

Análisis

Productos financieros dirigidos a mujeres en El Salvador: Tendencias y desafíos

Financial Products Targeting Women in El Salvador: Trends and Challenges

DOI: <https://doi.org/10.51378/reuca.v1i16.7930>

Fecha de recepción: 14 de agosto de 2023

Fecha de aceptación: 3 de noviembre de 2023

Carmen Elena Alvarado Flores

Investigadora independiente

alvaradoelena26@gmail.com

ORCID: 0009-0002-4581-6575

El Salvador

Franklin Brayan Arteaga Ponce

Investigador independiente

arteagaponce99@gmail.com

ORCID: 0009-0004-3048-9019

El Salvador

Sandra Noemy Benítez Cruz

Investigadora independiente

99bcsandra@gmail.com

ORCID: 0009-0005-6198-9400

El Salvador

Jackelyne Esmeralda Delgado Pérez

Investigadora independiente

jack.edp23@gmail.com

ORCID: 0009-0008-1401-0249

El Salvador



Resumen

Este artículo presenta un análisis de las diferencias entre productos y servicios financieros dirigidos a las mujeres y los tradicionales. Se desarrolla en el marco de la ejecución de la Política Nacional de Inclusión Financiera en El Salvador como un esfuerzo que beneficia la inserción de grupos vulnerables, entre ellos las mujeres, al sistema financiero. La metodología utilizada fue una investigación mixta de carácter descriptiva, con enfoque cualitativo por medio de identificación en los sitios web de las instituciones de la oferta de productos dirigidos a mujeres y cuantitativa por medio del levantamiento de una encuesta a 210 personas entre ellos mujeres y hombres. Los resultados muestran que los productos y servicios dirigidos a mujeres existentes presentan limitaciones de parte de la oferta la cual se centra en su mayor parte en oportunidades de financiamiento a empresarias. Asimismo, a pesar de enfocarse en la mujer, aún no alcanzan a cubrir en su totalidad los factores sociales, económicos y/o culturales que componen sus necesidades; en cuanto a la demanda el mayor impedimento al acceso y uso de dichos productos es el desconocimiento de los mismos por parte del usuario, uno de los factores claves. Se concluye que, al contrastar con la iniciativa de la Política Nacional de Inclusión Financiera se ve cubierto el enfoque destinado a apoyar a mujeres emprendedoras por medio de financiamiento. Sin embargo, hace falta extender la oferta a modo de abarcar otro tipo de necesidades que afectan a las mujeres. Además, se hace hincapié en la importancia de la difusión de este tipo de productos y servicios que, de la mano de programas de educación financiera, promuevan un ecosistema favorable para la inserción de las mujeres al sistema financiero.

Palabras clave: Mujer, género, finanzas, productos financieros, inclusión financiera.

Abstract

This article presents an analysis of the differences between traditional products and services and those financial products and services focused on women. The latter had been developed within the context of the implementation of the National Financial Inclusion Policy in El Salvador, as an effort that benefits the insertion of vulnerable groups, including women, into the financial system. The methodology used in this paper included a descriptive mixed research, with a qualitative approach through the identification on the websites of the institutions of the supply of products focused on women and a quantitative approach through a survey of 210 people, including women and men. The results show that the existing products and services aimed at women have limitations on the supply side, which is mostly focused on financing opportunities for women entrepreneurs, and that, despite considering women as a focus, they still do not fully cover the social, economic and/or cultural factors that make up their needs; on the demand side, the greatest impediment to access and use of these products is the lack of knowledge on the part of the user, one of the key factors. It is concluded that, in contrast with the National Financial Inclusion Policy initiative, the approach aimed at supporting women entrepreneurs through financing is covered; however, the offer needs to be extended to cover other types of needs that affect women. In addition, emphasis is placed on the importance of disseminating this type of products and services that, together with financial education programs, promote a favorable ecosystem for the insertion of women into the financial system.

