

INFORME

HACIA UN SISTEMA FINANCIERO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE 2025

 **SUPERINTENDENCIA
DE BANCOS**
REPÚBLICA DOMINICANA

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	1
<u>Introducción</u>	5
<u>Metodología</u>	7
<u>Marco institucional y políticas de inclusión financiera dirigidas a poblaciones vulnerables</u> iNuevo!	10
▪ <u>Género</u>	16
▪ <u>Mipymes lideradas por mujeres</u> iNuevo!	35
▪ <u>Personas con Discapacidad (PCD)</u>	61
▪ <u>Población plateada (PE)</u>	80
▪ <u>Migrantes</u>	95
▪ <u>Sostenibilidad</u>	105
<u>Ranking de Inclusión Financiera</u> iNuevo!	120
<u>Anexos</u>	132

RESUMEN EJECUTIVO

Detrás de cada indicador financiero hay una historia: la de grupos de la sociedad que buscan oportunidades, inclusión y una participación en el desarrollo económico. Este informe presenta los resultados de encuestas aplicadas tanto a las entidades de intermediación financiera como a las usuarias y usuarios del sistema, pertenecientes a diversos segmentos en situación de vulnerabilidad.

Entre los grupos analizados se incluyen personas con discapacidad, personas migrantes, población envejeciente, Mipymes lideradas por mujeres y otros colectivos que enfrentan desafíos significativos para acceder al sistema financiero formal.

Este documento trasciende los datos cuantitativos e incorpora las voces y experiencias de quienes aún encuentran barreras para su inclusión financiera, con el fin de orientar políticas y soluciones más equitativas, empáticas y sostenibles, que contribuyan a garantizar un sistema financiero accesible para todas y todos.



GÉNERO

El sistema financiero dominicano muestra avances importantes en la inclusión financiera con enfoque de género, donde se destacan el aumento en la tenencia de cuentas y acceso al crédito por parte de las mujeres. Actualmente, ellas representan el 48 % del total de personas deudoras. Sin embargo, persisten brechas importantes, especialmente en el diseño y oferta de productos financieros especializados para mujeres.

A nivel institucional, el 48 % de las EIF cuenta con políticas de igualdad de género y el 18 % ofrece programas de educación financiera dirigidos a mujeres. Además, el 20 % destina presupuesto específico para iniciativas con enfoque de género.

Aunque el 27 % mantiene alianzas estratégicas y el 14 % posee certificaciones relacionadas con igualdad y buenas prácticas, solo el 14 % dispone de productos diseñados exclusivamente para mujeres, lo que refleja una importante oportunidad para diversificar y adaptar las soluciones financieras a sus necesidades.

Desde la perspectiva de las usuarias, la percepción general es positiva; el 65 % manifiesta un alto nivel de confianza y satisfacción con su entidad financiera, y más del 90 % (tanto mujeres y hombres) señala estar satisfecho con los productos y trato recibido. No obstante, aún se requieren políticas más integrales y transversales que garanticen igualdad de condiciones en el acceso, uso y calidad de los servicios financieros.



MIPYMES LIDERADAS POR MUJERES

Las Mipymes lideradas por mujeres constituyen un pilar fundamental para la inclusión financiera y el desarrollo económico del país. Iniciativas como el Women Entrepreneurs Finance Code (WE-Fi Code) han posicionado a la República Dominicana como referente regional. Esta iniciativa abre las puertas a la creación de normativas orientadas a promover la generación de datos de Mipymes desagregados por género, con el propósito central de cerrar la brecha de financiamiento de género mediante una mayor transparencia, una rendición de cuentas más sólida y la implementación de medidas de apoyo efectivas.

Las principales barreras identificadas para las Mipymes lideradas por mujeres incluyen la falta de historial crediticio, las garantías insuficientes y la limitada información financiera. Aun así, las EIF están implementando programas de capacitación, mentoría y educación financiera que fortalecen el empoderamiento económico de las empresarias y apoyan la digitalización de sus negocios.



ENVEJECIENTES

La población envejeciente presenta una participación creciente en el sistema financiero, aunque aún muestra diferencias significativas en comparación con los grupos más jóvenes. Su acceso se concentra principalmente en productos tradicionales de ahorro, con una menor adopción de canales digitales debido a limitaciones tecnológicas y percepciones de inseguridad. El 16 % de los adultos mayores encuestados reportó haber sido rechazado al solicitar algún servicio financiero por motivos relacionados con su edad.

Las entidades de intermediación financiera han comenzado a adaptar sus servicios mediante la incorporación de atención preferencial, canales presenciales y programas de educación financiera dirigidos a personas mayores de 65 años. No obstante, persiste la necesidad de fortalecer la accesibilidad tecnológica y la inclusión digital de este grupo, impulsando productos diseñados específicamente para su estabilidad y bienestar financiero.



MIGRANTES

Los migrantes enfrentan barreras significativas para acceder al sistema financiero formal, especialmente relacionadas con la documentación requerida y la falta de historial crediticio.

Un 45 % de los migrantes indicó haber tenido que presentar documentación adicional al momento de solicitar un producto financiero, lo que sugiere la existencia de procesos más estrictos de verificación o falta de uniformidad en los procedimientos aplicados a este grupo.

En relación con el nivel de confianza en su entidad de intermediación financiera principal, el 77 % de las personas migrantes reportó tener total confianza en su institución.

Las entidades financieras han empezado a implementar mecanismos de inclusión, como productos simplificados, cuentas básicas y programas de remesas con costos reducidos; sin embargo, el alcance de estas iniciativas sigue siendo limitado.



PERSONAS CON DISCAPACIDAD

El 45 % de las entidades cuenta con páginas web accesibles, el 20% con aplicaciones móviles accesibles y el 84 % con rampas o infraestructura adaptada en sucursales, evidenciando progresos en accesibilidad física y digital. Aun así, persisten brechas en la oferta de productos y servicios inclusivos y en la capacitación del personal sobre atención adaptada para este segmento. Por ello, fortalecer la accesibilidad universal y la educación financiera inclusiva continúa siendo esencial para garantizar la igualdad de oportunidades.

El sistema financiero dominicano avanza hacia una mayor accesibilidad mediante la implementación de políticas y normativas. Un ejemplo de ello es la Carta Circular CCI-REG-202300021 Guía de Accesibilidad a las Oficinas y Sucursales de las Entidades, que promueve la inclusión de las personas con discapacidad.



SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad emerge como un eje estratégico dentro del sistema financiero dominicano. El 45 % de las entidades financieras cuenta con políticas vinculadas a la sostenibilidad, destacando acciones en eficiencia energética, reciclaje, gestión de residuos y financiamiento verde. El 39 % ofrece productos financieros sostenibles, principalmente préstamos destinados a paneles solares, reformas estructurales y vehículos eléctricos. Desde la perspectiva de la demanda, el 65 % de los usuarios considera la sostenibilidad como un aspecto muy importante en los servicios financieros, aunque el 43 % desconoce si su entidad ofrece productos de este tipo. Estos hallazgos evidencian la necesidad de fortalecer la comunicación, la transparencia y la educación financiera verde, fomentando así una cultura de sostenibilidad dentro del sector financiero.

INTRODUCCIÓN

La edición 2025 de esta informe marca un avance significativo en los esfuerzos de la Superintendencia de Bancos por promover un sector financiero más equitativo, diverso y orientado al bienestar de toda la población, y en especial de los segmentos vulnerables. Por primera vez, este informe incorpora un ranking de inclusión financiera, una herramienta de medición diseñada para evaluar el desempeño de las entidades de intermediación financiera (EIF) en materia de acceso, uso, calidad, y estrategias institucionales con enfoque inclusivo y sostenible.

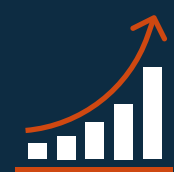
Este ranking permite dimensionar de manera objetiva los avances y brechas existentes en las EIF, facilitando la identificación de oportunidades de mejora y promoviendo estándares más elevados de responsabilidad e innovación social. Asimismo, el informe presenta un análisis detallado de los progresos del sector en áreas clave como equidad de género, personas migrantes, personas con discapacidad, población envejeciente, Mipymes lideradas por mujeres y sostenibilidad financiera.



OBJETIVOS



Visibilizar los avances y desafíos de las EIF en materia de inclusión y sostenibilidad.



Medir el nivel de inclusión financiera logrado por las EIF supervisadas por la SB a través del nuevo Ranking de Inclusión Financiera.



Generar insumos para la formulación de guías que contribuyan al bienestar de las usuarias y usuarios.



Impulsar la creación de políticas y productos financieros adaptados a las necesidades de los segmentos vulnerables.



Fomentar la educación financiera y la participación equitativa de estos segmentos en el sistema financiero.

METODOLOGÍA

Este informe se sustenta en datos provenientes tanto de la oferta como de la demanda de servicios financieros, con el fin de proporcionar una perspectiva actualizada del nivel de inclusión financiera en el sistema.

Para el análisis de la oferta, se realizó una encuesta a las EIF a través de la plataforma SurveyMonkey. Los datos recopilados corresponden al corte del 31 de agosto de 2025 y fueron sometidos a un proceso de validación por las propias entidades, sin intervención ni ajustes por parte de la Superintendencia de Bancos (SB).

Adicionalmente, se analizaron los reportes remitidos por las EIF a la SB, los cuales complementan la información de la encuesta. Estos reportes presentan cortes al 31 de diciembre de 2024 y al 30 de junio de 2025, conforme a la periodicidad establecida para cada tipo de información.

Por otro lado, la información relativa a la demanda se obtuvo mediante una encuesta aplicada a usuarios del sistema financiero, en colaboración con una empresa especializada en estudios de mercado. Para el levantamiento se utilizaron metodologías CAPI (Computer-Assisted Personal Interviewing), CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing) y CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing). La muestra estuvo conformada por 1,202 usuarias y usuarios, y 200 Mipymes lideradas por mujeres, los cuales poseen productos financieros ofrecidos por entidades supervisadas por la SB, lo que permitió captar percepciones, hábitos, y niveles de interacción con los servicios digitales y la accesibilidad de las sucursales u oficinas.

TOTAL DE ENCUESTADOS

TIPO DE POBLACIÓN:

Población General (18-65 años)	501 (42 %)
Adultos mayores (+65 años)	351 (29 %)
Personas con discapacidad	260 (22 %)
Inmigrantes	90 (7 %)

TIPO DE EMPRESA:

Microempresa (hasta 10 empleados)	76 (36 %)
Pequeña Empresa (11-50 empleados)	68 (33 %)
Mediana Empresa (51-150 empleados)	66 (31 %)

USUARIOS Y USUARIAS

1,202

Mipymes LIDERADAS POR MUJERES*

210

TOTAL DE EIF ENCUESTADAS

44

TIPO DE ENTIDAD	CANTIDAD
BM	15
AAyP	10
BAC	14
CC	3
EPyM	2

* Para los fines de este reporte, se considera una Mipyme liderada por mujeres, aquella en la que más del 51% de la propiedad o participación accionaria pertenece a mujeres; y donde la propietaria desempeña un rol activo en la gestión y toma de decisiones de la empresa.



“*Cuando todos tienen acceso a servicios financieros, se abre la puerta a la educación, la salud y la dignidad.*”

Muhammad Yunus, Premio Nobel de la Paz 2006

MARCO INSTITUCIONAL Y POLÍTICAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA

Dirigidas a poblaciones vulnerables

El 20 % de las EIF reportó contar con una política formal de inclusión financiera dirigida a segmentos vulnerables. Al desagregar esta información por tipo de entidad, los bancos múltiples (BM) presentan el mayor nivel de avance, con un 27 % que afirma disponer de este tipo de política. En las asociaciones de ahorros y préstamos (AAyP), la proporción se reduce al 20 %, mientras que en los bancos de ahorro y crédito (BAC) asciende al 21 %.

Estos resultados evidencian que, aunque algunas entidades han comenzado a desarrollar políticas formales de inclusión financiera, el avance aún es limitado, lo que refleja una oportunidad importante para fortalecer el compromiso institucional y ampliar las acciones dirigidas a la población vulnerable.

“La adopción de políticas formales de inclusión financiera hacia segmentos vulnerables aún es limitada dentro del sistema financiero.”

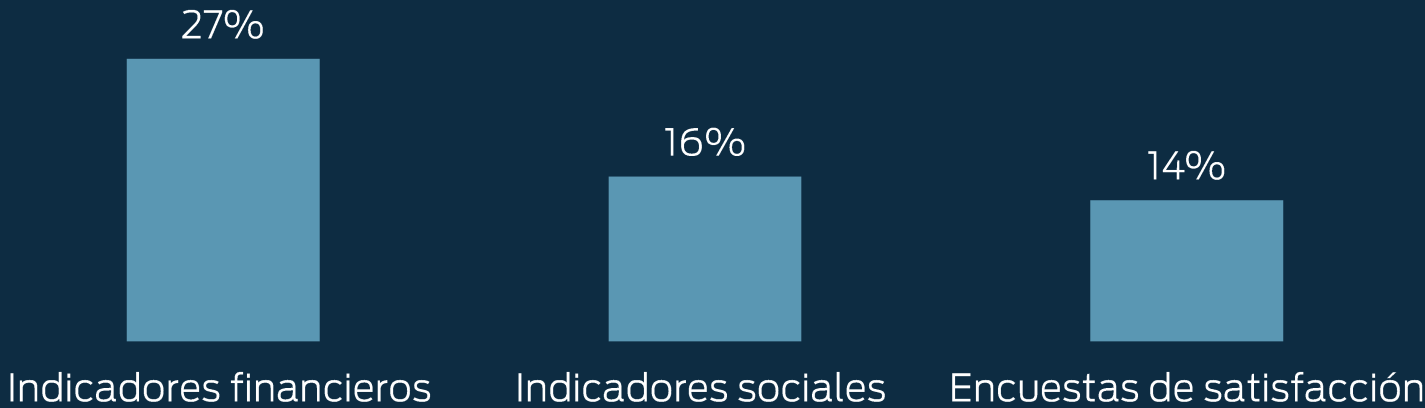
En cuanto a la medición del impacto de los programas de inclusión financiera, las EIF emplean principalmente tres tipos de indicadores:

- **Indicadores financieros:** como el incremento en el acceso al crédito, que permiten medir cambios en el uso y disponibilidad de los servicios financieros.
- **Indicadores sociales:** que incluyen variables como la empleabilidad o la formalización de negocios.
- **Encuestas de satisfacción:** para evaluar la experiencia y percepción de los usuarios y usuarias.

No obstante, la adopción de estos mecanismos todavía es limitada. Solo el 27 % de las EIF reporta utilizar indicadores financieros, el 16 % recurre a indicadores sociales y el 14 % aplica encuestas de satisfacción, lo que sugiere que la medición del impacto aún no constituye una práctica plenamente consolidada en el sector.

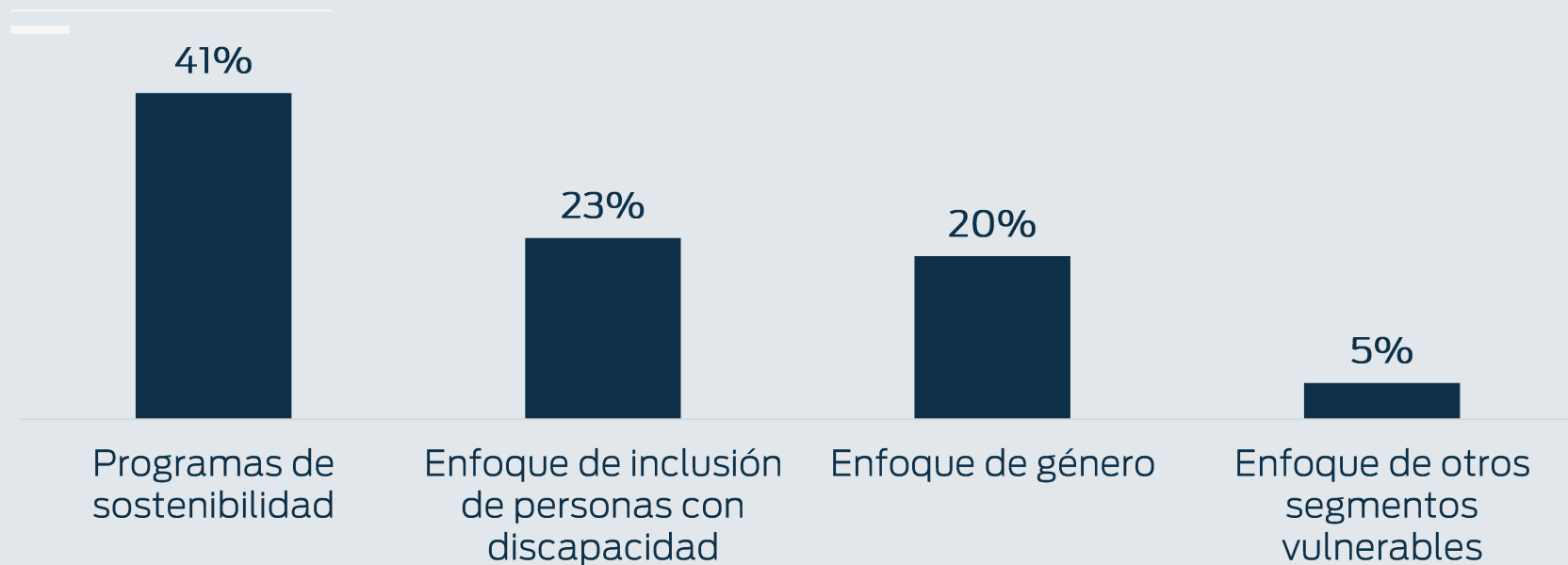
1. Indicadores utilizados por las EIF para medir el impacto de sus programas de inclusión financiera

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJE (%)



2. Presupuesto dedicado a algún aspecto de inclusión o sostenibilidad en las EIF

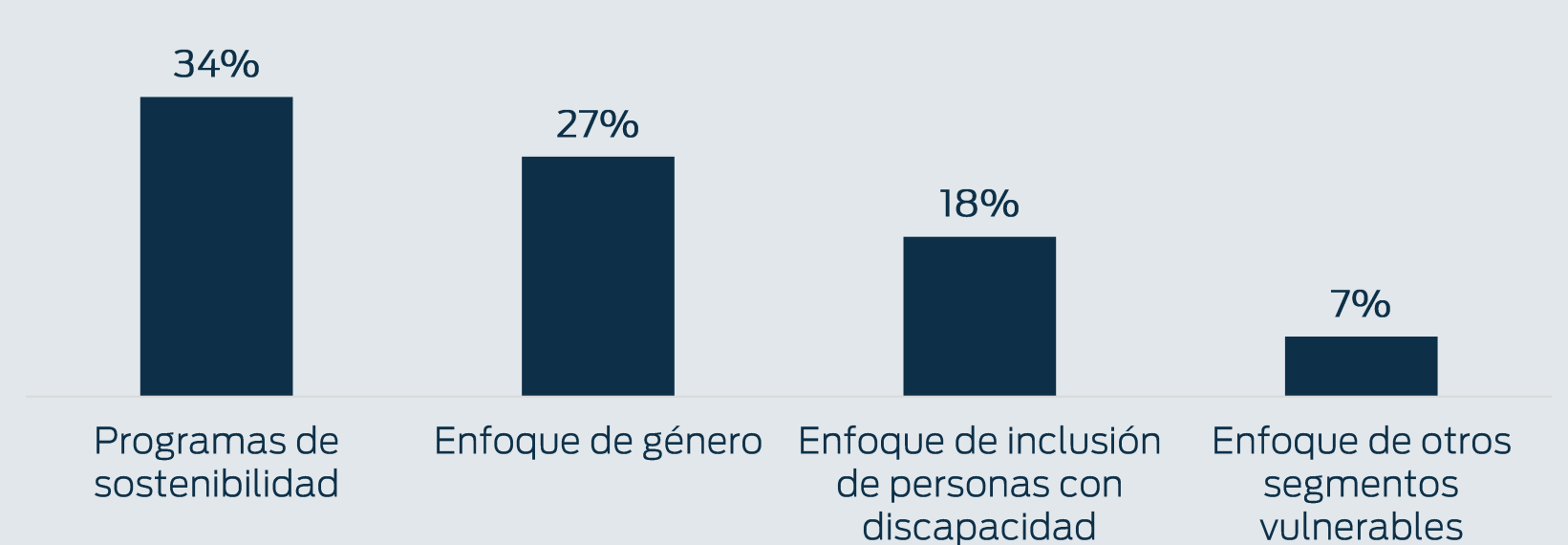
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJE (%)



Respecto a la asignación de presupuesto para iniciativas de inclusión y sostenibilidad, los resultados muestran que las EIF concentran sus esfuerzos principalmente en programas de sostenibilidad, ascendiendo a un 41 % de las entidades que destinan recursos para esta área. En segundo lugar, se ubica el enfoque de inclusión de personas con discapacidad, al que el 23 % de las EIF destina presupuesto, seguido del enfoque de género, con un 20 %. Finalmente, un 5 % de las EIF reporta asignar recursos a otros segmentos vulnerables, como personas envejecientes, inmigrantes y población LGBTQ+. Estos resultados reflejan que, aunque existen avances, la inversión dirigida a segmentos vulnerables distintos de la sostenibilidad, discapacidad y el género continúa siendo limitada.

