de clientas) en las Experiencias Únicas evidencia interés en la propuesta. Estamos desarrollando comunicaciones personalizadas y rutas de vinculación para acercarlas a las soluciones financieras y no financieras del programa.
3. **Integralidad de la propuesta:** confirmamos que la inclusión financiera requiere combinar acceso, formación y soluciones que fortalezcan el bienestar financiero. Continuaremos realizando Experiencias Únicas a nivel nacional, incorporando contenidos sobre ahorro y planificación financiera, y adaptaremos soluciones que respondan a las necesidades y propósitos de las mujeres.
4. **Acceso y uso efectivo:** aprendimos que adquirir un producto no garantiza su uso ni el aprovechamiento de sus beneficios. Fortaleceremos la activación, comunicación y seguimiento de productos, asistencias y beneficios, incorporando *KPIs* y *OKRs* para impulsar su uso efectivo.
5. **Descentralización de oportunidades:** el Premio Mujeres Únicas confirmó la importancia de combinar canales para llegar a iniciativas en diversas comunidades. Reforzaremos campañas por área geográfica, alianzas y participación voluntaria de sucursales, líderes y colaboradores, especialmente en zonas rurales o de difícil acceso.
6. **Evaluación equitativa:** aprendimos que iniciativas con distintas trayectorias requieren criterios diferenciados. Desde la segunda edición incorporamos las categorías Semilla, Huella y Legado, además de subcriterios y rangos de calificación que fortalecen la transparencia y equidad del Premio.
7. **Medición, escucha y adaptación continua:** aprendimos que las cifras de alcance deben complementarse con mediciones que evidencien cambios en las beneficiarias. Por ello, fortaleceremos indicadores de bienestar financiero e impacto.

Conclusiones

Resume el recorrido del programa desde la situación inicial hasta los objetivos logrados/planteados.

25 Explicar de forma concisa cómo se ha pasado de una situación determinada a los objetivos planteados en el programa *

El Programa Única surgió para pasar de una oferta financiera tradicional a una propuesta integral capaz de responder a las brechas de acceso, uso y aprovechamiento de servicios financieros que enfrentan las mujeres en Panamá.

Desde 2021, con el acompañamiento técnico de IFC, realizamos un diagnóstico profundo que incluyó estudios de mercado con Kantar Mercaplan, análisis demográficos y de cartera, entrevistas, *focus groups*, mesas de trabajo multidisciplinarias y ejercicios de *design thinking*. Este proceso permitió comprender sus necesidades subyacentes, aspiraciones, comportamientos financieros y principales barreras, y convertir esos hallazgos en objetivos concretos de inclusión financiera, bienestar y desarrollo social.

Soluciones financieras: el primer paso fue adaptar condiciones a las realidades de las mujeres, facilitando su acceso al sistema financiero mediante préstamos hipotecarios, personales y de auto con parámetros más inclusivos. Además, lanzamos un producto diseñado exclusivamente para ellas: la tarjeta Visa Única, con seguro ante enfermedades graves, acumulación diferenciada de puntos Link en nuestro programa de lealtad con tarjetas de crédito, y planes de asistencia según etapa de vida. Así pasamos del diagnóstico a soluciones concretas que promueven acceso, uso y protección financiera.

Soluciones no financieras: la escucha activa evidenció que el acceso financiero debía complementarse con formación, bienestar y redes de apoyo. En respuesta, incorporamos las Experiencias Únicas, espacios gratuitos abiertos a clientas y no clientas, enfocados en salud y bienestar, desarrollo personal y profesional, y asesoría financiera. Estos espacios responden a una necesidad identificada en *focus groups*: contar con momentos para aprender, fortalecer su bienestar y salud, robustecer habilidades, tomar decisiones informadas y conectar con otras mujeres.

Componente comunitario: posteriormente, identificamos que muchas mujeres lideraban iniciativas sociales con potencial para transformar comunidades, pero necesitaban visibilidad, recursos y acompañamiento. Así nació el Premio Mujeres Únicas. En su primera edición recibimos 110 nominaciones y en la segunda 342. Al observar que solo el 10% de las nominaciones iniciales provenía del interior del país, establecimos una meta del 30% para ampliar el alcance territorial.

Con apoyo transversal de distintas áreas, implementamos campañas segmentadas y un sistema de referidas identificando mujeres líderes en diversas comunidades, resultando en 62 iniciativas postuladas, 3 de estas finalistas y 1 ganadora. Todas las postulaciones fueron evaluadas bajo los mismos criterios y etapas, garantizando transparencia, equidad e imparcialidad. Gracias a esta estrategia, el 58% de las nominaciones de la segunda edición provino del interior, superando ampliamente la meta, superando ampliamente la meta 28 puntos porcentuales (93% superior al objetivo establecido).

En dos ediciones, 18 finalistas recibieron incentivos económicos y acompañamiento mediante el Programa de Escalabilidad. En la segunda edición, fortalecimos el modelo de evaluación incorporando categorías según trayectoria: Semilla, Huella y Legado, junto con subcriterios y rangos de calificación específicos.

El seguimiento mensual mediante tableros de Power BI nos permite ajustar productos, beneficios y acciones. Tras superar las metas sociales iniciales alineadas con los Principios de Banca Responsable, las reformulamos hacia 2030. A junio de 2026, alcanzamos el 105% del cumplimiento esperado. Actualmente, Única evoluciona hacia soluciones diferenciadas para emprendedoras y empresarias, convirtiendo aprendizajes en metas progresivas y soluciones escalables.