Keywords: Women, gender, finances, Financial Products, Financial Inclusion

Introducción

La inclusión financiera se reconoce cómo un instrumento esencial para disminuir el nivel de pobreza, fomentar el desarrollo económico de las naciones y optimizar la igualdad de oportunidades. No obstante, aunque la temática se considera nueva, ésta se ha convertido en un punto clave en el centro del desarrollo internacional y económico. A inicios del nuevo milenio, se incrementó la periodicidad y se intensificaron las iniciativas por parte de las instituciones, de dirigir y promocionar productos y servicios financieros factibles a los sectores que no cuentan con privilegios, ni un nivel de ingresos aceptable (Soto, 2015, p. 2).

El Banco Mundial (2022), define la inclusión financiera como la capacidad con la que cuentan los individuos y las compañías para acceder a productos y servicios financieros que sean beneficiosos y accesibles, y principalmente que cubran las necesidades para una sostenibilidad responsable. Sin embargo, la Política Nacional de Inclusión Financiera para El Salvador tiene un concepto más simple de la inclusión financiera, definiéndose cómo el acceso y uso de una variedad de productos y servicios que sean sostenibles, y de un alto nivel de calidad para los individuos y las entidades (CNIEF, 2021, p. 9).

Desde 2012, El Salvador ha reaccionado de forma relevante en favor de la inclusión financiera, especialmente, en individuos desvalidos que principalmente son mujeres. En 2015, el órgano legislativo aprobó la Ley para facilitar la Inclusión Financiera, la cual procura disminuir costos para las personas usuarias del sistema financiero. Especialmente, busca propiciar y promover la inclusión y competitividad dentro del mismo, además de la creación de bases para la formulación de políticas públicas a fin de impulsar la inclusión financiera (Asamblea Legislativa, 2015). En consecuencia, se creó el Consejo Nacional de Inclusión y Educación Financiera integrado por titulares de las siguientes entidades: Superintendencia del Sistema Financiero, Banco Central de Reserva, Ministerio de Economía, Instituto de Garantía de Depósitos, Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, Banco de Desarrollo de la República de El Salvador, Defensoría del Consumidor, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa y el Banco de Fomento Agropecuario (Presidencia de la República de El Salvador, 2019), quienes el 15 de marzo de

2021 efectuaron la publicación oficial de la Política Nacional de Inclusión Financiera aprobada por el Presidente de El Salvador, con el fin de establecer directrices generales que inicien un sistema financiero inclusivo, en el que se pretende que las mujeres, las personas con bajos ingresos, así como las micro, pequeñas y medianas empresas puedan hacer uso de los servicios y productos financieros de forma segura, transparente y eficiente. Para cumplir este propósito es indispensable fortalecer la preparación y el empoderamiento financiero de los consumidores (CNIEF, 2021, p. 9).

La definición de ONU Mujeres (2021) enfatiza que la inclusión financiera desde el punto de vista de género es un proceso en el que se planifican y desarrollan iniciativas del sector público y privado para disminuir las diversas barreras, permitiendo un desarrollo a las mujeres con el que sean más autónomas financieramente y así mismo tengan un mejor manejo de las circunstancias difíciles en su vida y los negocios. Esta definición enfatiza lo importante de abordar la brecha de género en la accesibilidad a servicios financieros como una medida de éxito para disminuir la pobreza y fomentar la igualdad de género (ONU Mujeres, 2021, p. 16).

Con relación al desarrollo de la Política Nacional de Inclusión Financiera en El Salvador en cuanto a las mujeres se muestra como antecedente que en la encuesta realizada por el Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR, 2016), se obtuvo excelente información sobre la posesión de al menos un producto financiero por género, incluyendo créditos, ahorros, pensiones y seguros. Los resultados revelaron que las mujeres tenían una desventaja del 13% en comparación con los hombres (p. 60), razón por la cual una de las acciones que asumió el Banco Central de Reserva se encuentra aumentar los servicios y productos financieros adecuados a mujeres utilizando los servicios financieros digitales y otros elementos tecnológicos innovadores como medio de aplicación y escalabilidad para el desarrollo de éstos (Aráuz, 2020, p. 10). El Decreto Ejecutivo N° 28 del 18 de octubre de 2019, que se publicó en el *Diario Oficial* N° 196, Tomo 425 del mismo día, tiene como propósito de establecer la creación del Consejo Nacional de Inclusión y Educación Financiera. Asimismo, este decreto ordena los objetivos y pautas para la implementación de la Política Nacional de Inclusión Financiera enfocada en garantizar la inclusión financiera de tres principales segmentos:

Personas de menores ingresos, mujeres y MIPYMES. Dicha política se ejecutará de manera gradual, comenzando por la aplicación de la primera fase durante los años 2021 a 2024.