3. Alianzas estratégicas o asistencia internacional en temas de inclusión o sostenibilidad en las EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJE (%)



Al preguntar sobre la existencia de alianzas estratégicas o asistencia internacional, se observa un patrón similar al identificado en la asignación de presupuesto. Tal como ocurre con los recursos internos, las alianzas externas se concentran principalmente en programas de sostenibilidad (34 %) y, en menor medida, en iniciativas con enfoque de género (27 %) y discapacidad (18 %). Solo el 7 % de las EIF reporta contar con alianzas vinculadas a otros segmentos vulnerables. Esto indica que las prioridades institucionales se concentran principalmente en sostenibilidad, género y discapacidad.

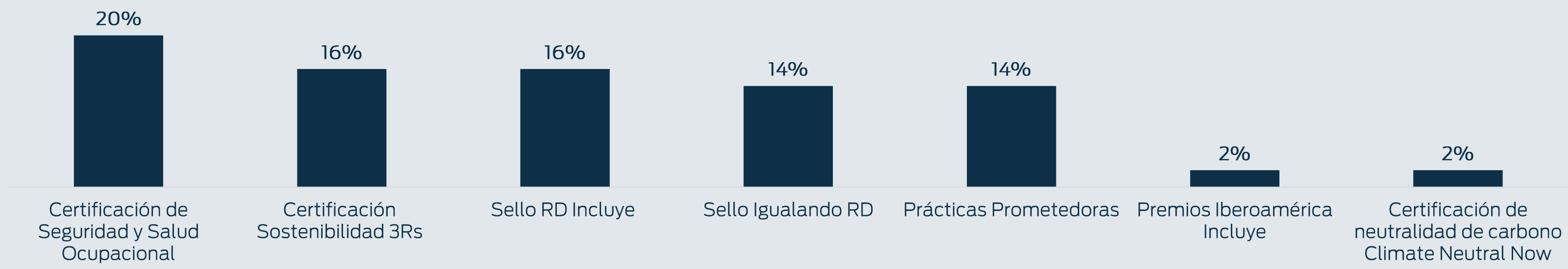
Al consultar sobre acreditaciones relacionadas a inclusión y sostenibilidad, a nivel sectorial, las obtenidas por las EIF reflejan avances en sostenibilidad, seguridad laboral e inclusión social. La certificación más frecuente corresponde a Seguridad y Salud Ocupacional (20 %), seguida por la Certificación Sostenibilidad 3Rs y el Sello RD Incluye (16 % cada una), que reconocen prácticas ambientales responsables e inclusión de personas con discapacidad. Asimismo, se evidencian avances en igualdad de género y buenas prácticas institucionales a través del Sello Igualando RD y Prácticas Prometedoras del CONEP–PNUD (14 %).

Por otro lado, las certificaciones de alcance internacional, como *Climate Neutral Now* y los Premios Iberoamérica Incluye, presentan menor presencia en el sector (2 %). En conjunto, los resultados muestran que las EIF incorporan gradualmente mecanismos de reconocimiento en diversas dimensiones de sostenibilidad e inclusión, aunque existe espacio para ampliar su alcance y fortalecer la adopción de estándares internacionales.



4. Acreditaciones obtenidas por las EIF en materia de inclusión financiera, igualdad de género, discapacidad y sostenibilidad

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJE (%)

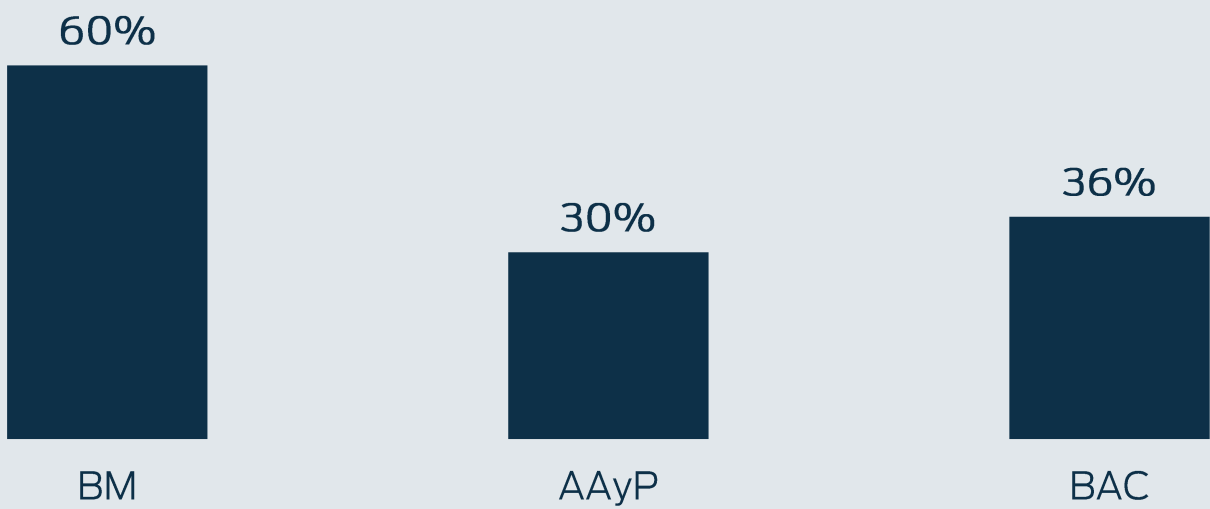


“El 39 % de las EIF cuenta con al menos un producto de inclusión financiera dirigido para segmentos vulnerables, como producto de depósito de bajo costo o cuenta básica”



5. Disponibilidad de productos de inclusión financiera para segmentos vulnerables por tipo de EIF

FUENTE: : ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJE (%)



Al evaluar si las EIF cuentan con productos destinados específicamente a la inclusión financiera de segmentos vulnerables, los resultados muestran que, a nivel sectorial, el 39 % de las EIF ofrece actualmente algún producto de esta naturaleza. Por categoría de entidad, los BM presentan el mayor nivel de adopción (60 %), mientras que los BAC (36 %) y las AAyP (30 %) muestran avances más moderados.

En República Dominicana, la normativa vigente, en particular la Circular SIB 029/20 de Cuentas Básicas, establece lineamientos que promueven la estandarización de este tipo de productos y buscan garantizar que ofrezcan condiciones mínimas de accesibilidad, seguridad y transparencia con el objetivo de fomentar la inclusión financiera de la población. La cuenta básica se encuentra actualmente disponible en 8 entidades.

CONCLUSIONES

Los resultados muestran que, aunque se han logrado avances importantes, el compromiso institucional de las EIF con la inclusión financiera de los segmentos vulnerables sigue siendo incipiente. Solo el 20 % cuenta con una política formal de inclusión, liderada principalmente por los BM, mientras que la mayoría del sector aún carece de lineamientos estratégicos claros.

La medición del impacto también es limitada: menos de un tercio de las EIF utiliza indicadores financieros, sociales o de satisfacción, lo que dificulta evaluar sistemáticamente la efectividad de las iniciativas. De igual manera, la asignación de presupuestos y las alianzas estratégicas se concentran en sostenibilidad y, en menor medida, en discapacidad y género, mientras que otros segmentos vulnerables como personas envejecientes, inmigrantes o población LGBTQ+ reciben una atención significativamente menor.

Las acreditaciones obtenidas reflejan este patrón: predominan las relacionadas con seguridad laboral, sostenibilidad e inclusión de personas con discapacidad, mientras que los reconocimientos de alcance internacional o de impacto más amplio son poco frecuentes.

En cuanto a los productos financieros inclusivos, solo el 39 % de las EIF ofrece cuentas básicas o depósitos de bajo costo, con mayor presencia en los BM y menor adopción en el resto de las entidades.

En conjunto, los hallazgos sugieren que el sector financiero dominicano ha comenzado a incorporar políticas, prácticas y productos orientados a la inclusión, pero aún existe un amplio margen para fortalecer el compromiso institucional, diversificar acciones y profundizar el alcance hacia todos los segmentos vulnerables. La consolidación de políticas formales, la asignación de recursos, la medición de impacto y el desarrollo de productos inclusivos constituyen áreas clave para avanzar hacia un sistema financiero más equitativo y accesible.

GÉNERO



.....



.....



.....



.....



.....



.....

INCLUSIÓN FINANCIERA CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

De acuerdo con el Global Findex 2025, la tenencia de cuentas aumentó de 51 % en 2021 a 65 % en 2024 entre adultos de 15 años o más, impulsada por la digitalización y el uso creciente de pagos electrónicos. En materia de género, en América Latina y el Caribe la brecha de género en titularidad se redujo de 7 a 5 puntos porcentuales, lo que refleja progresos hacia una mayor inclusión de las mujeres en el sistema financiero formal¹.

A nivel regional, el Informe Global sobre la Brecha de Género 2025² del Foro Económico Mundial señala que América Latina exhibe un progreso sostenido, con 74.5 % de la brecha cerrada, pero aún distante de la paridad plena.

Los resultados de la Encuesta Nacional de Inclusión y Educación Financiera (ENIEF 2023)³ muestran una tendencia particular en la República Dominicana. Entre 2019 y 2023, la tenencia de productos financieros aumentó en ambos sexos: en los hombres, pasó del 52.2 % al 58.5 %, y en las mujeres, del 50.0 % al 51.6 %.

Aunque ambos grupos registraron avances, el ritmo de crecimiento fue más acelerado entre los hombres, ampliando la brecha de género de 2.2 a 6.9 puntos porcentuales durante el período analizado. Este resultado evidencia la necesidad de fortalecer políticas e iniciativas que impulsen una mayor inclusión financiera de las mujeres.

La formalización del empleo femenino continúa siendo un desafío. Una proporción significativa de trabajadoras se concentra en actividades informales, sin acceso a seguridad social ni protección laboral.

Por otro lado, las mujeres ocupan el 56 % de las posiciones de alto mando en las EIF, lo que evidencia avances importantes, aunque aún persisten brechas en el acceso a puestos de liderazgo.

Con esta nueva edición del informe, la Superintendencia de Bancos reafirma su compromiso con la generación de conocimiento y el monitoreo de las brechas de género en el sistema financiero, contribuyendo al cumplimiento de la Estrategia Nacional de Desarrollo (END 2030) y al objetivo de alcanzar una inclusión financiera sostenible y equitativa en el país. En este mismo orden, esta SB ha sido reconocida por la Alianza de la Inclusión Financiera (AFI) como **Embajadores de Género**, por impulsar una agenda de inclusión financiera con perspectiva de género, promoviendo iniciativas concretas como cuentas simplificadas, programas de educación financiera dirigidos a mujeres, así como la generación de productos de conocimiento y de datos desagregados por sexo.

¹ World Bank Group. 2025. The Global Findex 2025

² World Economic Forum. 2025. Global Gender Gap Report 2025.

³ Encuesta Nacional de Inclusión y Educación Financiera, ENIEF 2023

DATOS DE LA OFERTA

Esta sección presenta una visión general del sistema financiero dominicano desde una perspectiva de género, analizando la participación de mujeres y hombres en productos de captación y crédito. La información integra los resultados de la encuesta realizada y los datos reportados por las EIF a la Superintendencia de Bancos mediante los reportes regulatorios.

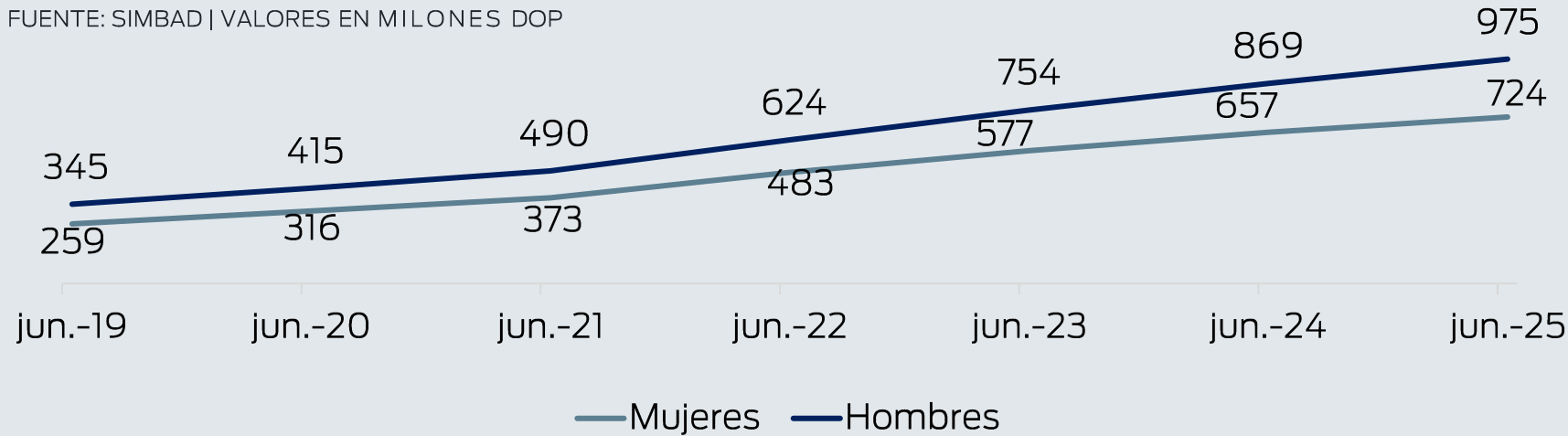
DEPÓSITOS

En términos de evolución del ahorro, los hombres presentan niveles más altos que las mujeres, sin embargo, la tendencia es creciente en ambos grupos. De acuerdo con el reporte “Tendencias del ahorro en República Dominicana: Perspectiva desde las captaciones del sistema financiero”⁴, publicado a finales de octubre por el Departamento de Estudios Económicos de la SB y que abarca los datos correspondientes al primer semestre del año 2025, desde el punto de vista de las captaciones por género, se puede observar que los balances en cada tipo de instrumento tienden a ser mayores en las cuentas cuyos titulares son identificados como hombres.

6. Evolución del balance promedio de los depósitos por género

jun. 2019 – jun. 2025

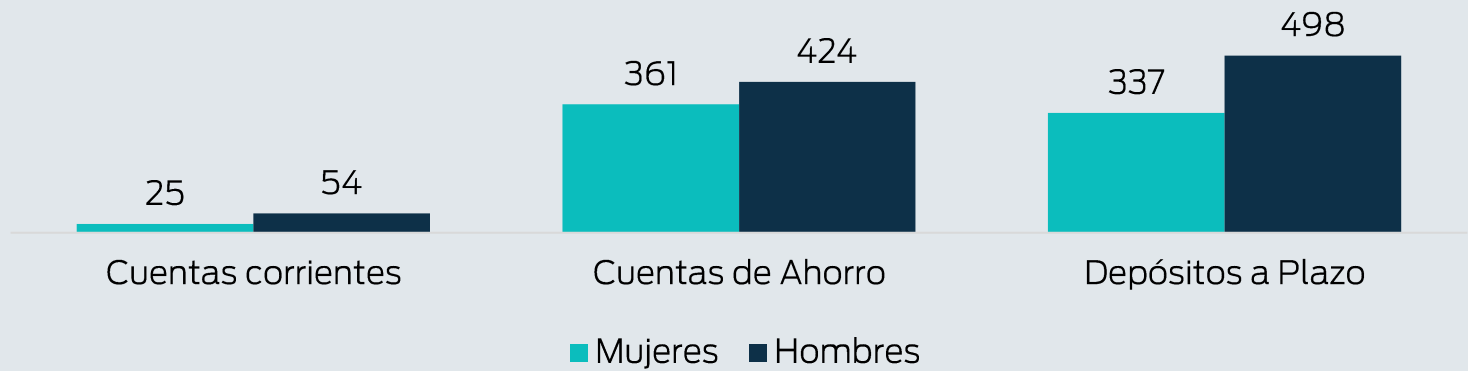
FUENTE: SIMBAD | VALORES EN MILONES DOP



7. Balance de captaciones por tipos de depósitos según género

jun. 2025

FUENTE: REPORTE REGULATORIO | VALORES EN MILES DE MILLONES DOP



El balance de recursos colocados en instrumentos de depósitos a plazo por parte de los hombres (DOP 498 miles de millones) supera a los colocados en cuentas de ahorros, cuyo *stock* es de DOP 424 miles de millones. En contraste, en las cuentas cuyo titular asociado es mujer, el balance en cuentas de ahorro (DOP 361 miles de millones) supera a la de depósitos a plazo (DOP 337 miles de millones).

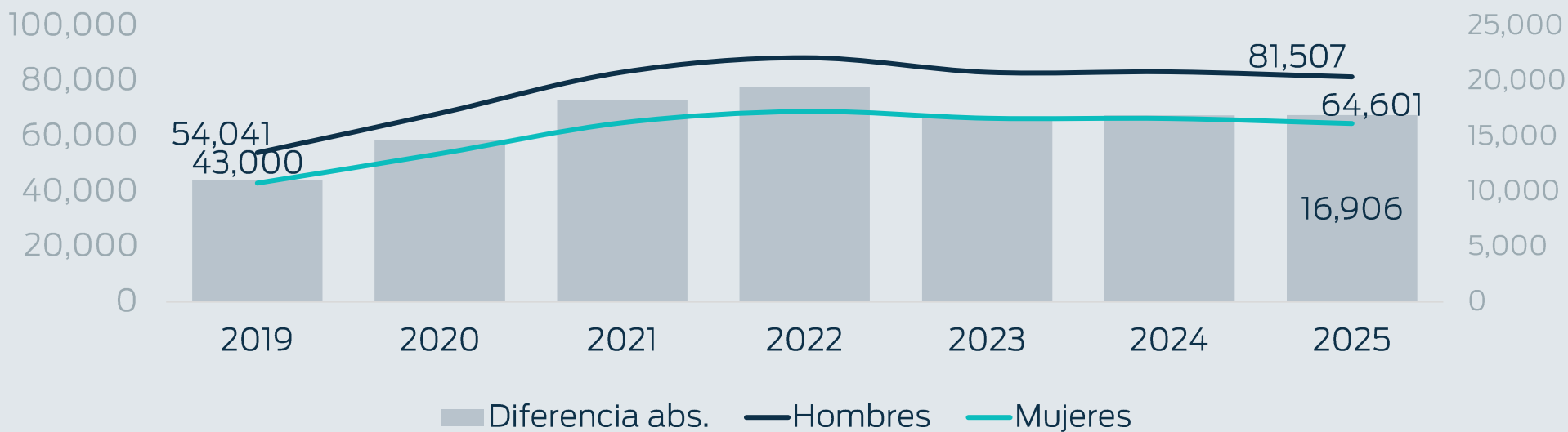
⁴ Tendencias del ahorro en República Dominicana: Perspectiva desde las captaciones. Octubre 2025



Para ambos géneros, la tendencia del ahorro es positiva con algunas fluctuaciones puntuales. Desde la fecha en que se evalúa el indicador, junio de 2019 hasta el corte del informe, junio de 2025, la evolución de éste se desarrolla en un territorio positivo. Este comportamiento confirma la confianza depositada en el sistema financiero dominicano y refleja, a su vez, la importancia que los hogares otorgan al hábito del ahorro.

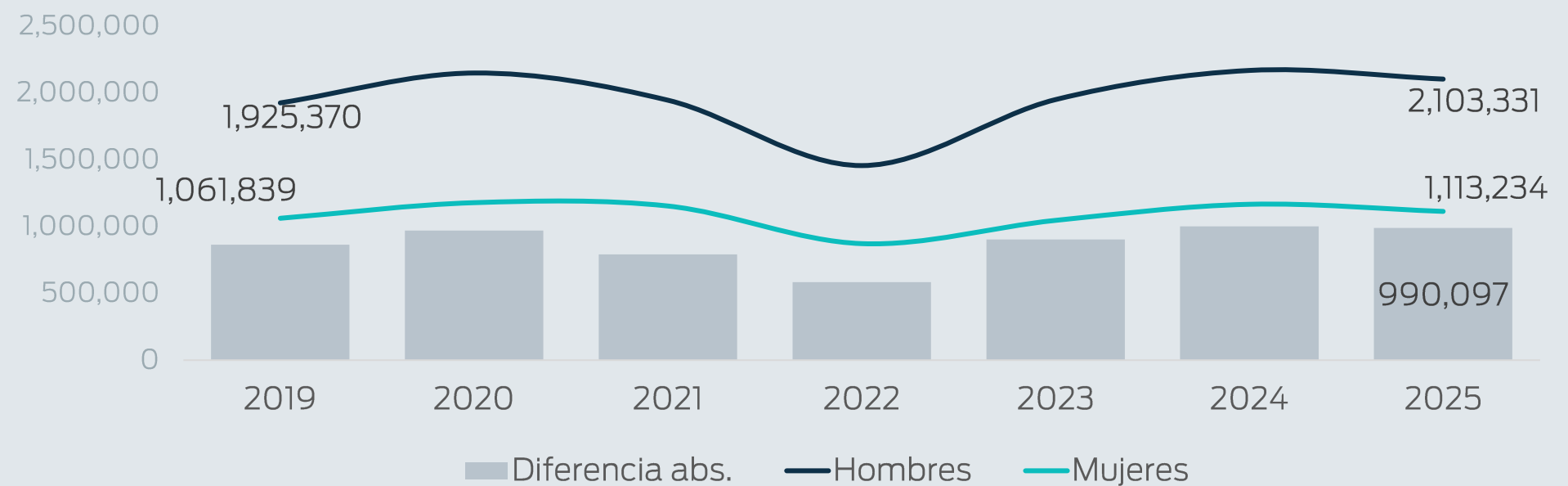
8. Balance promedio en cuentas de ahorro por género
jun. 2019 – jun. 2025

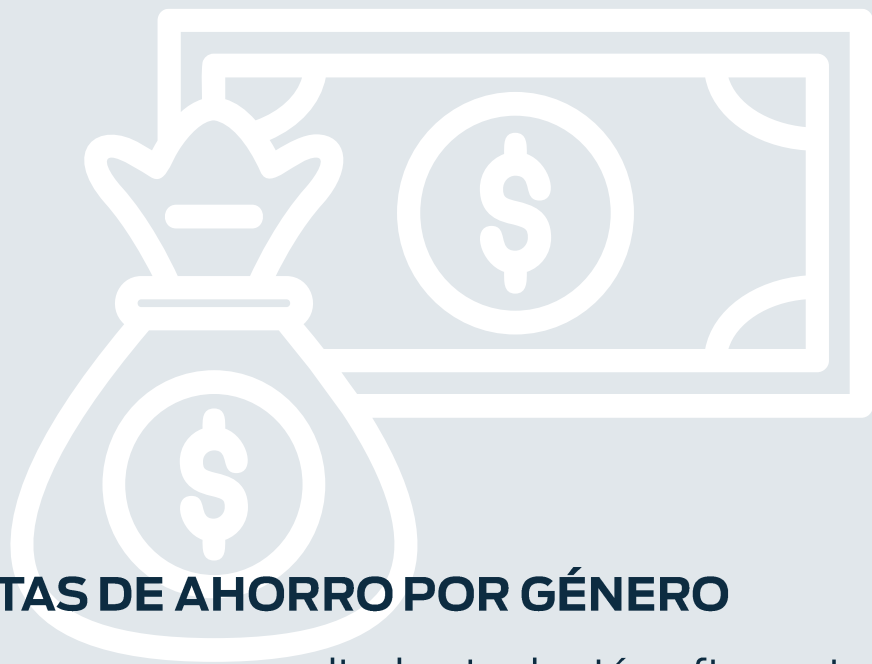
FUENTE: REPORTE REGULATORIO | VALORES EN DOP



9. Balance promedio en depósitos a plazos por género
jun. 2019 – jun. 2025

FUENTE: REPORTE REGULATORIO | VALORES EN DOP



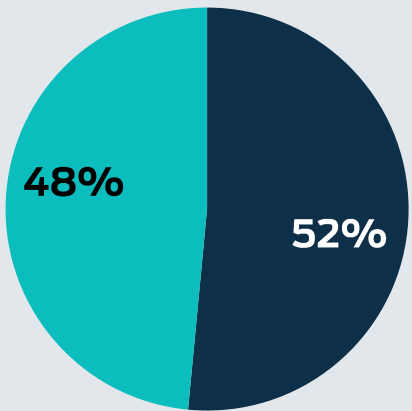


ACCESO A CUENTAS DE AHORRO POR GÉNERO

Uno de los factores para medir la inclusión financiera es el acceso a productos financieros básicos, particularmente las cuentas de ahorro ofrecidas por las entidades reguladas. En este sentido, como parte del levantamiento de información realizado a las EIF, la encuesta recopiló la cantidad de usuarios y usuarias que mantienen cuentas de ahorro asociadas a su número de identificación, desagregadas por sexo y por tipo de entidad. Tal como se observa en la gráfica, a nivel del sistema, las EIF reportaron una mayor participación de hombres en la tenencia de cuentas de ahorro, con un 52 %, frente al 48 % correspondiente a las mujeres. Al analizar la distribución por tipo de entidad, se evidencia que las AAYP y los BAC concentran la mayor proporción de estas cuentas, consolidándose como los principales contribuyentes a este indicador.

10. Cantidad de usuarias y usuarios que poseen cuenta de ahorro

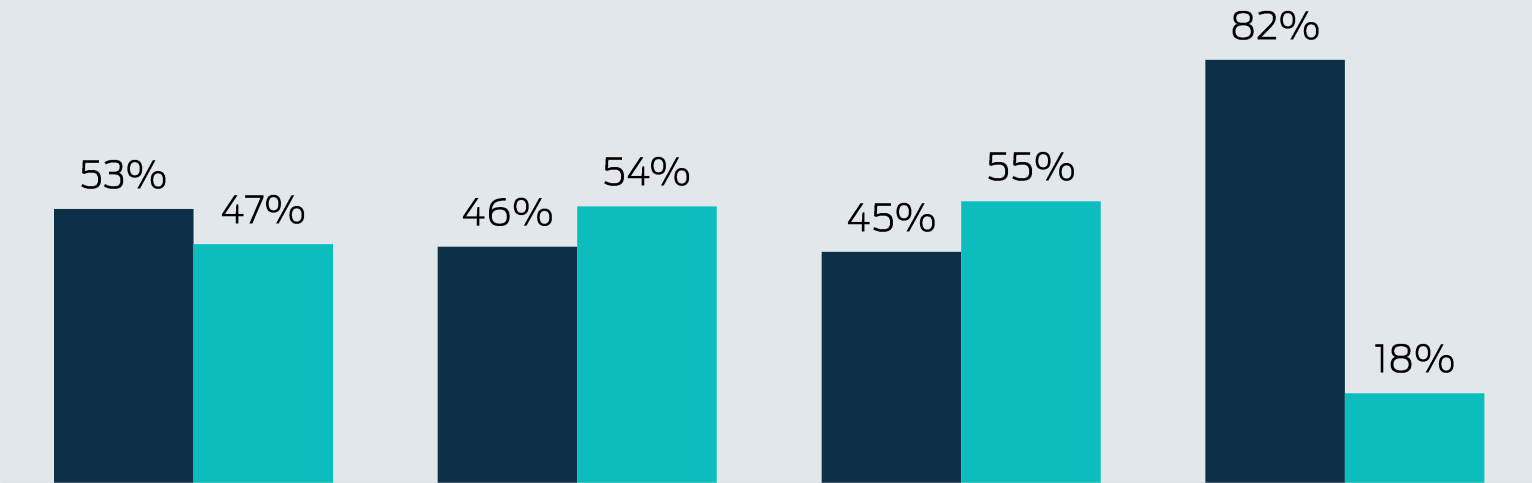
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



■ Hombres ■ Mujeres

11. Usuarias y usuarios que poseen cuenta de ahorro por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



■ Hombres ■ Mujeres

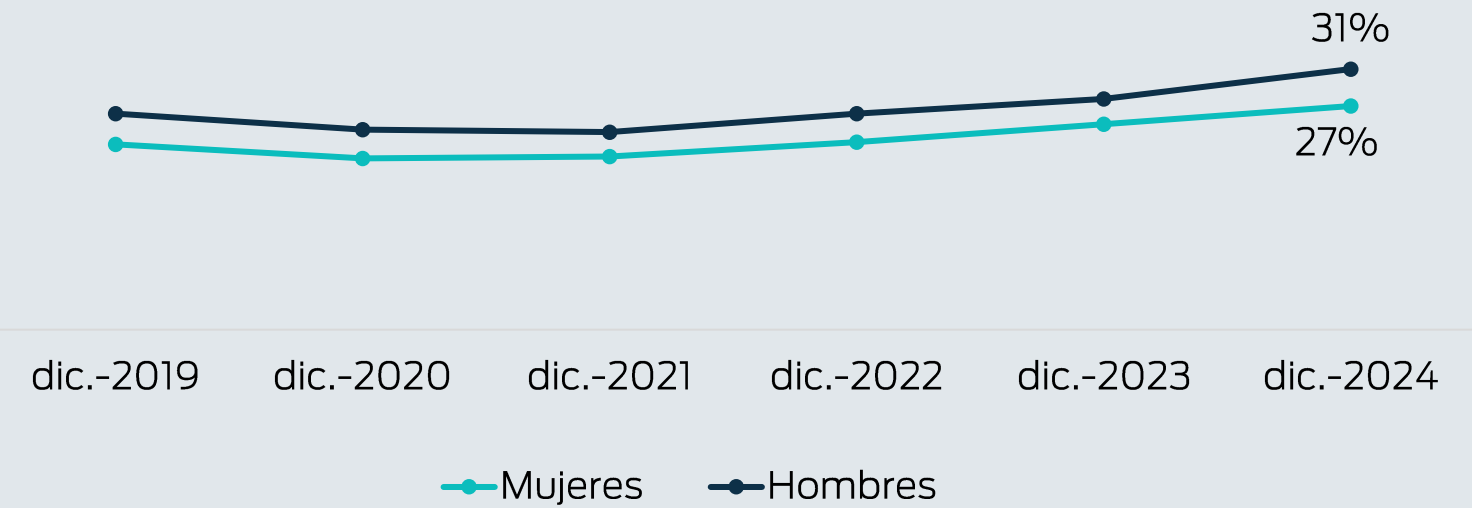
CRÉDITOS

A diciembre del 2024⁵, el número total de personas físicas con crédito registrados en el sistema ascendía a 2,350,057, de los cuales el 48 % correspondía a mujeres y el 52 % a hombres.

El acceso al crédito muestra una tendencia creciente tanto para mujeres como para hombres, alcanzando niveles de 27 % y 31 %, respectivamente, de la población en edad de trabajar (PET). Durante el período analizado de 2021 a 2024, ambos grupos presentan mejoras sostenidas en su participación al acceso al crédito, aunque los hombres mantienen una proporción ligeramente superior, podemos decir que la brecha de género se mantiene relativamente estable.

12. Acceso al crédito de la población económicamente activa

FUENTE: REPORTE REGULATORIO Y BANCO CENTRAL | VALORES EN PORCENTAJES (%)

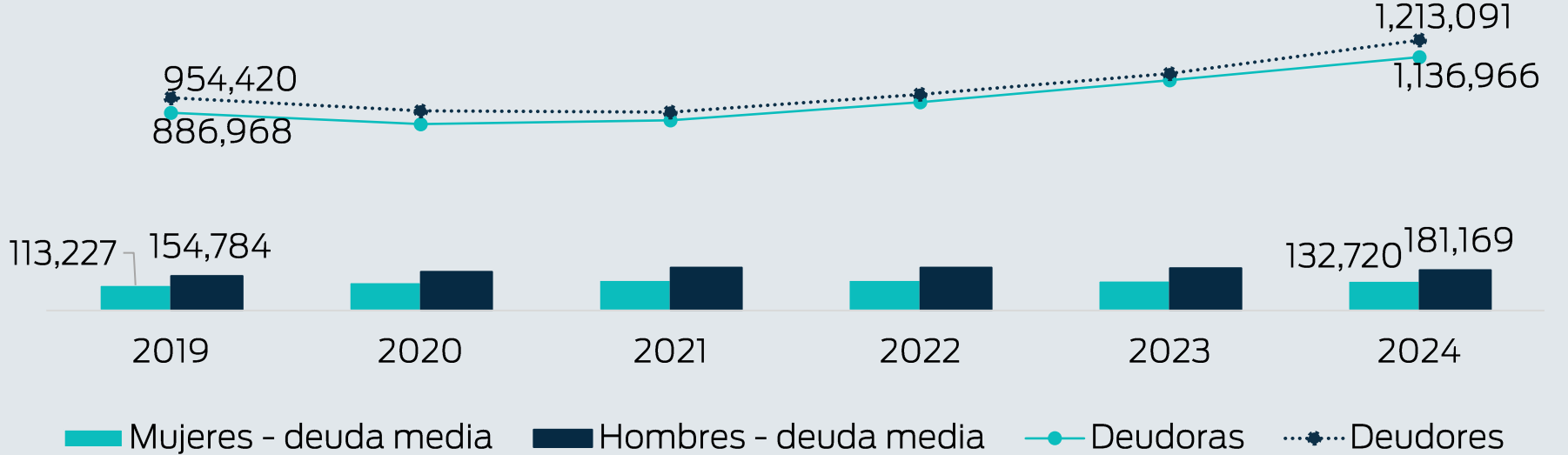


Entre 2019 y 2024, la participación de mujeres y hombres en el sistema financiero aumentó de manera sostenida. Las deudoras pasaron de 886,968 a 1,136,966 y los deudores de 954,420 a 1,213,091, reflejando un crecimiento continuo en el acceso al crédito, con mayor dinamismo entre las mujeres a partir de 2022.

En términos de deuda media, ambos géneros registraron incrementos hasta 2022 y una posterior reducción entre 2023 y 2024. Aunque los hombres mantienen niveles de deuda promedio más elevados, la brecha se ha reducido ligeramente en los últimos años, lo que indica un comportamiento crediticio más equilibrado entre ambos grupos. La población de mujeres con por lo menos un crédito formal ha incrementado a la tasa de 5.1 % anual. En el caso de los hombres, se ha registrado el incremento en el número de deudores de 4.9 % anual.

13. Actividad en el sistema financiero dic. 2019 – dic. 2024

FUENTE: REPORTE REGULATORIO | VALORES EN DOP



⁵ Nota: Para analizar el porcentaje de participación en el acceso al crédito, se utilizó como base la población en edad de trabajar (PET), que considera las personas de 15 años en adelante.

POLÍTICAS DE IGUALDAD DE GÉNERO EN LAS EIF

“El 48 % de las entidades cuenta con políticas de igualdad de género.”

Entre el 52 % restante, que indicó no disponer de una política formal, la principal razón es la percepción de que no existen brechas significativas dentro de sus instituciones. Asimismo, muchas entidades señalan que, aunque no cuentan con un documento específico, aplican principios de equidad e inclusión de manera transversal en sus prácticas internas.

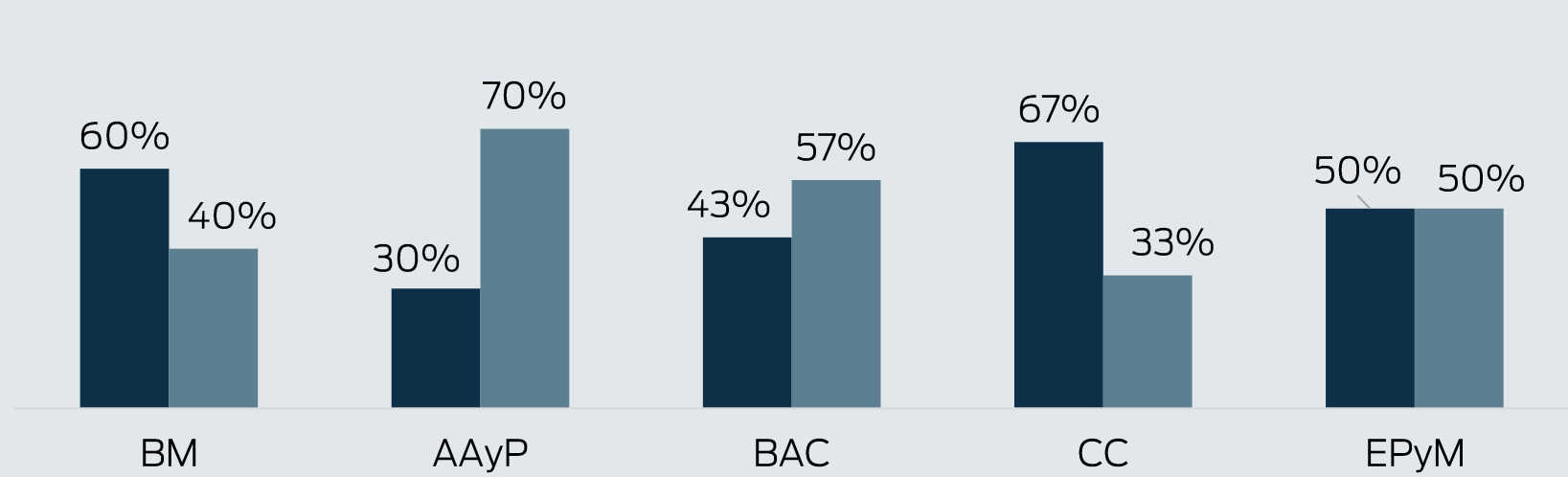
Afirman garantizar un trato igualitario en los procesos de contratación, gestión del personal y atención al cliente, respaldándose en códigos de ética, reglamentos disciplinarios y políticas de talento humano que prohíben la discriminación.

Algunas entidades mencionan que están evaluando la elaboración de una política formal en el futuro, mientras que otras consideran que sus lineamientos actuales son suficientes para asegurar la igualdad de trato. En ciertos casos, se argumenta que la ausencia de situaciones de discriminación o la composición del personal no justifica, por el momento, la adopción de una política específica.

El 43 % del sector financiero cuenta con áreas de lactancia. De este total, el 34 % las destina exclusivamente al uso de las empleadas, mientras que el 9 % las habilita tanto para empleadas como para usuarias. Al analizar esta disponibilidad por tipo de EIF, se observa que los bancos múltiples presentan la mayor cobertura: el 60 % dispone de áreas exclusivas para sus empleadas y el 13 % las ofrece tanto a empleadas como a usuarias.