Los resultados obtenidos por el BCR (2022), en relación a la tenencia de al menos un producto financiero por parte de las mujeres, destacan que, la desventaja existente ante los hombres en el 2016 ha disminuido de forma leve hacia un 11% (BCR, 2022, p. 15), lo cual evidencia un lento avance a pesar de los cambios que ha tenido la oferta de productos y servicios en esos años. Según Roa (2021), salvo algunas excepciones, dentro del sistema financiero la oferta de productos dirigidos a mujeres suele estar desprovistos de perspectiva de género, resultando en productos financieros similares a los destinados a otros grupos vulnerables (Roa, 2021, p. 15). Por lo tanto, al no tomar en cuenta aspectos importantes y específicos que atañen a las mujeres, muchos de los programas diseñados en beneficio a estas no cumplen los resultados previstos.

La oferta de productos y/o servicios financieros se encuentra limitada en el acceso por múltiples factores, tanto del lado de la oferta como de la demanda, destacando como aspecto diferenciador el género, tal como se demuestra en estudios de Martínez et al. (2022) "las probabilidades de uso de los instrumentos aplicados son menores cuando los solicitantes son mujeres que cuando son hombres" (Martínez et al., 2022, p. 36). De igual forma, existen diversas iniciativas de instrumentos financieros que buscan procurar el empoderamiento financiero femenino, por medio de estas se hace clara la relevancia del papel que desempeñan los bancos nacionales de desarrollo como promotores y referentes en temas de igualdad de género para el resto de entidades financieras. Por ejemplo, en el caso de México, donde surgió una propuesta en coordinación con un banco nacional de desarrollo que trataba fideicomisos instituidos a favor del sector agrícola con apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, conjunto a la emisión de un bono social con enfoque de género que destinase los ingresos obtenidos para financiamiento de proyectos liderados por mujeres en sectores agrícolas, pesqueros, forestales o agroalimentarios. Un estudio posterior asegura que, para las instituciones comprometidas en erradicar la desigualdad de género, este tipo de bonos sociales se plantean como un recurso prometedor para garantizar el acceso al financiamiento, puestos de liderazgo y paridad

en el mercado laboral por parte de las mujeres (Andrade y Prado, 2020, p. 9).

Se adquirió conocimiento también del programa ProAhorros, liderado por el laboratorio de innovación del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo, el cual pretendía estimular el componente del ahorro mediante productos dirigidos a grupos en situación de vulnerabilidad, entre ellos, mujeres. Según Chauliac (2019): "En la región de América Latina y el Caribe, las entidades que atienden estos segmentos se han enfocado principalmente en la oferta de productos de crédito" (Chauliac, 2019, p. 2). En este punto, se evidencia la falta de productos destinados a otros componentes como el ahorro e inversión que, de la mano con educación financiera, funcionan como un punto fundamental en el camino a seguir hacia una plena inclusión financiera.

Dentro de la era digital, el uso de Fintech surge como ventaja y punto de oportunidad para el diseño de propuestas de productos o servicios financieros, ya que, por medio del acceso con dispositivos móviles podrían aminorarse los costos referentes a tiempo y movilidad, además de brindar un aspecto innovador en cuanto a factores de elegibilidad al solicitar un producto y potenciar la calidad del mismo con sistemas automáticos que analicen perfil crediticio, identifiquen potenciales mejoras según el patrón de transacciones de los usuarios, ayuden a prevenir fraudes, entre otros.

Un caso de estudio en Ecuador denota la necesidad, por parte de emprendimientos liderados por mujeres, de microcréditos como una opción alterna de financiamiento, que además logren su inserción al sistema financiero formal.

En este punto, habiendo culminado la explicación de los estudios consultados cabe destacar la poca cantidad de material bibliográfico que aborda directamente esta temática.