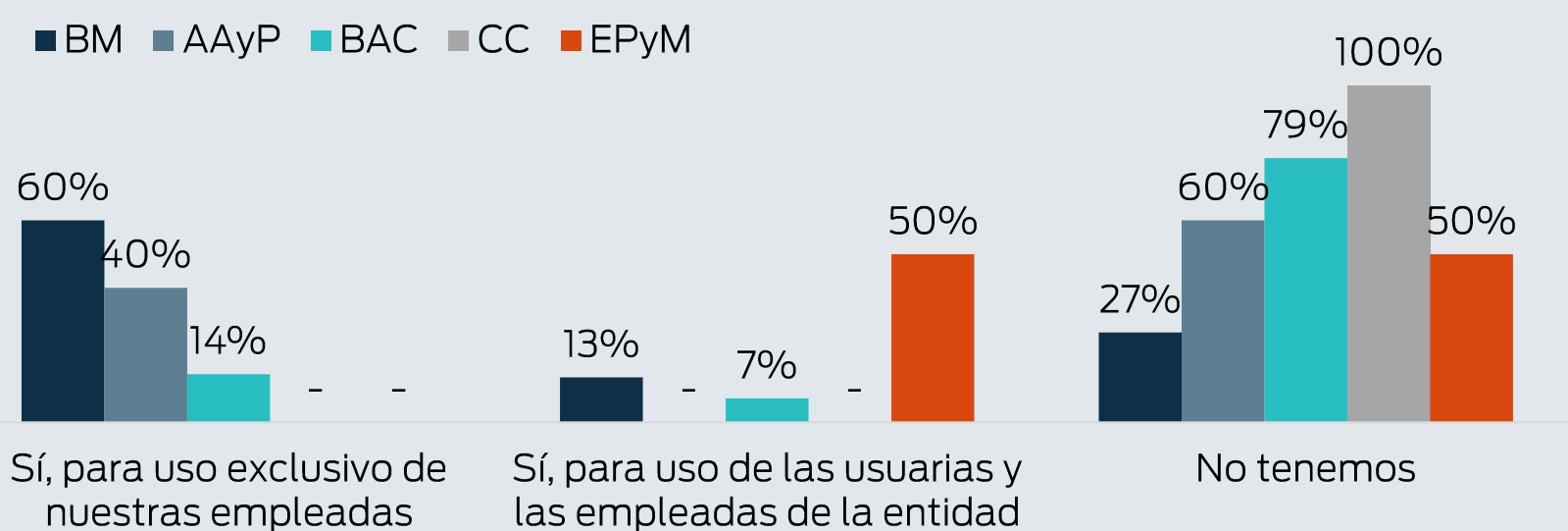
14. Disponibilidad de políticas de igualdad de género por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



15. EIF que cuentan con área de lactancia

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS DISEÑADOS PARA MUJERES

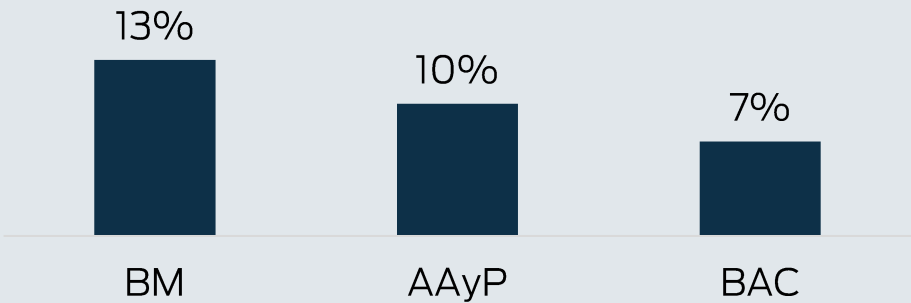
El 14 % de las EIF cuenta con productos o servicios diseñados específicamente para mujeres. Al desagregar esta información por tipo de entidad, el 13 % de los bancos múltiples, el 10 % de las asociaciones de ahorro y préstamo y el 7 % de los bancos de ahorro y crédito reportan ofrecer este tipo de soluciones. Estos resultados evidencian una importante oportunidad de mejora para ampliar la disponibilidad de productos financieros especializados que respondan a las necesidades de las mujeres, fortaleciendo la innovación y el diseño de servicios con enfoque de género dentro del sistema financiero.

“El 14 % de las EIF cuenta con productos o servicios diseñados específicamente para las mujeres”

En cuanto al tipo de productos ofrecidos, la mayoría de estas iniciativas se concentra en préstamos, reportados por el 14 % de las entidades. Les siguen, en menor proporción, las tarjetas de crédito y las líneas de crédito, ambas con un 7 %, así como las cuentas de ahorro, con un 2 %. Esta distribución revela que, aunque existen esfuerzos iniciales, aún persiste un amplio potencial para diversificar y fortalecer la oferta de productos financieros dirigidos a mujeres.

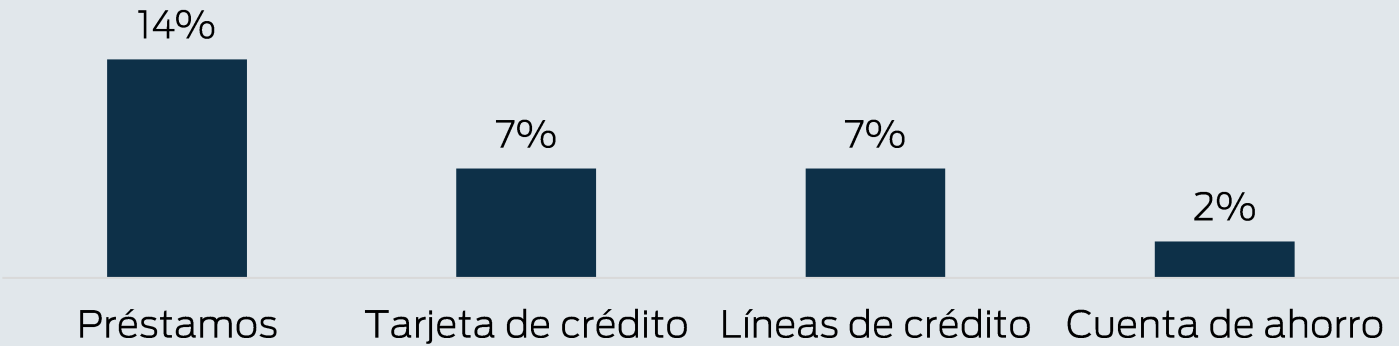
16. EIF con productos o servicios con enfoque de género

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



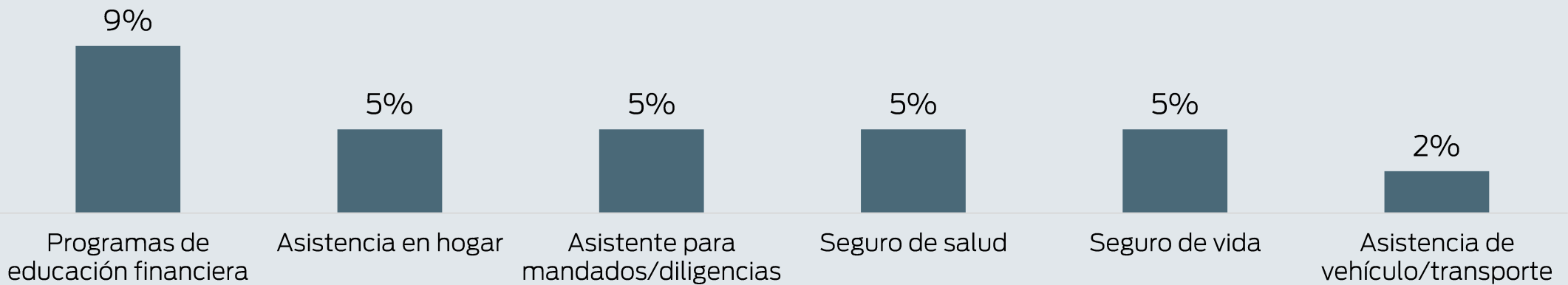
17. Oferta de productos financieros con enfoque de género

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



18. Beneficios asociados a los productos de crédito para las mujeres

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Entre las entidades que indicaron ofrecer productos de crédito dirigido a mujeres, el beneficio más frecuente corresponde a los programas de educación financiera, reportado por el 9 % de las EIF. Asimismo, un 5 % de las entidades señala brindar servicios complementarios como asistencia en el hogar, asistente para mandos o diligencias, seguros de salud y de vida. Un 2 % de las EIF brinda asistencia de vehículo o transporte.

Estos resultados muestran que, si bien la oferta de beneficios diferenciados aún es limitada, existen iniciativas que apuntan a acompañar de manera integral a las mujeres mediante servicios de valor agregado.

OTRAS INICIATIVAS IMPLEMENTADAS POR LAS EIF

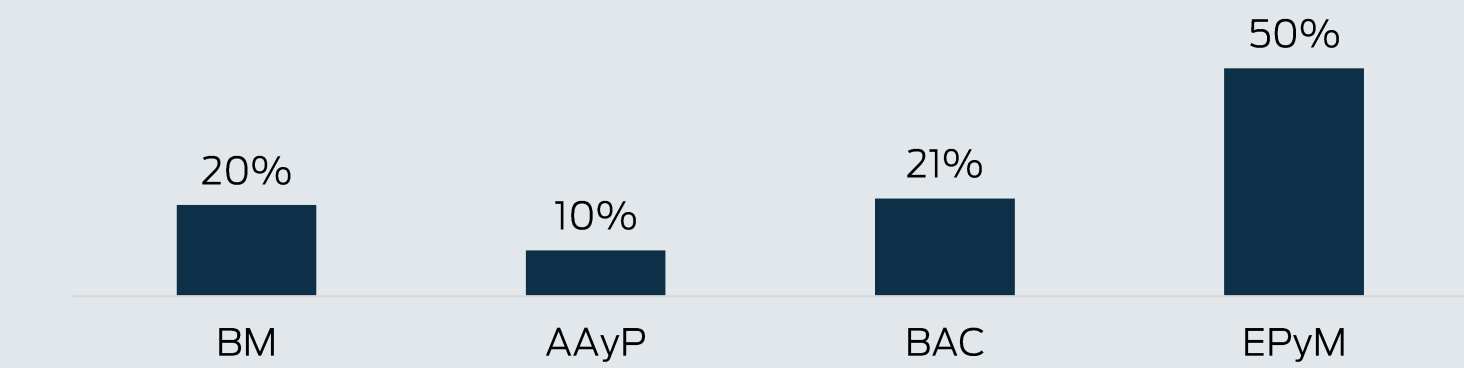
EDUCACIÓN FINANCIERA Y MENTORÍA

El 18 % de las EIF cuenta con iniciativas o programas de educación financiera dirigidos específicamente a mujeres. Al analizar esta información por tipo de entidad, se observa que los BAC muestran un incremento en la implementación de estas iniciativas, pasando de 15 % en 2023 a 21 % en 2025. En esta edición, se destacan las EPyM, que por primera vez reportan acciones de educación financiera con enfoque de género.

Es importante señalar que, aunque estos programas han sido diseñados para mujeres, en algunos casos también son adquiridos y aprovechados por hombres, lo que demuestra su valor transversal y el interés general por acceder a herramientas de educación financiera.

19. Cantidad de entidades que poseen iniciativas o programas de educación financiera con enfoque de género, por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Entidad	Iniciativa
ADOPEM	Encuentros Comunitarios, educación financiera disponibles para las usuarias y empleadas; además colabora con la Fiscalía General de la República, BID Invest, CEDI Mujer y el Ministerio de la Mujer para realizar programas de apoyo y capacitaciones, tales como Agro- Mujer y Programa Mujeres abusadas.
Banco Popular	Academia Finanzas con Propósito, disponible para usuarias y empleadas.
Banreservas	Inclusión y educación financiera Preserva (clientes, Pymes y colaboradores) y Coopera Banreservas, accesibles tanto para usuarias como empleadas.
BHD	Mujer Mujer es un programa que impulsa el bienestar financiero y el empoderamiento económico mediante productos especializados, y educación financiera, dirigido tanto a usuarias como a empleadas.
Scotiabank	Empowering Woman Regional, programa interno de mentoría dirigido exclusivamente a las empleadas.

Estos esfuerzos dan cuenta del compromiso por parte de las EIF con el impulso de las mujeres en el ámbito financiero y ponen de manifiesto las oportunidades para profundizar y enriquecer la oferta de programas de mentoría y asesoría disponibles.

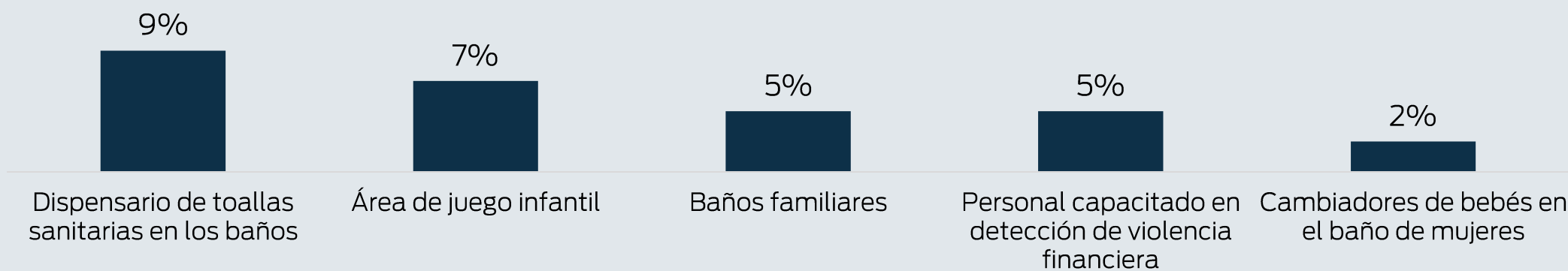
FACILIDADES DE LAS EIF PARA ASISTENCIA DE USUARIAS, USUARIOS Y EMPLEADOS

Las facilidades ofrecidas por las entidades para atender las necesidades de usuarias, usuarios y las de sus empleados y empleadas se pueden evidenciar en su interés por fortalecer la atención inclusiva. Al analizar estos datos por sector encontramos que el 9 % de las EIF ya cuenta con dispensarios de toallas sanitarias en los baños, mientras que un 7 % ha incorporado áreas de juego infantil, iniciativas que contribuyen a mejorar la comodidad y accesibilidad de los espacios. Asimismo, un 5 % dispone de baños familiares y ha capacitado a su personal en detección de violencia financiera, lo que muestra un compromiso en expansión hacia la protección y el acompañamiento de las personas usuarias.

Aunque la disponibilidad de cambiadores de bebés en los baños de mujeres es aún limitada (2 %), y no se reporta su presencia en los baños de hombres, estas acciones iniciales representan una base sobre la cual seguir construyendo. En conjunto, los resultados indican que las EIF aún cuentan con un margen importante para seguir avanzando en la creación de entornos más seguros, accesibles y sensibles a las necesidades de diversos grupos. Esto abre la oportunidad de continuar fortaleciendo la infraestructura y los servicios con un enfoque de inclusión.

20. Facilidades para asistencia de usuaria/os y personal de las EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



“El 5 % de las entidades ha capacitado a su personal en detección de violencia financiera”

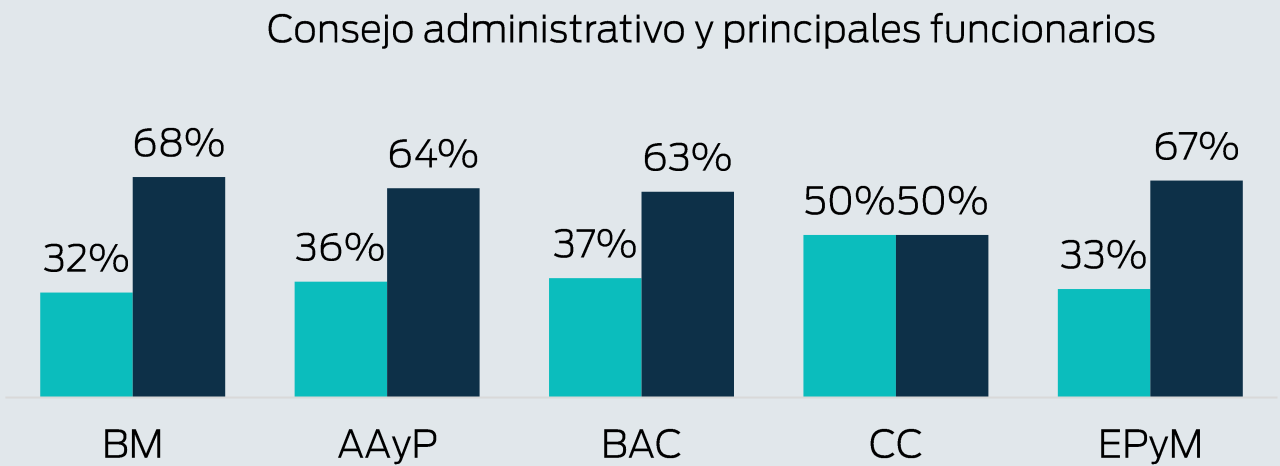
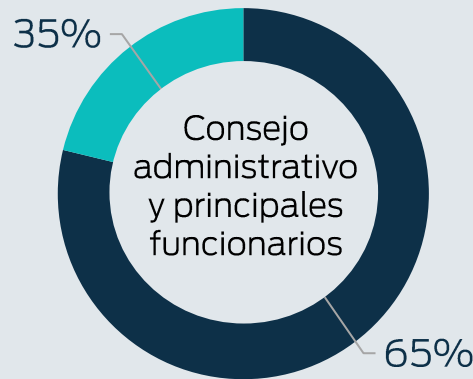
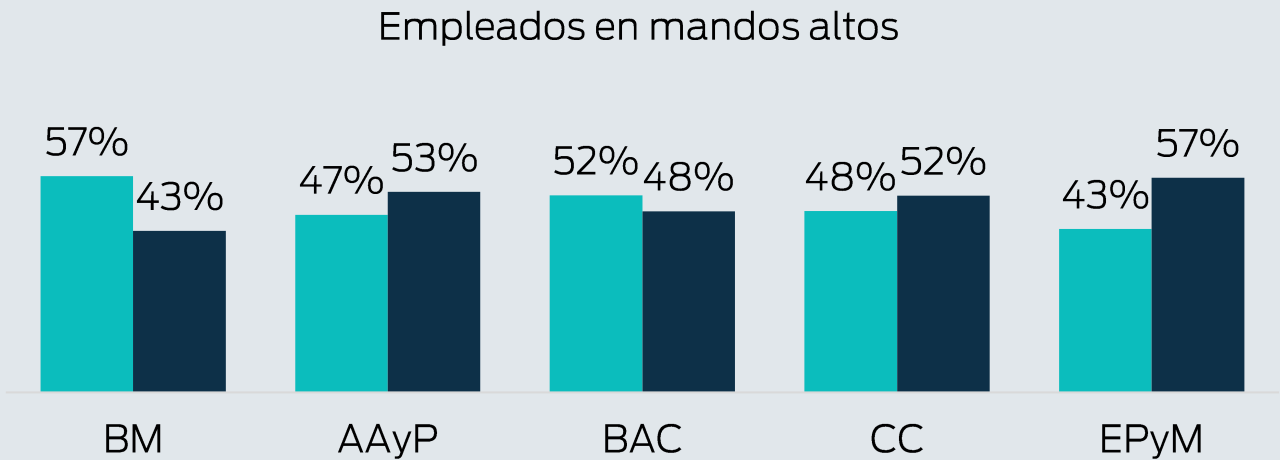
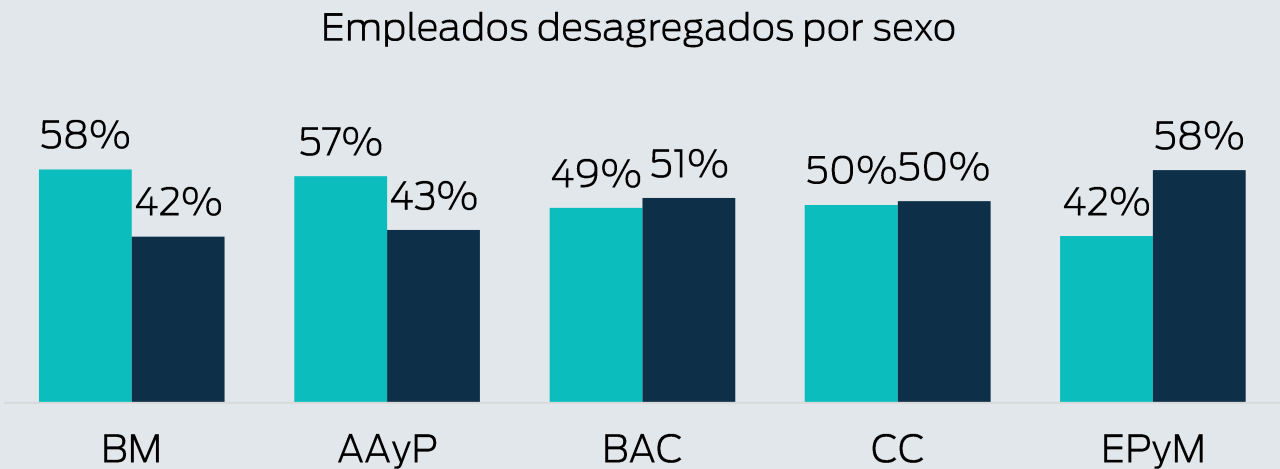


PARTICIPACIÓN LABORAL Y ACCESO A PUESTOS DIRECTIVOS

La distribución de empleados y de mandos altos en las EIF muestra un balance de género relativamente equitativo. A nivel sectorial, las mujeres representan el 57 % del personal total, y su participación se mantiene similar en los mandos altos, donde alcanzan el 56 %, lo que evidencia una presencia significativa en posiciones de liderazgo.

21. Distribución del personal según nivel, desagregados por sexo y tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



■ Mujeres ■ Hombres

DATOS DE LA DEMANDA

La encuesta fue realizada a una muestra total de 1,202 usuarios y usuarias de productos financieros de las entidades supervisadas por la SB, de las cuales el 51 % corresponde a mujeres.

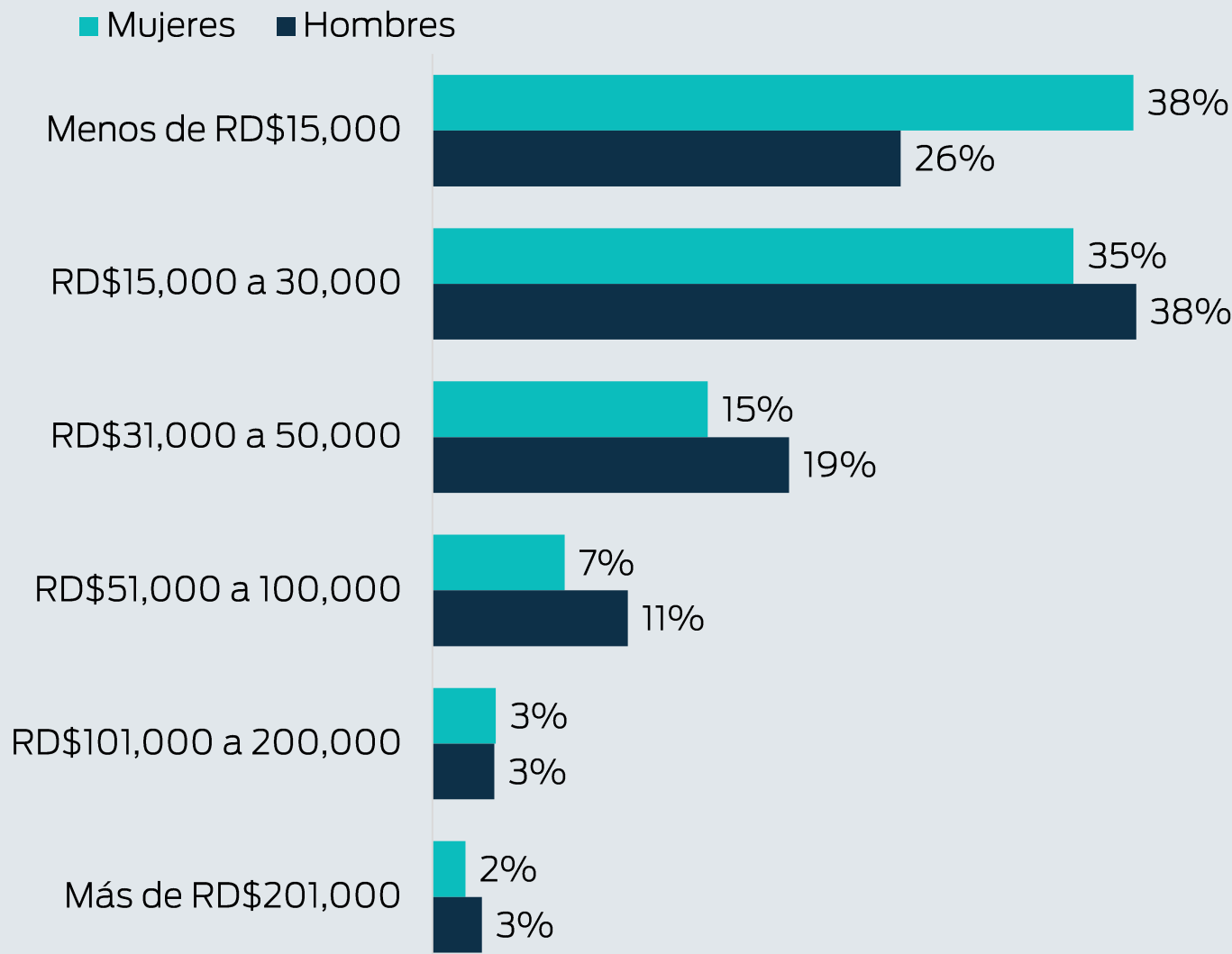
Al analizar las características demográficas de los usuarios y usuarias del sistema financiero dominicano, se observan diferencias significativas en variables como el nivel educativo, el nivel de ingresos y la participación económica, es decir, la ocupación principal o actividad a la que se dedican. La mayor proporción de las personas encuestadas reside en Santo Domingo, con una participación equilibrada entre mujeres y hombres (39 % mujeres y 35 % hombres). Las regiones Norte, Sur y Este presentan porcentajes menores, manteniendo también una distribución relativamente homogénea por género. Esta concentración en zonas urbanas confirma que gran parte de la actividad económica formal y el acceso a los servicios financieros se desarrolla en las principales áreas metropolitanas del país.

En lo que respecta a los ingresos, se observa una brecha más marcada entre ambos géneros en los extremos de la distribución. El 38 % de las mujeres

encuestadas reporta ingresos inferiores a RD\$15,000, mientras que entre los hombres esta proporción es de 26 %. En los rangos intermedios de RD\$15,000 a RD\$30,000, la brecha se reduce, con porcentajes similares 35 % de mujeres y 38 % de hombres. No obstante, a partir de los RD\$31,000 la brecha vuelve a ampliarse: el 19 % de los hombres gana entre RD\$31,000 y RD\$50,000, frente al 15 % de las mujeres. Esta brecha se profundiza en los niveles más altos, donde la proporción de hombres con ingresos superiores a RD\$51,000 es casi duplica la de las mujeres.

22. Distribución de usuarios y usuarias por rango de ingresos

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



23. Ocupación principal de los usuarios y usuarias encuestados

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

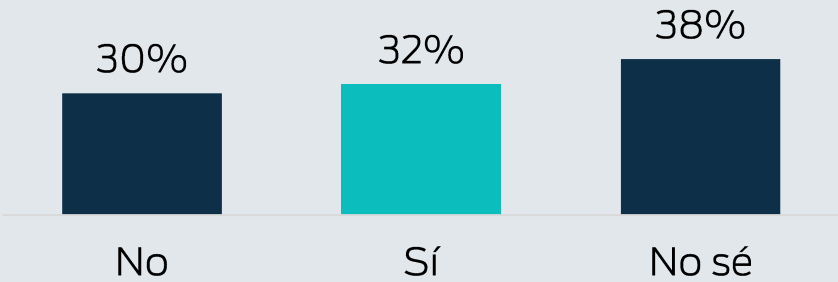


En cuanto a la ocupación principal, las mujeres se concentran mayormente en el sector privado (34 %) y el sector público (17 %), pero destacan con una presencia significativamente mayor en el trabajo doméstico remunerado (16 % vs. 1 % en hombres). Por su parte, los hombres participan más en el trabajo por cuenta propia (15 % vs. 6 % en mujeres) y entre los propietarios de Mipymes (4 % vs. 2 % en mujeres). Ambos géneros mantienen proporciones similares en empleo privado y público, pero las diferencias en trabajo doméstico y autoempleo reflejan brechas importantes en la inserción laboral y en las oportunidades económicas entre mujeres y hombres.

Al preguntar a las usuarias si sabían si su entidad principal ofrecía productos específicamente dirigidos a mujeres, el 32 % afirmó que su entidad financiera ofrece productos dirigidos específicamente a mujeres, mientras que un 30 % indicó que no y un 38 % expresó no tener conocimiento al respecto. Entre quienes respondieron afirmativamente, la mayor proporción reside en Santo Domingo (36 %), seguida por la región Norte (27 %) y la región Sur (21 %). En menor medida se encuentran la región Este (11 %) y Santiago (7 %), lo que refleja que el conocimiento sobre estos productos es más elevado en las zonas urbanas con mayor actividad financiera.

24. Mujeres que conocen la oferta exclusiva para ellas en su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



25. Productos que ofrece su entidad principal diseñados para mujeres

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



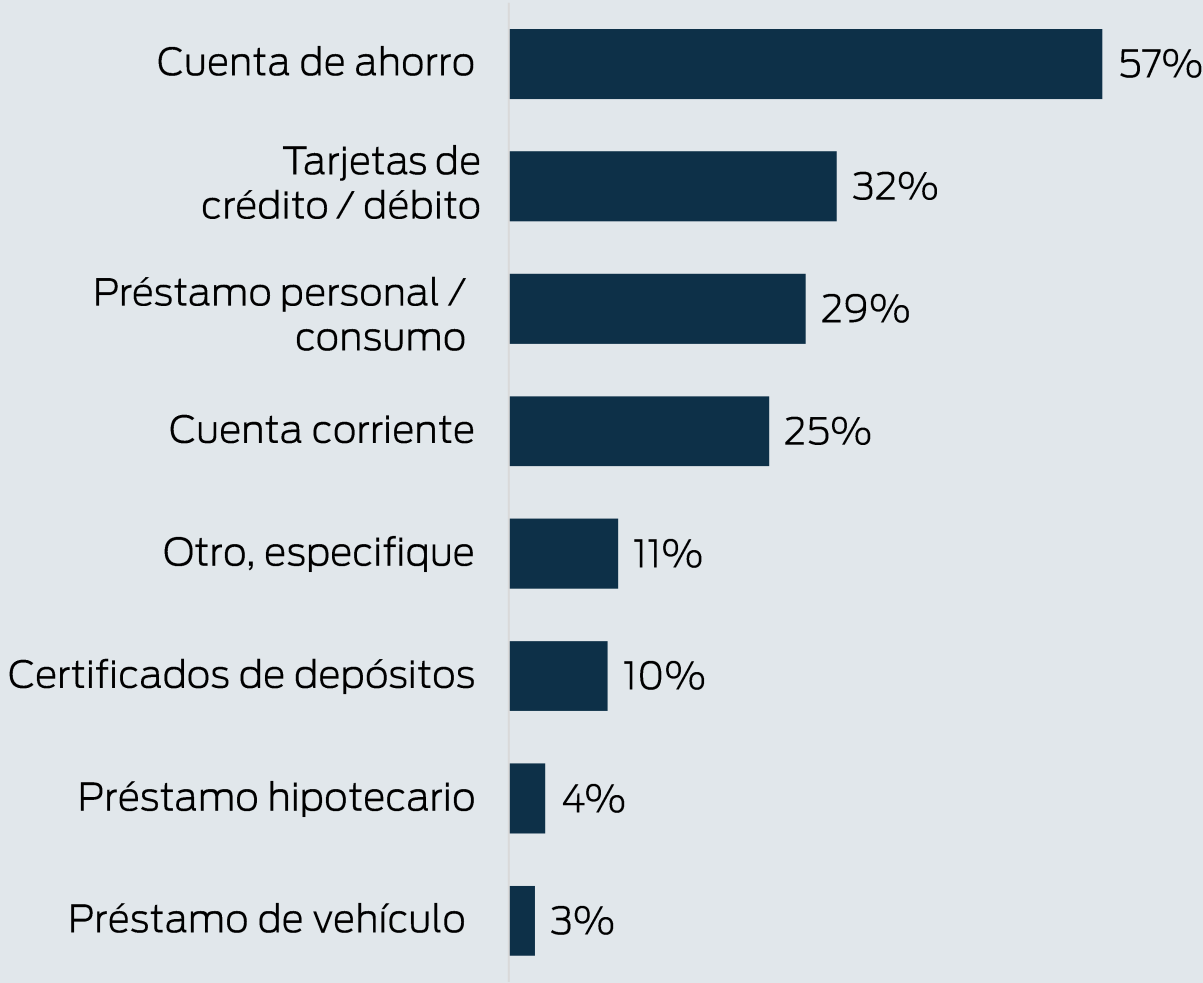
Entre los productos están las cuentas de ahorro (56 %), seguidas por las tarjetas de crédito (55 %), las facilidades de crédito (46 %) y las cuentas corrientes (40 %). También destacan iniciativas no financieras como los programas de educación financiera para mujeres (34 %), los programas financieros para Mipymes lideradas por mujeres (33 %), la tasa de interés preferencial (27 %) y las actividades de networking (22 %). En menor medida, se mencionan los programas de asesoría y mentoría (20 %). Estos resultados evidencian que, aunque una proporción limitada de usuarias reconoce la existencia de productos con enfoque de género, las entidades que sí los ofrecen cuentan con un portafolio amplio y diversificado.

En cuanto a los productos financieros específicamente dirigidos a mujeres, los resultados revelan que la cuenta de ahorro es el producto más utilizado, con un 57 % de las usuarias reportando poseerla. Le siguen las tarjetas de crédito o débito (32 %), los préstamos personales o de consumo (29 %) y las cuentas corrientes (25 %). En menor proporción, algunas mujeres indicaron contar con certificados de depósito (10 %), préstamos hipotecarios (4 %) y préstamos de vehículo (3 %). Estos resultados muestran que, aunque existe una oferta de productos especializados, su adopción se concentra principalmente en instrumentos básicos de ahorro y pago, mientras que los productos crediticios con enfoque de género presentan una penetración significativamente menor.

Al preguntarles si las EIF le solicitan requisitos adicionales por ser mujeres, el 74 % de las usuarias indicó que su entidad no exige condiciones extra al solicitar productos o servicios financieros. Entre los requisitos mencionados por las mujeres se destacan la presentación de un garante (73 %), la solicitud de pruebas adicionales de ingresos o de capacidad de pago (35 %) y, en un 13 % de los casos, la exigencia de cartas o certificaciones laborales.

26. Usuarias que poseen productos diseñados para mujeres

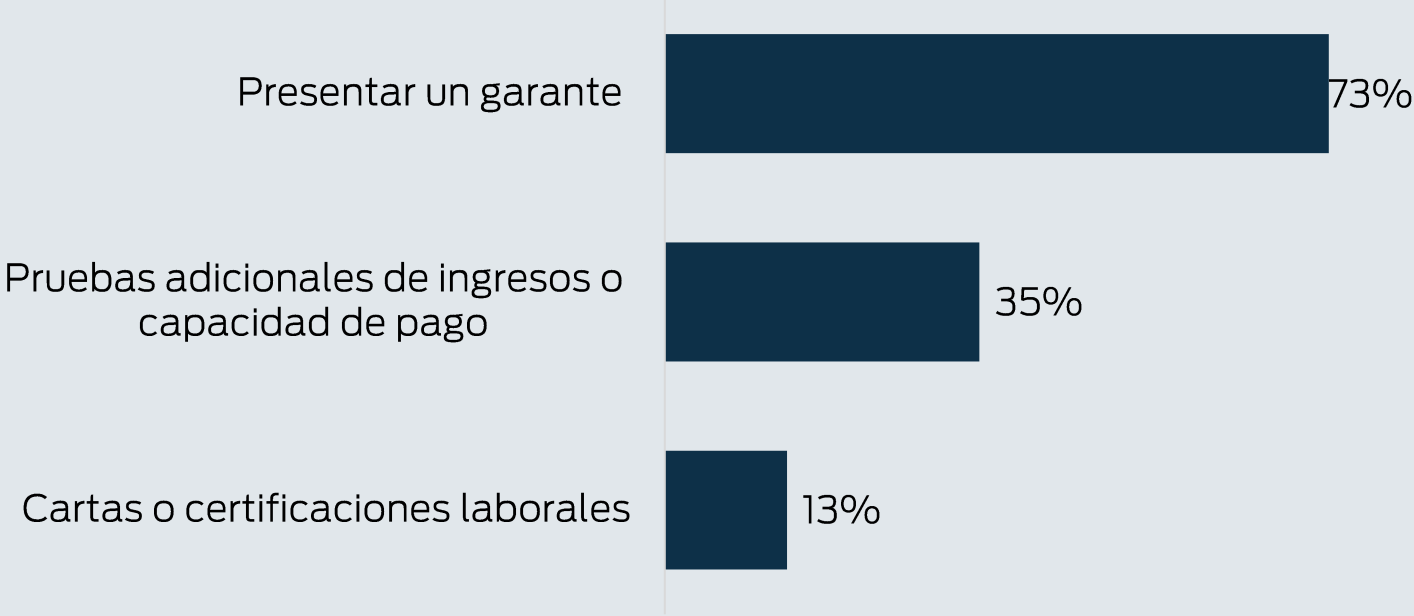
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Estos requisitos adicionales pueden desincentivar a muchas mujeres a continuar con la solicitud de productos o servicios financieros. Al exigir documentación o validaciones extra, el proceso se vuelve más complejo y, en algunos casos, depende del apoyo de terceros, lo que limita su acceso efectivo a los servicios financieros. En cuanto al manejo de sus productos financieros, el 72 % de las usuarias indicó que gestionan personalmente sus cuentas y servicios. El restante 28 % reportó que otra persona se encarga de sus productos financieros, principalmente la cuenta de ahorro, seguida de la cuenta corriente y los préstamos personales.

27. Requisitos adicionales solicitados por ser mujeres

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



“28 % reportó que otra persona se encarga de sus productos financieros, principalmente la cuenta de ahorro”

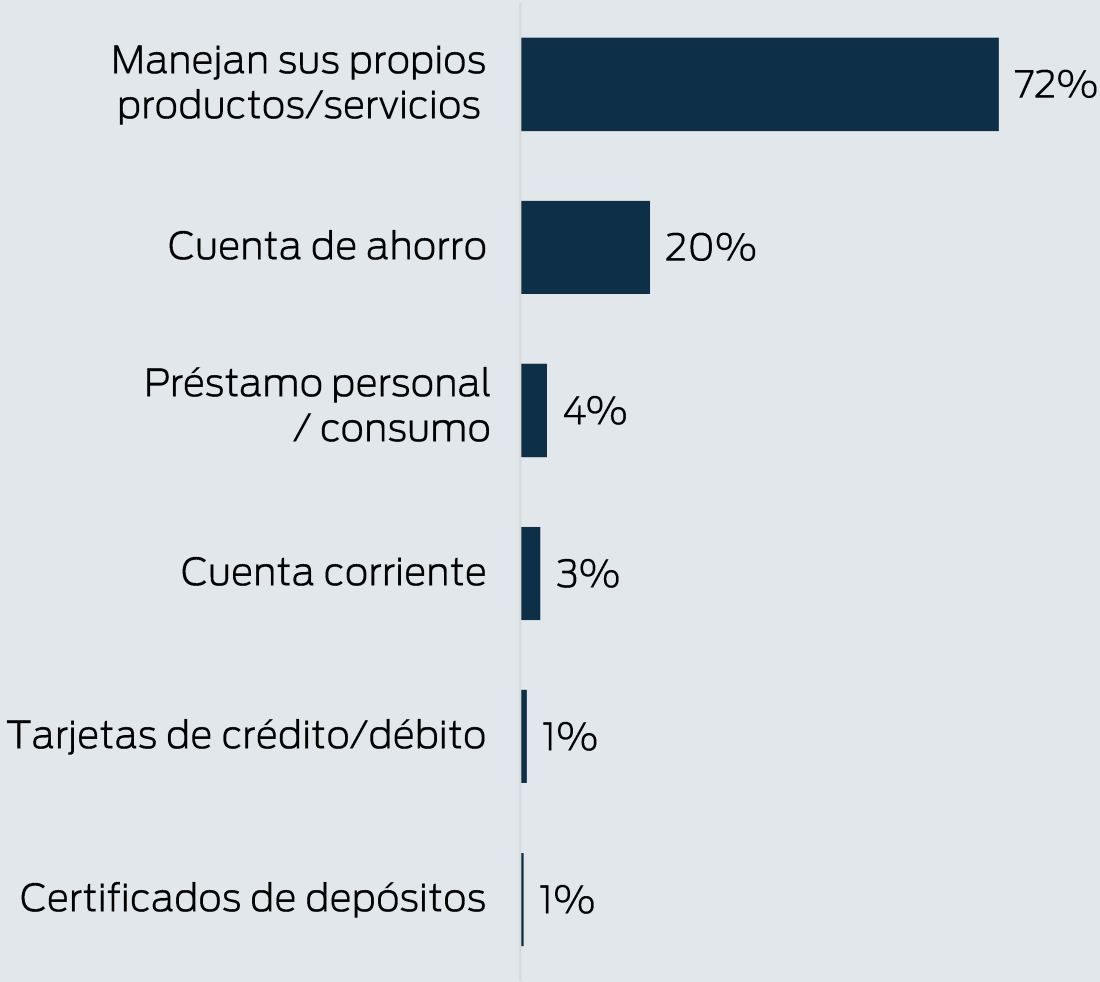


Al analizar este patrón según la edad y el nivel educativo, se observa que el manejo por terceros es más frecuente entre mujeres de mayor edad y con educación primaria. Este fenómeno sugiere que estas usuarias podrían requerir apoyo debido a la falta de conocimiento o familiaridad con los productos financieros.