Con lo anterior se plantearon los siguientes objetivos:

- Identificar la oferta de productos financieros dirigidos a mujeres por parte de las Instituciones Financieras Supervisadas en El Salvador
- Conocer las percepciones sobre el conocimiento de los productos financieros dirigidos a mujeres.
- Determinar si existen diferencias entre los productos financieros tradicionales y los dirigidos a mujeres.

Metodología

El presente análisis corresponde a una investigación mixta con enfoque cualitativo y cuantitativo de carácter descriptiva dividida en dos fases.

La fase 1 se realizó por medio de consultas en sitios web, como punto de partida se estableció la población de instituciones financieras a tomar en cuenta según los siguientes criterios de selección:

- Instituciones financieras supervisadas por la Superintendencia del Sistema Financiero.
- Instituciones financieras autorizadas para captar fondos del público.
- Instituciones financieras que posean páginas web.

En la fase 2 por medio de una encuesta a 210 personas: 28 hombres y 182 mujeres, se consultó sobre el conocimiento de estos productos y si a su percepción en relación a las diferencias que existen entre ellos.

El tipo de muestreo utilizado es el no probabilístico intencional, tomando en cuenta únicamente aquellas entidades que cumplían con el criterio de brindar como mínimo un producto dirigido a las mujeres. En el caso de las personas encuestadas se realizó un muestreo aleatorio por conveniencia.

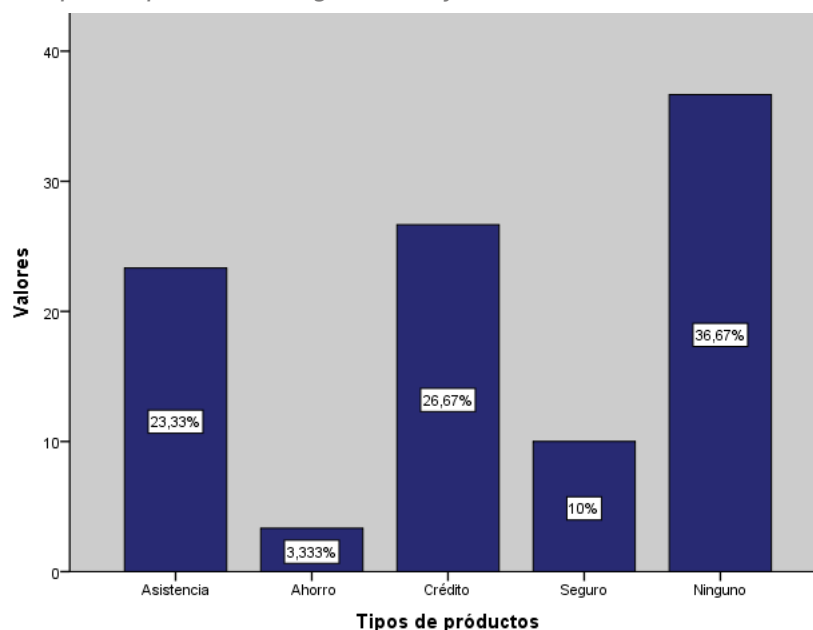
Resultados

Oferta de productos financieros dirigidos a mujeres

Como resultado de la investigación, se obtuvieron 20 entidades distribuidas de la siguiente forma: Dos bancos estatales, cinco bancos cooperativos autorizados para captar depósitos del público, cuatro Sociedades de Ahorro y Crédito y nueve bancos privados. En el estudio llevado a cabo por Alvarado et al. (2023), se identificó a las Instituciones Financieras que cumplían con los criterios establecidos y se determinó que únicamente once ofrecen productos orientados a mujeres, lo que representa un 47.83% de las instituciones (p.16).

Con respecto a las once instituciones, proveen principalmente créditos dirigidos a mujeres emprendedoras; de los cuales, ocho incluyen servicios adicionales de formación y asesoría técnica en temas financieros. Además, se validaron cuatro seguros específicamente diseñados para mujeres, estos seguros cubren situaciones como el robo de bolsos, el diagnóstico de cáncer de mama o cervicouterino, y también brindan protección en caso de fallecimiento debido a enfermedad o accidente, así como para el primer diagnóstico de diversos tipos de cáncer femenino. Por último, también se ha identificado un producto de ahorro acompañado de educación financiera (Alvarado et al., 2023, p.48). Los datos se muestran en la figura 1.