La confianza reflejada por los usuarios y usuarias del sistema financiero en su EIF principal, es elevada. El 65 % de las mujeres encuestadas reporta tener total confianza, una proporción ligeramente superior a los hombres con un 60 %. A esto se suma que un 19 % de las mujeres y un 22 % de los hombres expresan tener algo de confianza, lo que nos lleva a un nivel de confianza en la entidad principal de 84 % para las mujeres y 82 % para los hombres. Los niveles de desconfianza son bajos en ambos géneros, aunque levemente mayores entre los hombres 5 % ninguna confianza, frente a 3 % en mujeres.

28. Productos o servicios contratados o gestionados por un tercero

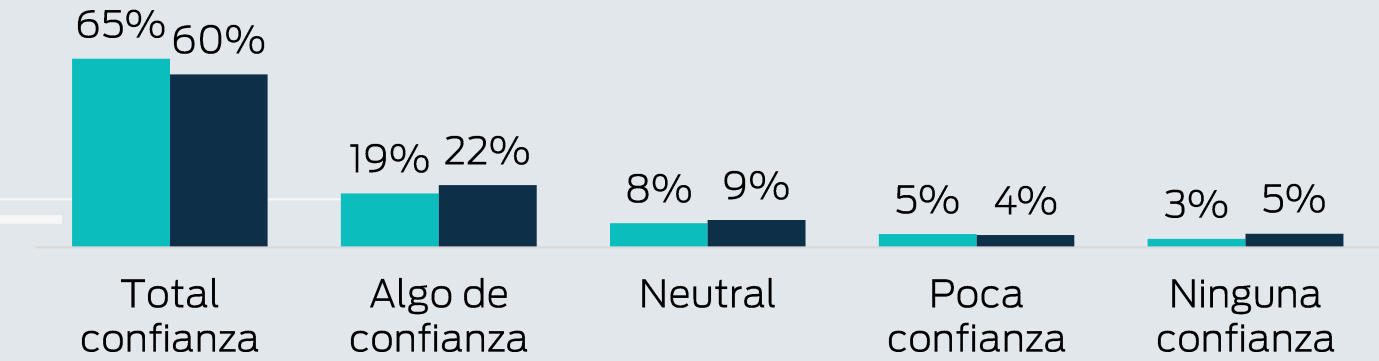
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



En conjunto, estos resultados indican que tanto hombres como mujeres mantienen una percepción positiva y bastante similar sobre la confiabilidad de sus EIF, sin brechas significativas, aunque con un nivel de confianza plena ligeramente más alto entre las mujeres.

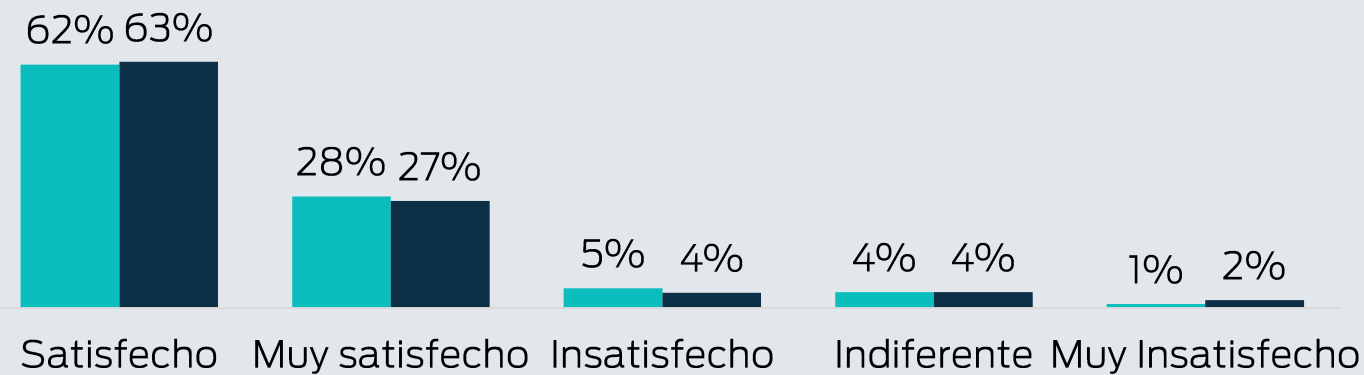
29. Nivel de confianza en su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



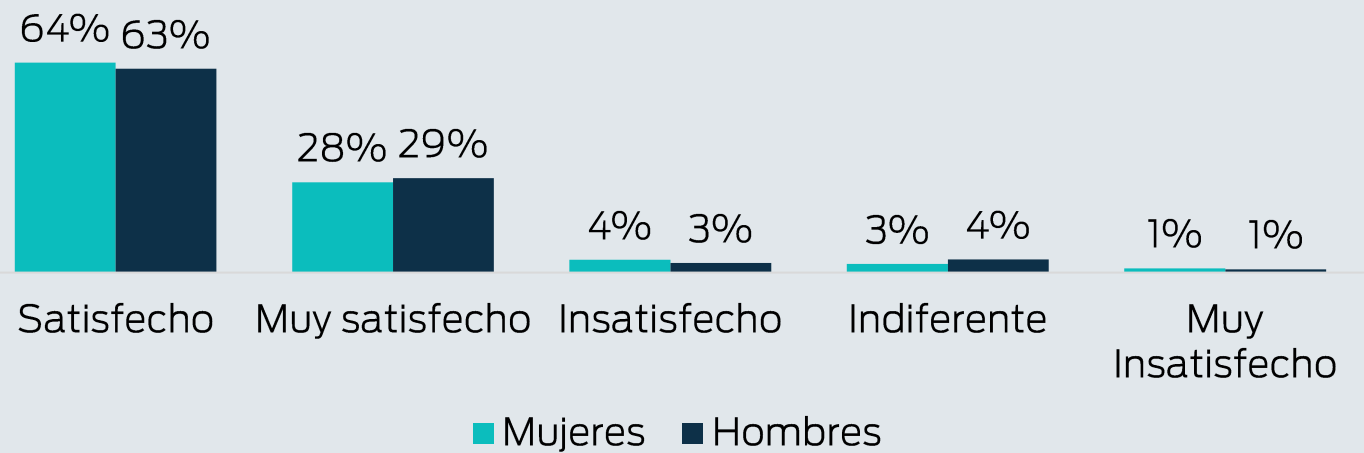
30. Nivel de satisfacción sobre los productos financieros que ofrece su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



31. Nivel de satisfacción sobre el trato recibido por su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



“92 % de las mujeres y de los hombres indicó sentirse satisfecho o muy satisfecho con el trato brindado por su entidad principal”

La satisfacción general con los productos financieros ofrecidos por su entidad principal es alta en ambos géneros. El 62 % de las mujeres dice estar satisfecha y 28 % muy satisfecha, cifras muy similares a los hombres con un 63 % y 27 % respectivamente, sumando en ambos casos una satisfacción del 90 %. La insatisfacción es baja y no supera el 5 % entre los encuestados. Estos resultados indican que, independientemente del género, los usuarios y usuarias valoran positivamente la oferta de productos financieros en sus EIF.

En cuanto al trato brindado, el 92 % de las mujeres y de los hombres indicó sentirse satisfecho o muy satisfecho. Solo una minoría reporta insatisfacción o indiferencia (entre 3 % y 5 %), sin diferencias de género relevantes. En términos generales, tanto mujeres como hombres perciben que reciben un trato adecuado y consistente, lo que indica que la calidad del servicio no presenta brechas de género significativas.

CONCLUSIONES

El análisis de la oferta y la demanda del sistema financiero con enfoque de género, evidencian avances importantes, pero también revela desafíos estructurales que deben ser atendidos para lograr una participación más equitativa y sostenible. Desde la oferta, se observan mejoras en el acceso de las mujeres al ahorro y al crédito, así como una creciente presencia femenina en puestos de liderazgo dentro de las EIF. Sin embargo, la disponibilidad de productos, servicios y beneficios diseñados específicamente para mujeres continúa siendo limitada, y las políticas institucionales de igualdad aún no están plenamente formalizadas ni cuentan con mecanismos de seguimiento y evaluación en todo el sector.

Por el lado de la demanda, las mujeres muestran altos niveles de confianza y satisfacción con sus entidades financieras, pero enfrentan brechas en información, acceso y autonomía financiera. Persisten prácticas diferenciadas como la solicitud de requisitos adicionales, y persisten disparidades en el uso de productos según nivel educativo, edad y región geográfica.

En conjunto, los resultados muestran que el sistema financiero dominicano ha logrado avances importantes en la inclusión financiera de las mujeres; sin embargo, persiste un amplio margen para formalizar y transversalizar políticas de género en todas las entidades, con metas claras y seguimiento periódico, diversificar la oferta de productos y servicios, mejorar la comunicación, promover la participación de mujeres en la toma de decisiones y fortalecer la capacitación interna en igualdad y trato digno, y estandarizar prácticas con enfoque de género e interseccionalidad. Consolidar estos esfuerzos permitirá avanzar hacia un sistema más inclusivo, equitativo y alineado con las necesidades reales de toda la población.



MIPYMES LIDERADAS POR MUJERES

INCLUSIÓN FINANCIERA de las Mipymes lideradas por mujeres

Las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) continúan desempeñando un papel estratégico en la inclusión financiera y la equidad económica del país. Según el Informe sobre el Financiamiento a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas⁶, este segmento representa el 45.6% del crédito comercial privado y 78.6% del número de préstamos otorgados al sector, con un saldo adeudado de DOP 534,988 millones. Además, las Mipymes generan alrededor de 3.05 millones de empleos, equivalentes al 61.6 % del empleo total, y aportan aproximadamente 32 % del PIB nacional, consolidándose como un motor esencial para la economía dominicana.

La República Dominicana ha dado pasos notables para fortalecer el acceso equitativo al financiamiento y fomentar la participación activa de las mujeres empresarias en el sistema financiero. El país se posiciona como pionero en la implementación del piloto Women Entrepreneurs Finance Code (WE Fi Code), una iniciativa global impulsada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID Invest),

la Asociación de Bancos Múltiples (ABA), la Superintendencia de Bancos de la República Dominicana (SBRD) y el Banco Central de la República Dominicana (BCRD).

Lanzado oficialmente en el país en noviembre de 2023, con una duración prevista de dos años, el WE Fi Code busca reducir las brechas de género en el acceso al crédito empresarial mediante la generación de datos desagregados por sexo, el diseño de productos financieros adaptados a las necesidades de las mujeres y el establecimiento de compromisos institucionales medibles.

En el 2025, el alcance del piloto se amplió hacia el ecosistema fintech dominicano, integrando a la Asociación Dominicana de Fintech (Adofintech) y a empresas locales como Mercofact, Merlata, Kompil y Panacrédito. Actualmente, 13 entidades de intermediación financiera participan activamente, lo que refleja un compromiso institucional sostenido con la igualdad de género. Con esta iniciativa, la República Dominicana se consolida como el único país piloto del WE Fi Code en América Latina y el Caribe, reafirmando su liderazgo regional en materia de inclusión financiera con perspectiva de género.

⁶ Informe sobre el Financiamiento a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas a marzo 2025

El WE Fi Code se alinea directamente con los objetivos de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (2022–2030) y con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 (Igualdad de Género). Su implementación permitirá contar con indicadores estandarizados de financiamiento a las Mipymes, por género, visibilizar las brechas existentes y diseñar estrategias basadas en evidencia para un sistema financiero más equitativo, sostenible e inclusivo.

Sumando a los esfuerzos de la Superintendencia de Bancos para apoyar la inclusión financiera de las Mipymes se destaca la emisión de la Circular CSB-REG-202500013⁷, que establece los lineamientos para la creación de la Cuenta Básica de Ahorro Mipymes. Este producto busca reducir barreras de entrada al sistema financiero formal, especialmente para empresas sin historial bancario o con limitaciones operativas.

Entre sus disposiciones principales se establece que:

- Los cargos asociados deberán mantenerse en sus niveles mínimos posibles.
- Podrá abrirse de forma presencial o digital.
- La cuenta básica no podrá exceder una transaccionalidad mensual de RD\$700,000 (equivalente, de forma referencial, a aproximadamente unos USD\$ 10,000, al momento de la publicación de este informe).
- Las entidades deben garantizar trato equitativo y no discriminatorio en todo el proceso de apertura y uso.

Esta medida refuerza las políticas de inclusión financiera al ofrecer un producto simplificado que facilita la bancarización de Mipymes, promoviendo la formalización y permitiéndoles construir historial financiero para acceder posteriormente a productos de crédito formales.



Para este informe, se consideraron como “Mipymes lideradas por mujeres” aquellas empresas en las que la mujer es propietaria principal o posee al menos el 51 % de la participación accionaria. Esta definición se adopta en el marco de las discusiones del WE Finance Code (WE Fi Code), con el objetivo de armonizar los criterios de medición y estandarizar el reporte de datos desagregados por sexo dentro del sistema financiero dominicano, promoviendo una mayor visibilidad y comprensión del liderazgo femenino en el ámbito empresarial.

⁷ Circular SB-CSB-REG-202500013 Cuenta Básica Mipymes

DATOS DE LA OFERTA

En los últimos años, las Mipymes lideradas por mujeres han cobrado una creciente relevancia en el ecosistema financiero nacional, debido a su aporte en la generación de empleo, la dinamización de las economías locales y su papel en la reducción de las brechas de género. Con el propósito de identificar las acciones implementadas por las entidades de intermediación financiera para promover su inclusión, esta edición del informe incorpora una nueva sección dedicada a analizar la oferta de productos, servicios y programas diseñados para este segmento clave del desarrollo económico y social.

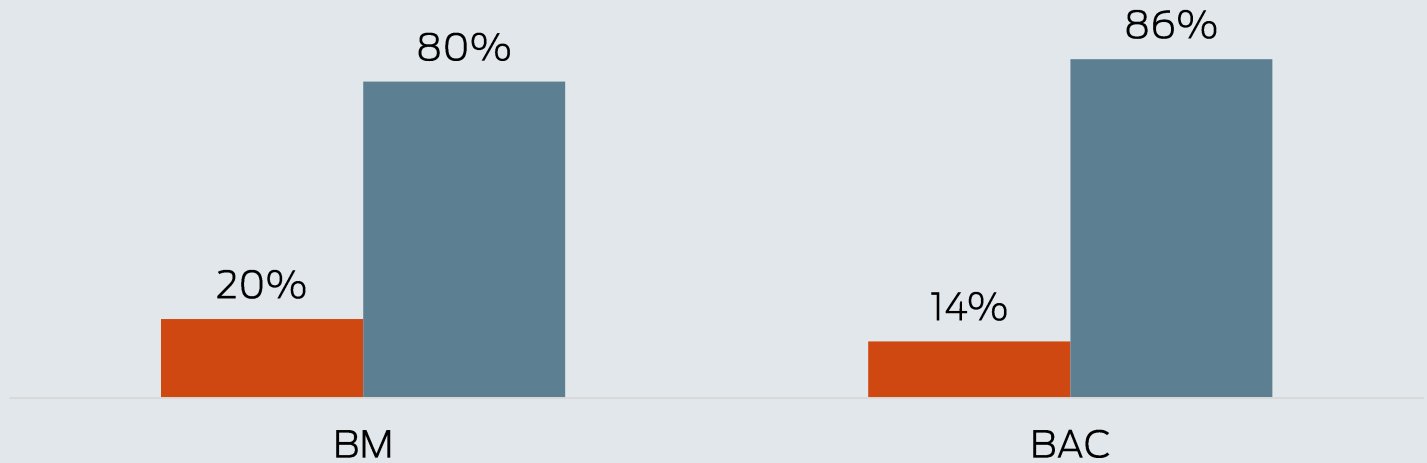
OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

A nivel sectorial, solo el 11 % de las EIF ofrece productos o servicios diseñados específicamente para Mipymes lideradas por mujeres, lo que evidencia una amplia oportunidad para ampliar y diversificar la oferta financiera orientada a este segmento. Al desagregar por tipo de entidad, se observa que este tipo de productos está presente únicamente en el 20 % de los BM y en el 14 % de los BAC.

32. Oferta de productos o servicios diseñados para Mipymes lideradas por mujeres, por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

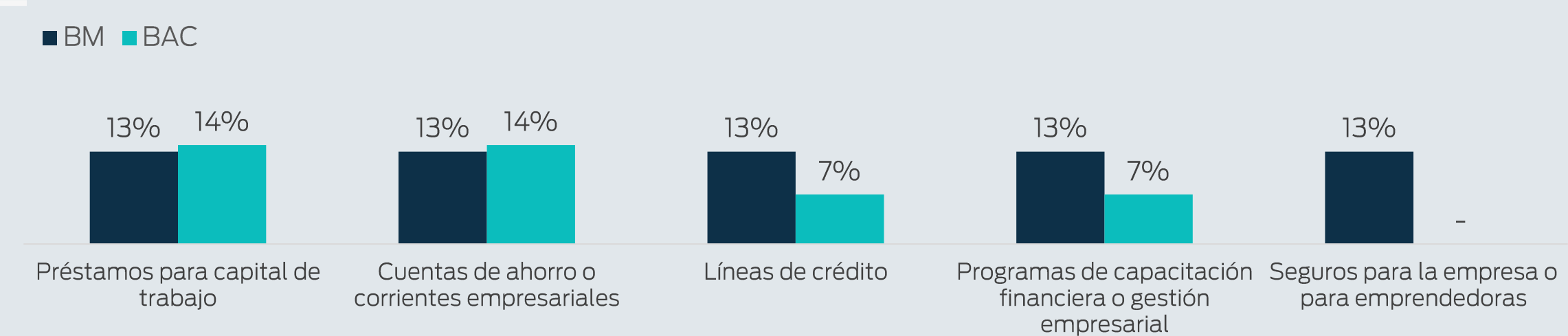
■ Sí ■ No



Los productos o servicios diseñados específicamente por las EIF para Mipymes lideradas por mujeres incluyen préstamos para capital de trabajo y cuentas de ahorro o corrientes empresariales, ambos mencionados por un 9 % de las EIF; en menor proporción, se identifican líneas de crédito (7 %), programas de capacitación financiera o de gestión empresarial (7 %) y seguros empresariales o para emprendedoras (5 %), lo que refleja una oferta aún limitada y centrada en productos financieros tradicionales.

33. Tipo de productos o servicios ofrecidos a las Mipymes lideradas por mujeres, por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Al desagregar los resultados por tipo de EIF, se observa que tanto los BM como los BAC mantienen niveles similares en la oferta de préstamos y cuentas empresariales, con un 13 % y 14 %, respectivamente. Los BM ofertan líneas de crédito y programas de capacitación financiera en mayor proporción que los BAC, y adicionalmente, incluyen seguros empresariales (13 %) dentro de su oferta.

A nivel sectorial, los resultados muestran que solo el 7 % de las EIF ofrece tasas de interés preferenciales para este segmento, mientras que un 5 % otorga acceso prioritario a líneas de crédito.

En relación con el desarrollo de productos o servicios dirigidos a este grupo, solo el 11 % de las EIF indicó haber implementado iniciativas de este tipo durante los últimos tres años, estas iniciativas han sido más relevantes en los BAC, BM y EPyM. Este resultado evidencia una brecha significativa en la oferta de soluciones financieras con enfoque de género en las Mipymes.

BENEFICIOS ESPECÍFICOS OFRECIDOS POR LAS EIF

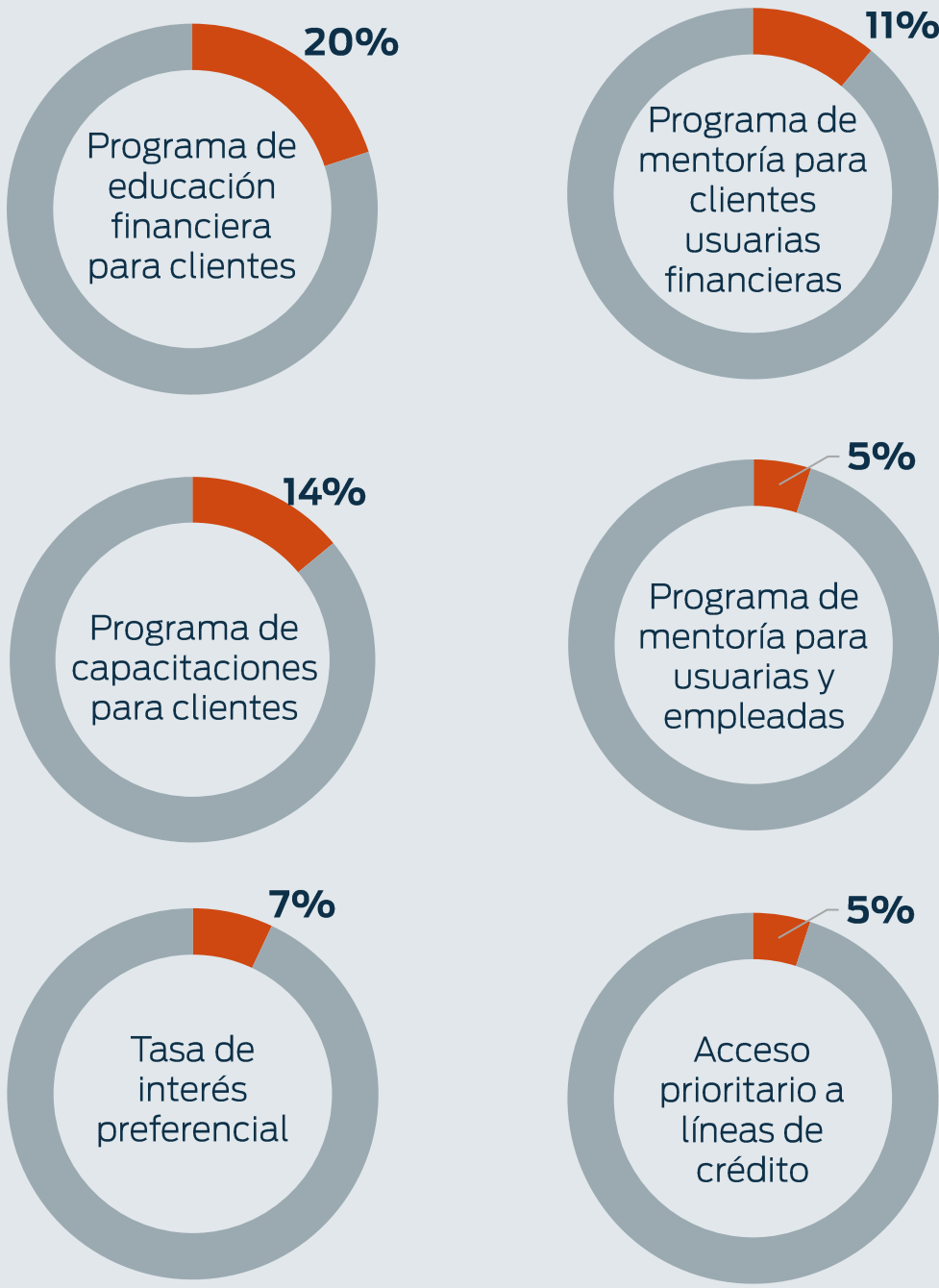
La oferta de programas de capacitación dirigidos específicamente a mujeres emprendedoras aún es limitada dentro del sistema financiero. Solo el 14 % de las EIF reporta contar con este tipo de iniciativas, siendo los BM quienes muestra mayor participación (20 %), seguidos por los BAC (14 %).

En cuanto a los programas de mentoría, asesoría o acompañamiento, el 16 % de las EIF indicó ofrecer alguna iniciativa de este tipo. De estas, un 11 % señaló que los programas están dirigidos exclusivamente a sus clientas, incluyendo un 13 % de los BM, un 10 % de las AAyP y el 7 % de los BAC. Asimismo, un 5 % de las EIF reportó que estos programas se extienden tanto a clientas como a empleadas. Estas iniciativas mixtas son ofrecidas únicamente por BM.

En lo que respecta a la oferta de programas de educación financiera para este segmento, los resultados muestran que una de cada cinco entidades (20 %) ofrece este tipo de programas. Al analizar los resultados por tipo de EIF, los BM y los BAC son las entidades con mayor disponibilidad de programas, con un 27 % y un 29 % respectivamente, mientras que las AAyP registran una menor participación, con un 10 %.

34. Beneficios ofrecidos por las EIF a Mipymes lideradas por mujeres

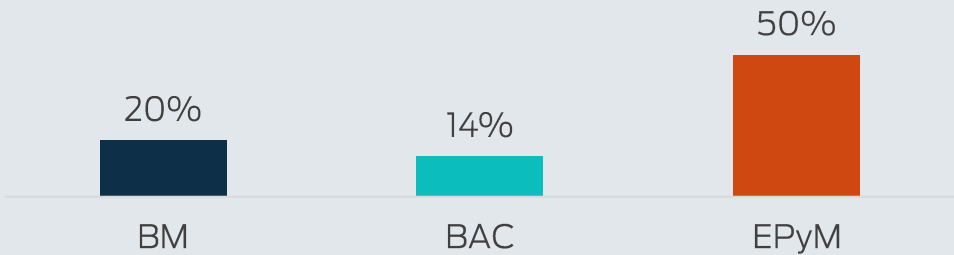
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Las EIF han desarrollado diversas iniciativas para apoyar el fortalecimiento empresarial de las Mipymes lideradas por mujeres, combinando educación financiera, capacitación técnica, asesoría personalizada y el establecimiento de alianzas estratégicas con organismos públicos, privados y multilaterales para el logro de las mismas.

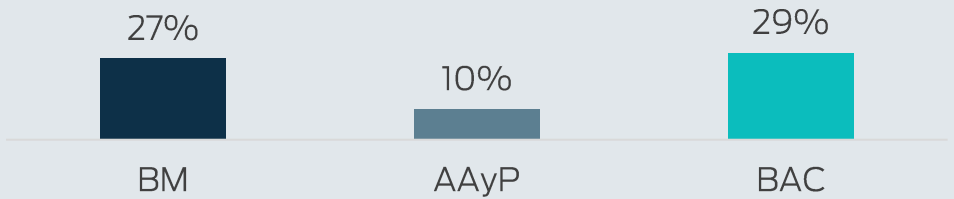
35. Programas de capacitación o mentoría dedicadas a mujeres emprendedoras por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



36. Disponibilidad de programas de educación financiera enfocados a mujeres emprendedoras por tipo de EIF

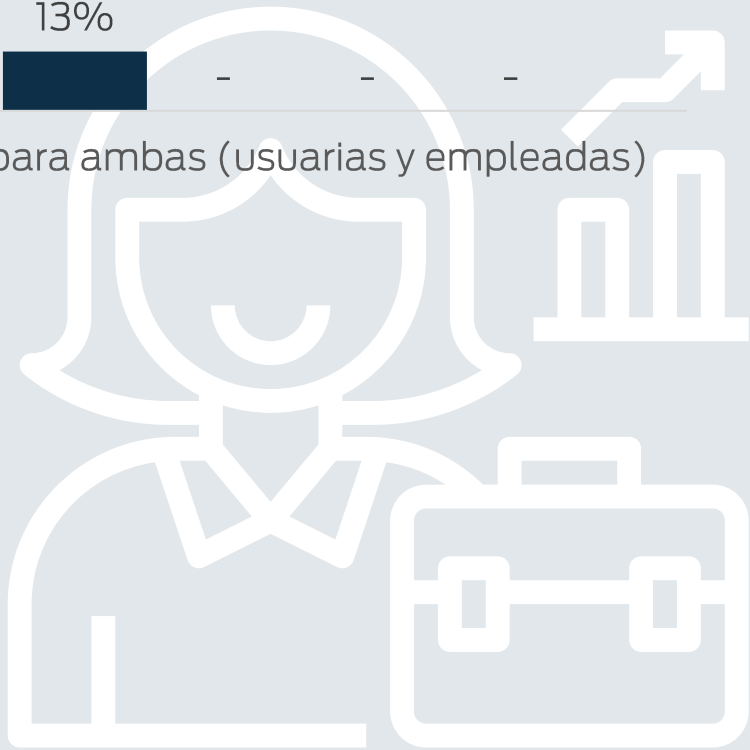
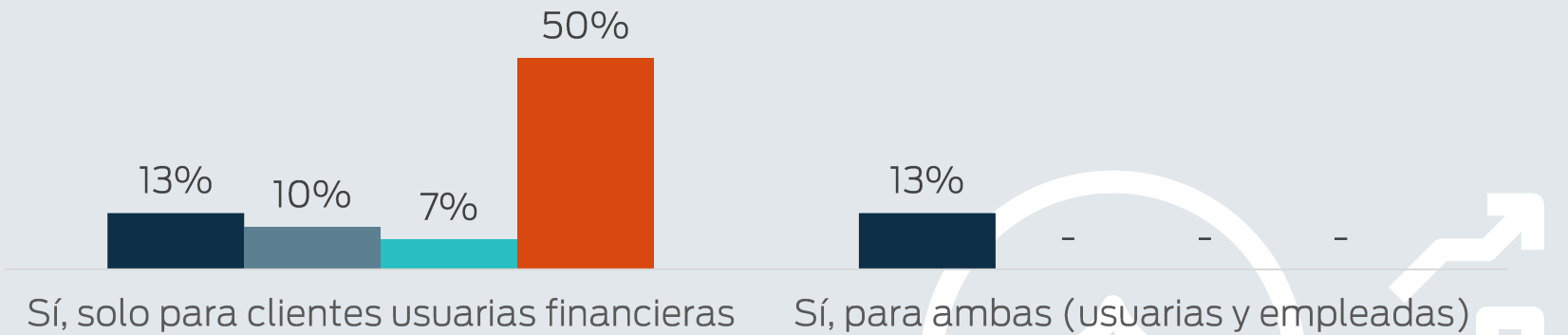
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

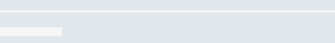


El 34 % de las EIF mantiene algún tipo de alianza o acuerdo de colaboración en este ámbito. Esta dinámica se observa con mayor fuerza en los BM (40 %), BAC (36 %) y las AAyP (20 %), lo que evidencia la articulación institucional y un trabajo conjunto activo entre el sector financiero y los organismos públicos y privados.

37. Programas de mentoría, asesoría o acompañamiento para Mipymes lideradas por mujeres

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%) ■ BM ■ AAyP ■ BAC ■ EPyM





Entre las principales iniciativas y alianzas se destacan:

- **Asociación La Nacional de Ahorros y Préstamos (ALNAP)**, renovó su convenio con el Programa Supérate, impulsando la educación financiera como uno de los pilares del desarrollo económico de las familias dominicanas y apoya el proyecto SUPEREmprendedoras, una iniciativa que empodera capacita y acompaña a mujeres en situación de vulnerabilidad para que puedan generar ingresos y mejorar su calidad de vida a través de emprendimientos sostenibles.
- **Banreservas** cuenta con el programa Emprendedoras Banreservas, una plataforma educativa desarrollada en colaboración con Mastercard, diseñada para apoyar a mujeres emprendedoras dominicanas, ofreciendo cursos gratuitos, mentorías, herramientas digitales y contenido especializado para impulsar el crecimiento y fortalecimiento de sus negocios.

Además, cuenta con los programas Cree Banreservas y Coopera Banreservas, y mantiene alianzas con la Corporación Financiera Internacional para el Desarrollo de EE. UU. (DFC) y el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF).

- **Adopem** ofrece a las Mipymes lideradas por mujeres programas de capacitación y acompañamiento a través de su fundación ADOPEM ASFL, con el objetivo de fortalecer las habilidades empresariales y de gestión de las emprendedoras y promover el crecimiento sostenible de sus negocios.

Entre las alianzas de ADOPEM, destaca la colaboración con BID Lab, a través de la cual impulsa la Comunidad Emprendedora Digital, una iniciativa orientada a fortalecer la resiliencia y reducir la brecha digital de las Mipymes lideradas por mujeres, proporcionándoles acceso a herramientas tecnológicas y recursos digitales.

- **Promerica** ofrece capacitaciones, asistencias y mentorías a través de Proinnovadora y Protagonistas, en colaboración con la Cámara de Comercio de Santo Domingo, el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes, y el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC).
- **Banco Popular** cuenta con la plataforma Emprende Mujer, que incluye cápsulas informativas, artículos de relevancia, apoyo terapéutico, capacitaciones y productos financieros destinados a usuarias emprendedoras. Mantiene alianzas con PACAM y ENLACES.
- **Banco BHD** brinda a sus usuarias el Programa Mujer Negocios BHD, que ofrece capacitación, asesoría técnica, mentoría y soluciones financieras para impulsar sus emprendimientos. A través de iniciativas como Mujer Negocios y el Reconocimiento Mujer Negocios, la entidad busca visibilizar, promover y acompañar a mujeres emprendedoras y líderes de micro, pequeñas y medianas empresas en su crecimiento y consolidación. Colabora con los Centros Mipymes (Ministerio de Industria y Comercio) y la Fundación Flor INCAE.

- **Bandex** dispone de la asesoría Campo Moderno, que evalúa proyectos agrícolas, verificando la viabilidad de las estimaciones de producción considerando las condiciones del terreno, las prácticas de cultivo y la estrategia comercial proyectada, en alianza con ProDominicana.
- **Banfondesa** colabora con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y el *Global Green Growth Institute* en iniciativas de desarrollo sostenible.
- **Banco Agrícola** participa en el programa de financiamiento de inversiones sostenibles en el sector agropecuario BID AFD.

Estas experiencias demuestran que la articulación entre programas propios y alianzas estratégicas es clave para ampliar el alcance y la efectividad de las acciones dirigidas a mujeres emprendedoras, facilitando el acceso a recursos, formación, acompañamiento y soluciones financieras adaptadas a sus necesidades.

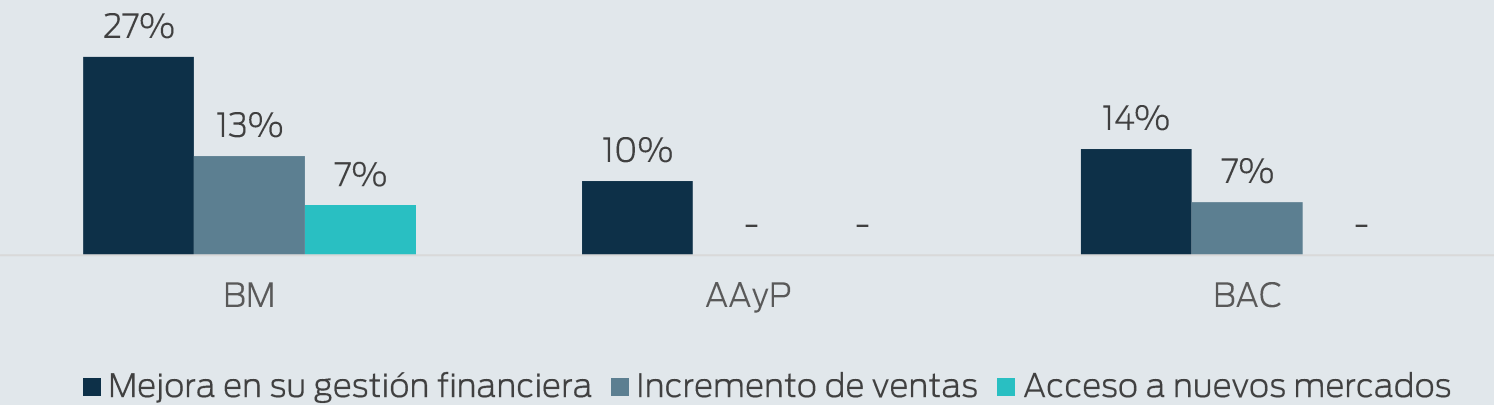
IMPACTO Y MEDICIÓN DE LOS PROGRAMAS

Los programas de capacitación y mentoría dirigidos a mujeres emprendedoras han generado impactos positivos, especialmente en el fortalecimiento de sus capacidades financieras y empresariales. El 16 % de las EIF reporta mejoras observadas en la gestión financiera de los emprendimientos, representadas en un 27 % por los BM y 10 % las AAYP, seguidas de un 7 % que identifica incrementos en ventas y un 2% que destaca el acceso a nuevos mercados como resultado de estas iniciativas.

Sin embargo, la capacidad de las entidades para identificar y medir sistemáticamente estos impactos aún presenta oportunidades de mejora. Actualmente, el 25 % de las EIF cuenta con indicadores que les permiten identificar a las Mipymes lideradas por mujeres dentro de su cartera de clientes, evidenciando la necesidad de fortalecer la disponibilidad de información desagregada por género. Los BM muestran un mayor nivel de avance (47 %), seguidos por los BAC con un 21 %, y las AAYP con un 10 %.

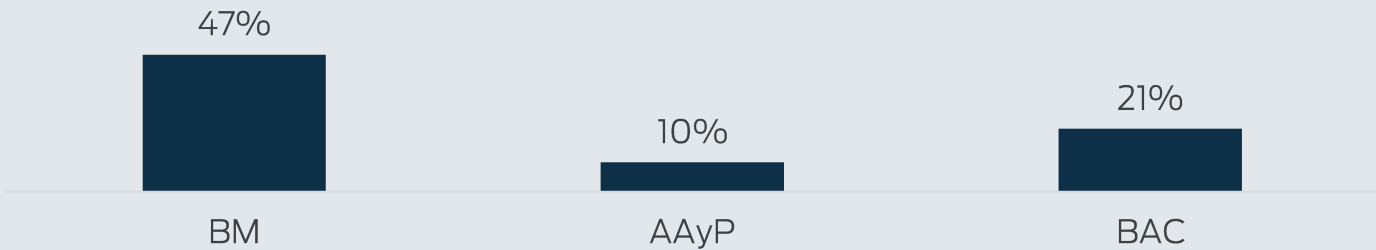
38. Impacto de los programas de capacitación y mentoría por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



39. Disponibilidad de indicadores sobre Mipymes lideradas por mujeres en la base de clientes por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

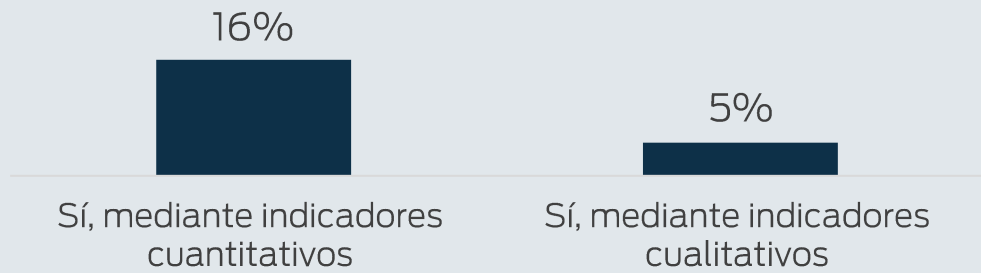




En cuanto al seguimiento del impacto de los productos y servicios dirigidos a este segmento, solo el 23 % de las EIF realiza algún tipo de medición, ya sea mediante indicadores cuantitativos (como número de Mipymes atendidas o montos financiados) o cualitativos (satisfacción o desarrollo empresarial). Al desagregar los resultados, el 16 % evalúa el impacto con indicadores cuantitativos, principalmente los BM (33 %), mientras que apenas un 5 % utiliza indicadores cualitativos, representados por el 7 % de los BM y de los BAC, respectivamente.