Figura 1: Distribución de tipos de productos dirigidos a mujeres



Nota: Datos tomado de Alvarado et al. (2023)

En cuanto a los créditos, el estudio señala que la diferencia en relación a los productos tradicionales radica en tasas de interés más bajas, plazos más flexibles y periodos de gracia adicionales. Además, suelen incluir beneficios complementarios, como talleres de educación financiera, valoración gratuita de activos y acceso a programas de capacitación empresarial. Otra diferencia importante es la flexibilidad en las garantías y opciones de financiamiento, lo que permite acceder a créditos con garantías más accesibles, como alianzas con fondos de garantías o la posibilidad de presentar referencias crediticias alternativas. Es importante destacar que en este tipo de productos también contemplan el apoyo durante el embarazo y la maternidad, brindando flexibilidad en los términos del crédito y beneficios especiales adaptados a estas etapas de la vida. En contraste, el producto de ahorro ofrece servicio de asesoramiento financiero personalizado para mujeres, brindando orientación específica sobre cómo alcanzar objetivos financieros y los productos de seguro dirigidos a mujeres se diferencian de los productos tradicionales al proporcionar coberturas que abordan los riesgos y desafíos específicos que enfrentan las mujeres.

Tanto los créditos como los productos de ahorro y seguros dirigidos a mujeres ofrecen beneficios y servicios adaptados a las necesidades y circunstancias particulares de las mujeres, abordando sus desafíos y riesgos específicos, sin embargo, es necesario diseñar e incentivar la participación en el ahorro, seguro y demás productos y servicios para este grupo.

A fin de identificar las percepciones sobre los productos financieros dirigidos a mujeres se encuestó 210 personas donde 86.7%, eran mujeres y 13.3% hombres.

Percepciones sobre el conocimiento de los productos financieros dirigidos a mujeres

Se investigó el nivel de familiaridad de las mujeres con respecto a los productos financieros como ahorros, seguros y préstamos diseñados específicamente para ellas. Los resultados revelaron que el 75.44% desconocía los productos de ahorro o seguro, mientras que el 71.01% no estaba al tanto de los productos de financiamiento disponibles. Este desconocimiento sobre la existencia de estos productos financieros puede atribuirse a la escasa representación y promoción de los mismos en

publicidad, medios de comunicación y otros canales de difusión dirigidos hacia el público femenino (Alvarado et al., 2023, p. 53).

Para Alvarado et al. (2023) la falta de familiaridad con estos productos financieros puede obstaculizar el acceder a alternativas de ahorro, protección y financiamiento. Además, la falta de información clara y accesible puede dificultar que las mujeres tomen decisiones financieras fundamentadas y aprovechen las oportunidades que brindan estos productos (Alvarado et al., 2023, p. 53).

Diferencias entre los productos financieros dirigidos a mujeres y los tradicionales

En relación a esto, "el 80% considera que el género no constituye un obstáculo en el acceso a productos y servicios financieros" (Alvarado et al., 2023, p. 53). De acuerdo con Alvarado et al. (2023) la mayoría no ha percibido un trato diferencial respecto a esta variable; sin embargo, algunas opiniones reconocen que, a pesar de su experiencia propia, no es el mismo caso para personas en condiciones más vulnerables. En este punto prima resaltar que los rasgos de la muestra son: poseer estudios superiores, empleo formal, salario fijo y residir en zonas urbanas, lo cual constituye una ventaja en el acceso al sistema financiero a diferencia de otros grupos vulnerables (Alvarado et al., 2023, p. 53).

Según Alvarado et al. (2023) las respuestas reflejan dos áreas principales; el aspecto económico, en el que se menciona la existencia de la brecha salarial de género, la importancia de contar con una fuente de ingresos estable y verificable, como un trabajo permanente. La otra área abordada es el aspecto cultural, donde se mencionan las restricciones que enfrentan las mujeres embarazadas, madres solteras y amas de casa que desempeñan el papel tradicionalmente asignados, como encargadas del cuidado de los hijos y del hogar, incluyendo la necesidad de renunciar a empleos estables para poder cumplir con dichas obligaciones (Alvarado et al., 2023, p. 52).

Conclusión

En su mayoría los productos orientados a las mujeres se enfocan en créditos exclusivos para emprendedoras, en línea con la iniciativa de la Política Nacional que aborda

los desafíos de este segmento prioritario. Estos créditos van acompañados de asesorías y capacitaciones para promover el desarrollo de los emprendimientos, especialmente en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, la oferta de este tipo de productos no se extiende a mujeres que se encuentran en otras situaciones de vulnerabilidad. Por lo tanto, es fundamental considerar la necesidad de diseñar una gama más diversa de productos que incluya opciones de ahorro, depósitos a plazo, seguros y tarjetas de débito o crédito. De esta manera, se brindaría a todas las mujeres, sin importar su situación, oportunidades financieras inclusivas y adaptadas a sus necesidades específicas.

A pesar de la existencia de este tipo de productos específicamente diseñados para mujeres, se evidencia un desconocimiento generalizado sobre los mismos. Ello puede obstaculizar el acceso a alternativas de ahorro, seguros y financiamiento, así como también, puede generar una percepción errónea de que no existen diferencias en estos productos en comparación con los tradicionales. Para abordar esta situación, es de suma importancia la representación y promoción de los productos en medios de comunicación, así como el acercamiento a la población a la que está dirigida. Estas medidas contribuirán a desarrollar el conocimiento y percepción de las opciones que ofrece el sistema financiero.

El hecho de adoptar una perspectiva de género establece una diferencia clara en el sistema financiero tradicional, ya que, por lo general la oferta de productos financieros tradicionalmente no contempla cómo los factores económicos, laborales, culturales afectan de manera distinta a mujeres y hombres. Dicha perspectiva de género pretende reflejarse mediante el diseño de productos dirigidos a mujeres que reconocen la posición de estas como un grupo vulnerable socialmente y proporcionan coberturas específicas que abordan los riesgos y desafíos que estas enfrentan.

La oferta de productos dirigidos a mujeres se caracteriza y diferencia por la concesión de tasas de interés más bajas, plazos más flexibles, periodos de gracia adicionales, beneficios complementarios como talleres de educación financiera, valoración gratuita de activos y acceso a programas de capacitación empresarial. Sin embargo, a

pesar de los beneficios anteriormente mencionados, se debe seguir ahondando en el desarrollo de un enfoque de género íntegro que expanda su atención a más mujeres en diferentes condiciones o roles.

Aparentemente, la mayor parte de los usuarios que formaron parte del estudio no percibe un trato diferencial según el género al momento de acceder a productos y servicios financieros. Por el contrario, se reconoce como un factor ajeno a la evaluación que realizan las entidades financieras sobre el perfil de un posible cliente. No obstante, se reconocen las diferencias sustanciales que podrían tener las mujeres en condiciones de vulnerabilidad, estas limitaciones están especialmente relacionadas a lo económico y cultural. Además, se subraya la importancia de que las instituciones financieras se comprometan a implementar más programas en beneficio de las mujeres, esto también implica garantizar el acceso equitativo a los servicios financieros, eliminar barreras y promover la educación financiera para empoderar a las mujeres en la toma de decisiones sobre sus finanzas.

Durante los últimos años la inclusión financiera se ha visto impulsada gradualmente, bajo esta línea actualmente se está diseñando productos financieros con perspectiva de género, dentro de esta tendencia se puede observar la inclinación hacia el componente de financiamiento y atención a mujeres emprendedoras como ejes centrales del catálogo de productos y servicios ofrecidos por las entidades, además de la cobertura de necesidades y afectaciones por medio de seguros médicos que salvaguarden la salud de las mujeres.

Por otra parte, se visualiza como principal desafío el empoderamiento de las usuarias dentro del sistema financiero a través del fortalecimiento de sus capacidades y conocimientos financieros; es necesario que las mujeres conozcan, accedan y usen los productos a su disposición y que, a su vez, demanden lo que aún no se les ofrece. Asimismo, es importante que las entidades financieras trasciendan más allá de la creación de productos y busquen la plena inclusión del género ofreciendo productos y servicios a los que realmente puedan acceder, utilizar y garantizar la calidad de estos, para generar un impacto beneficioso para el segmento al que han sido dirigidos y cumpliendo el objetivo con el que han sido diseñados.

Discusión

La Política de Inclusión Financiera en El Salvador propuso identificar y superar los obstáculos que impiden el acceso de las mujeres al sistema financiero, con el fin de ofrecer más opciones que garanticen la seguridad y estabilidad financiera a corto y largo plazo.

Recalcando lo que Chauliac (2019) afirmó en relación a la oferta de productos financieros destinados a mujeres, en la región de América Latina y El Caribe las entidades financieras proporcionan en mayor medida productos orientados a proveer opciones de financiamiento (Chauliac, 2019, p. 2). El Salvador no es la excepción, debido a que enfrenta desafíos significativos en cuanto a la diversidad de productos financieros disponibles, dado que la oferta sigue siendo limitada y se centra principalmente en financiamiento para mujeres emprendedoras.

Este aumento de productos financieros dirigidos a mujeres empresarias no ha generado el adecuado impacto, ya que según los resultados del BCR (2019) se dio a conocer que el 40% de las microempresas son propiedad de mujeres, sin embargo, a medida que crece la empresa es menos probable que una mujer sea la propietaria (BCR, 2019, p. 9). Esta tendencia puede atribuirse a una variedad de factores, como estereotipos y prejuicios de género, cargas familiares y responsabilidades domésticas, así como el acceso limitado a financiamiento. Algunos de estos factores son abordados por Azar et al. (2020), en el que se expresa que las mujeres crean empresas más pequeñas y a menudo no registradas en la economía informal debido a la falta de ingresos y las obligaciones familiares y domésticas. Como resultado, las instituciones financieras las consideran de alto riesgo, lo que resulta en préstamos de menor cuantía y tasas de interés altas (Azar et al., 2020, p. 13).

En otra instancia, ONU Mujeres (2021) señala que la innovación en productos y servicios financieros resulta crucial, junto con la habilidad de adaptarlos a las necesidades de diversos grupos de mujeres, teniendo en consideración sus circunstancias particulares (ONU Mujeres, 2021, p. 36). En ese sentido es necesario diseñar y promover una mayor diversidad de productos y servicios que tomen en cuenta los diferentes contextos de las mujeres. Esto implica que para comprender

mejor las necesidades financieras de las mujeres, es de suma importancia recurrir a herramientas y recopilar información directamente de las zonas vulnerables, tal como lo destaca Saavedra (2020), el correcto empleo de herramientas como las encuestas permite reconocer las necesidades y dificultades a las que se enfrentan las mujeres (Saavedra, 2020, pp. 111-112).

Otro aspecto a plantearse es el desconocimiento de los productos financieros dirigidos a mujeres por parte de la población, el cual puede abordarse implementando estrategias efectivas de difusión para promover su acceso y uso efectivo de los mismos y a su vez la toma de decisiones informadas. Asimismo, la falta de conocimiento puede generar una percepción sobre una nula diferencia entre los productos y servicios financieros comunes ofrecidos al público en general, y los ofrecidos específicamente al sector mujeres. A partir de esto prima resaltar que, desde inicios del nuevo milenio se ha identificado la preocupación por parte de los gobiernos para colocar a la inclusión financiera como un pilar dentro la agenda de desarrollo de los países. Sobre este punto, López et al. (2022) expresa que los Bancos Nacionales poseen dentro de sus roles la oportunidad de ser catalizadores de cambio que moldeen un ecosistema financiero que amplíe el acceso, promueva el uso y asegure la calidad de los productos financieros para empresas lideradas por mujeres (López et al., 2022, p. 57). Cabe recalcar que dicho compromiso también debe aplicarse al resto del sector femenino.

Por tanto, para que exista un cambio de percepción y se visibilice el esfuerzo que se está realizando para la inserción de las mujeres al sistema financiero, es de suma importancia que las entidades financieras públicas y privadas incrementen la promoción de los productos y servicios ofrecidos a este sector, además de promover su uso por medio de recursos digitales que puedan favorecer el acceso y disminuyan costos de movilidad o tiempo.

Recomendaciones para futuras investigaciones

Dado que la investigación se ha centrado principalmente en personas que residen en áreas urbanas, existe una falta de conocimiento en relación con los desafíos

específicos que las mujeres enfrentan en entornos rurales. Esta falta de información abre la puerta a nuevas investigaciones, para comprender el papel que desempeñan los factores socioeconómicos, culturales y estructurales en la inclusión financiera de las mujeres rurales, así como identificar las intervenciones y políticas efectivas para promover la equidad de género en estas regiones.

Referencias bibliográficas

- Alvarado, C. E., Arteaga, F. B., Benítez, S. N., y Delgado, J. E. (2023). *Análisis de la Política Nacional de Inclusión Financiera para El Salvador – Productos dirigidos a mujeres* [trabajo de graduación en impresión]. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.
- Andrade, G. y Prado, G. (2020). *Innovación financiera para apoyar empresas dirigidas por mujeres: Primer bono de género en México y el rol de los bancos nacionales de desarrollo*. BID. <https://doi.org/10.18235/0002810>
- Aráuz, P. A. (2020). Inclusión financiera “Principales avances desde un enfoque de género para la independencia financiera de la Mujer”. *Inclusión Financiera* (XXXIII), 256.
- Asamblea Legislativa de la República de El Salvador (2015). Decreto Legislativo 72. *Ley para facilitar la Inclusión Financiera en El Salvador*. *Diario Oficial* (408), 160.
- Azar, K., Lara, E., Mejía D. (2020). *Inclusión financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política*. Banco de Desarrollo de América Latina.
- Banco Central de Reserva de El Salvador (2016). *Demanda nacional de Servicios Financieros*. Banco Central de Reserva de El Salvador (2019). *Resultados de la Encuesta Nacional de Acceso al Financiamiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)*.
- Banco Central de Reserva de El Salvador (2022). *Resultados de la Encuesta Nacional de Acceso y uso de productos y Servicios Financieros 2022*.
- Banco Mundial (2022). *Inclusión financiera*. <https://tinyurl.com/yfnpyydk>
- Chauliac, S. (2019). *Vinculando pagos de protección social con el ahorro: Programa proahorros*. BID. <https://doi.org/10.18235/0001940>
- Consejo Nacional de Inclusión y Educación Financiera (2021). *Política Nacional de Inclusión Financiera*. <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/387473516.pdf>
- López Mayher, C., Azar, K., y Andrade, G. (2022). *Mejores prácticas para el financiamiento de mipyme de mujeres en América Latina y el Caribe: recomendaciones para bancos nacionales de desarrollo*. BID. <https://doi.org/10.18235/0004295>
- Martínez, L. B., Guercio, M. B., Orazi, S., y Vigier, H. (2022). Instrumentos financieros claves para la inclusión financiera en América Latina. *Revista Finanzas y Política Económica*, 14(1), 17-47. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v14.n1.2022.2>
- ONUMujeres(2021). *Finanzas para todas. Experiencias e iniciativas innovadoras para la inclusión financiera de las mujeres y una recuperación con lentes de género en América Latina*. ONU Mujeres, América Latina y el Caribe. https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Documentos/Publicaciones/2021/12/FinanzasParaTodas_02-12-21_Signed.pdf

- Presidencia de la República de El Salvador (2019). Decreto Ejecutivo 28. *Creación del Consejo Nacional de Inclusión y Educación Financiera*. *Diario Oficial* (425), 196.
- Roa, M. J. (2021). *Normas sociales: la barrera invisible de la inclusión financiera de la mujer*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://repositorio.cepal.org/items/ed53b270-69e6-46fe-abbf-5d4ad8ddedcc>
- Saavedra Salinas, N. A. (2020). *Encuesta de inclusión financiera con perspectiva de género: Propuesta conceptual*. BID. <https://doi.org/10.18235/0002669>
- Soto, I. P. (2015). Avances en la Inclusión Financiera en la Región Centroamericana, Panamá y República Dominicana. *Notas Económicas Regionales*, 84 <https://tinyurl.com/2ouzs4td>