40. Seguimiento del impacto de los productos y servicios ofrecidos a las Mipymes lideradas por mujeres, por las EIF

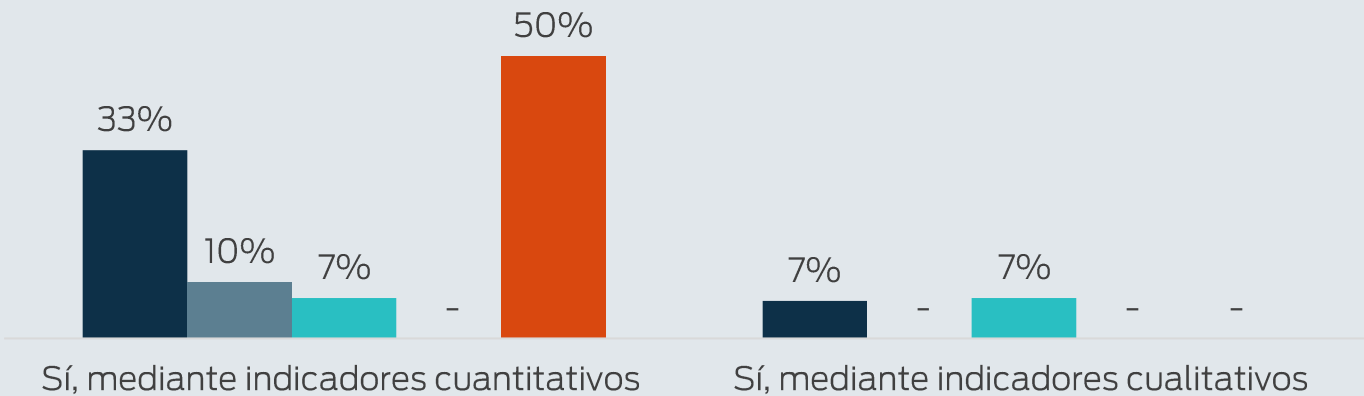
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



41. Seguimiento del impacto de los productos y servicios ofrecidos a las Mipymes lideradas por mujeres por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

■ BM ■ AAyP ■ BAC ■ CC ■ EPyM



Entre los **principales indicadores utilizados** por las entidades se encuentran:



INDICADORES FINANCIEROS

- Número de Mipymes atendidas
- Monto total de financiamiento otorgado
- Tipo de producto o cartera (créditos, ahorro, tarjetas, etc.)
- Crecimiento de la cartera Mipymes femenina
- Número de préstamos otorgados y monto total desembolsado
- Volumen total de cartera y participación geográfica
- Índice de morosidad, mora estresada, calidad de cartera
- ROA, ROE y solvencia financiera



INDICADORES DE INCLUSIÓN Y GÉNERO

- Número de Mipymes lideradas por mujeres atendidas
- Volumen de financiamiento a Mipymes femeninas
- Participación de mujeres en la cartera total de Mipymes
- Tasa de crecimiento y acceso de mujeres empresarias al crédito



INDICADORES SOCIALES Y DE IMPACTO

- Nivel de alfabetización y educación financiera
- Condiciones de vivienda (agua, saneamiento, servicios básicos)
- Nivel de pobreza o vulnerabilidad de los clientes
- Clientes bancarizados, vulnerables y capacitados
- Salud e inclusión financiera de los beneficiarios



INDICADORES DE EXPERIENCIA Y DESARROLLO

- Satisfacción del cliente (NPS)
- Encuestas de servicio y desarrollo financiero
- Vinculación y diversificación de productos financieros
- Participación por tipo de producto (microempresa, consumo, hipotecario, etc.)
- Participación en proyectos específicos (educativo, vivienda, turismo, etc.)

En síntesis, aunque existen avances y resultados positivos en las mujeres beneficiarias, la consolidación de sistemas de medición robustos y la ampliación del uso de indicadores específicos siguen siendo retos clave para potenciar el impacto y la sostenibilidad de los programas dirigidos a Mipymes lideradas por mujeres.

CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD

Los resultados de la encuesta muestran que únicamente el 5 % de las EIF cuenta con criterios de elegibilidad específicos para Mipymes lideradas por mujeres, mientras que el 95 % no establece condiciones diferenciadas.

Es importante precisar que, en algunos casos, estos criterios se basan en la participación accionaria femenina igual o superior al 51 %, alineándose con los estándares internacionales para definir este tipo de empresas. En otros casos, las entidades actúan como canales de financiamiento hacia instituciones que implementan programas dirigidos a mujeres empresarias, delegando la definición de los criterios de elegibilidad a los intermediarios financieros.

BARRERAS DE ACCESO

Las principales barreras identificadas por las EIF para que este grupo acceda a productos financieros son la falta de historial crediticio (41 %), las garantías insuficientes (41 %) y la falta de información o capacitación (39 %).

42. Principales barreras que enfrentan las Mipymes lideradas por mujeres al acceder a productos financieros, según las EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



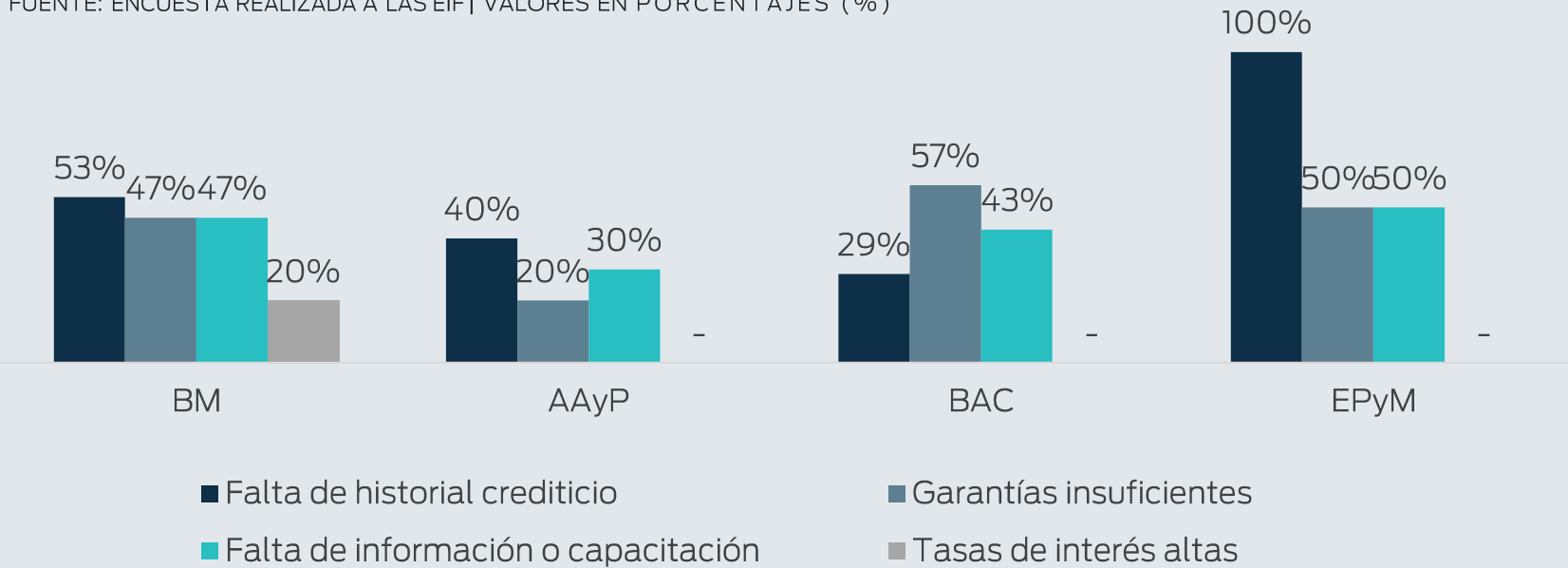
Al desagregar los resultados por tipo de EIF, se identifican patrones diferenciados en los principales desafíos que enfrenta este segmento. En el caso de las AAYP, sobresalen la falta de historial crediticio (40 %) y la insuficiente información o capacitación (30 %). Por su parte, los BAC señalan las garantías insuficientes (57 %) y la falta de información o capacitación (43 %). Finalmente, las EPyM reportan con mayor frecuencia la falta de historial crediticio, seguida de las garantías insuficientes y de la limitada información o capacitación.

En los BM predominan la falta de historial crediticio (53 %) y las garantías insuficientes (47 %) como las limitantes más recurrentes. En el caso de las AAYP, sobresalen la falta de historial crediticio (40 %) y la insuficiente información o capacitación (30 %). Por su parte, los BAC señalan las garantías insuficientes (57 %) y la falta de información o capacitación (43 %). Finalmente, las EPyM reportan con mayor frecuencia la falta de historial crediticio, seguida de las garantías insuficientes y de la limitada información o capacitación.

Para contribuir a superar estas barreras, la Superintendencia de Bancos ha puesto en marcha un programa de capacitaciones dirigido a las EIF, con el propósito de fortalecer sus capacidades para desarrollar soluciones integrales de valor orientadas a los segmentos vulnerables, incluyendo iniciativas con enfoque de género y dirigidas a las Mipymes.

43. Principales barreras que enfrentan las Mipymes lideradas por mujeres al acceder a productos financieros, por tipo de EIF

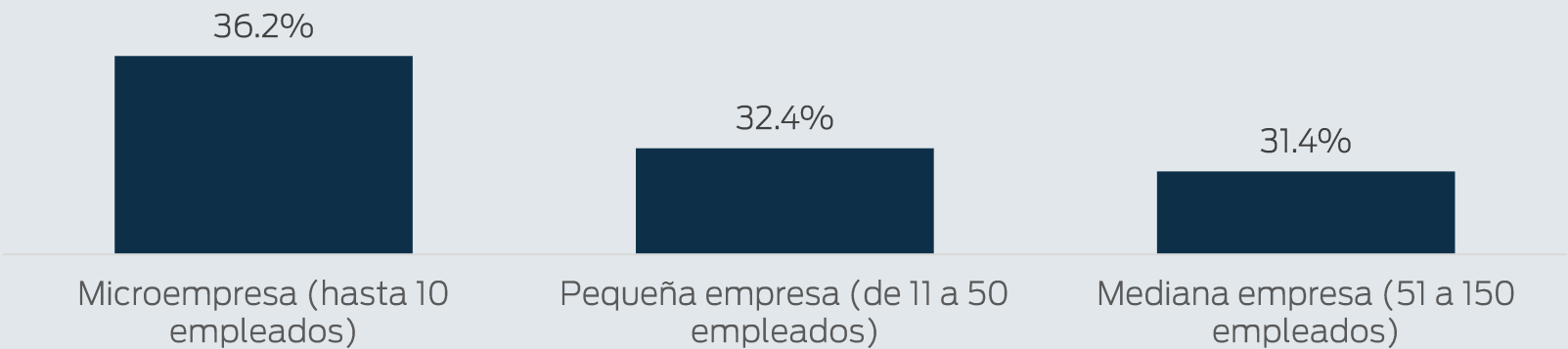
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



DATOS DE LA DEMANDA

44. Distribución de la muestra según tipo de empresa

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



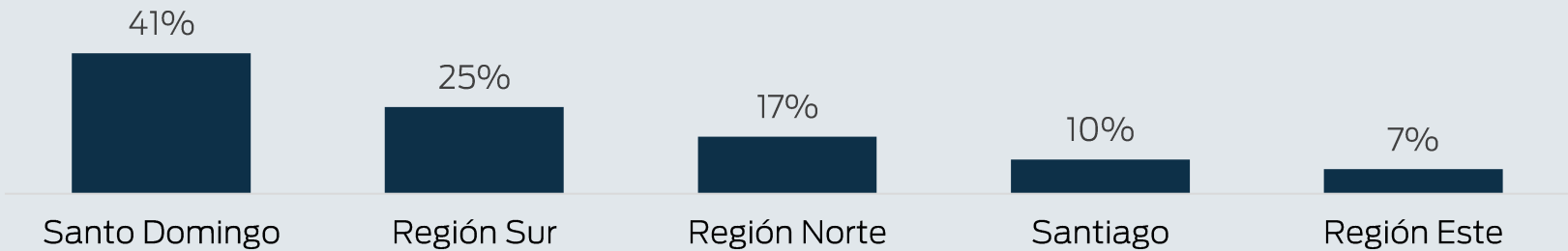
Entre las empresas encuestadas, el 36 % corresponde a microempresas, el 32 % a pequeñas empresas y el 31 % a medianas empresas.

En cuanto a la ubicación geográfica, el 69 % de las Mipymes opera en zonas urbanas y el 31 % en áreas rurales, lo que evidencia la concentración de la actividad empresarial femenina en los principales centros urbanos, donde existe mayor acceso a servicios financieros, infraestructura y oportunidades de mercado.

Por regiones, el Gran Santo Domingo concentra el 41 % de las empresas, seguido por el Sur (25 %), el Norte (17 %), Santiago (10 %) y el Este (7 %). Estos resultados confirman la centralización del emprendimiento femenino en las zonas metropolitanas, así como la necesidad de promover políticas y programas que incentiven el desarrollo empresarial en los territorios rurales y periféricos.

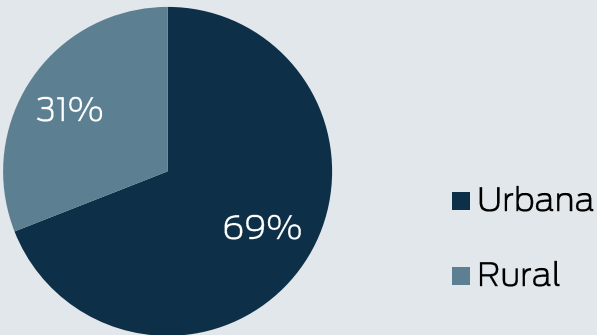
45. Distribución de la muestra según ciudad o zona de residencia

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



46. Zona de residencia de las Mipymes lideradas por mujeres

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



USO DE LOS PRODUCTOS FINANCIEROS

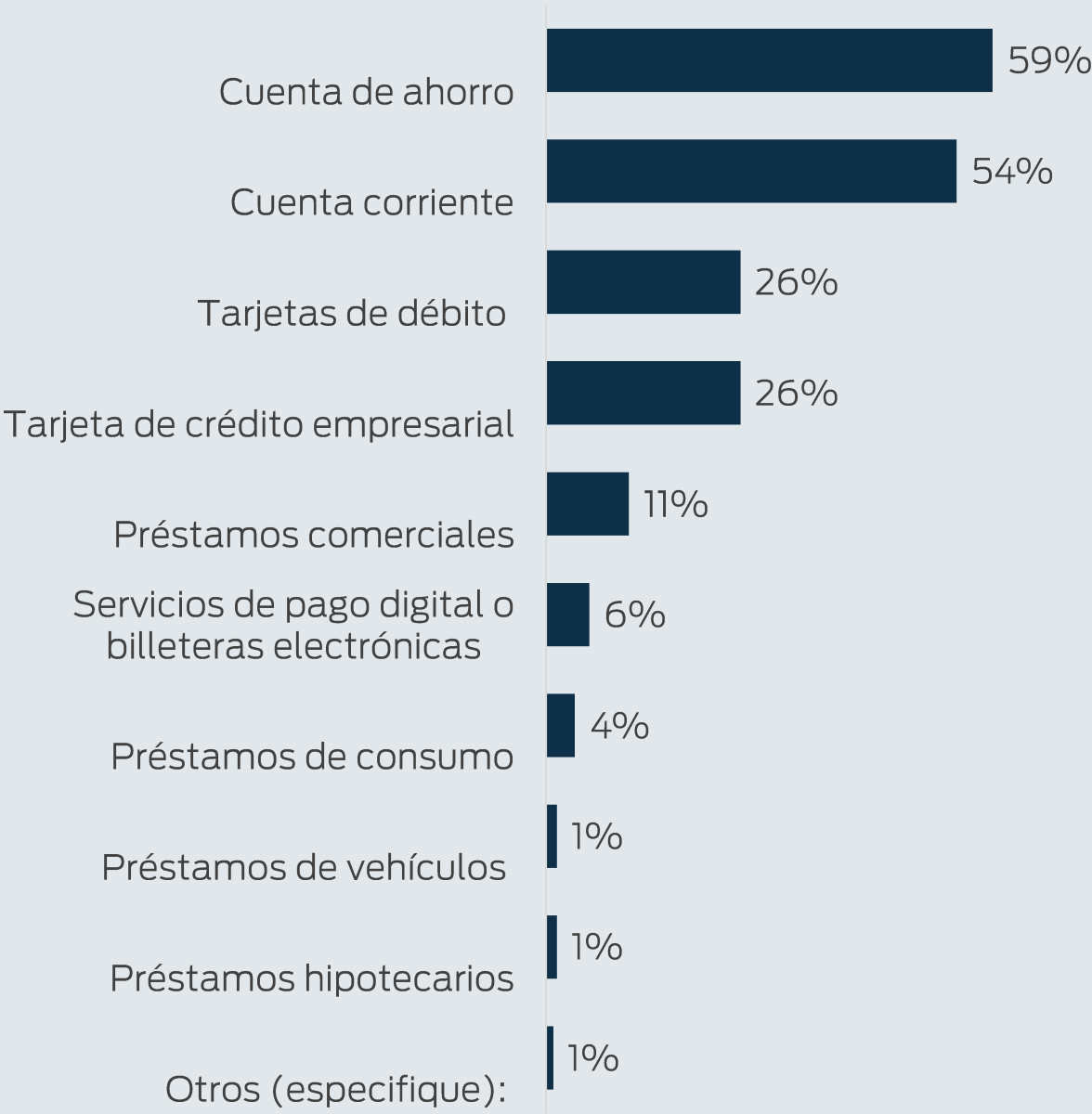
De los productos financieros más utilizados por estas empresas, destacan las cuentas de ahorro y corriente, con un 59 % y 54 % de adopción respectivamente. Contar con este tipo de productos no solo permite acceder a servicios básicos, como depósitos, transferencias a proveedores o recepción de pagos de clientes, sino que también brinda la oportunidad de luego acceder a productos financieros más sofisticados, como préstamos, inversiones, y la posibilidad de crear un historial transaccional que mejore la evaluación de riesgo crediticio de la empresa.

Luego sigue la tenencia de las tarjetas de débito y crédito con un 26%; y en menor medida, se observan los préstamos comerciales (11 %), los servicios de pago digital o billeteras electrónicas (6 %), los préstamos de consumo (4 %) y los préstamos hipotecarios (1 %).

La categoría otros (1 %) se relaciona principalmente con líneas de crédito disponibles y el uso de tarjetas de crédito personales. Esta menor adopción de productos de crédito puede explicarse, en muchos casos, por la tendencia de las mujeres empresarias a mostrar mayor aversión al riesgo financiero, prefiriendo recurrir a fuentes informales o a recursos propios para evitar el endeudamiento.

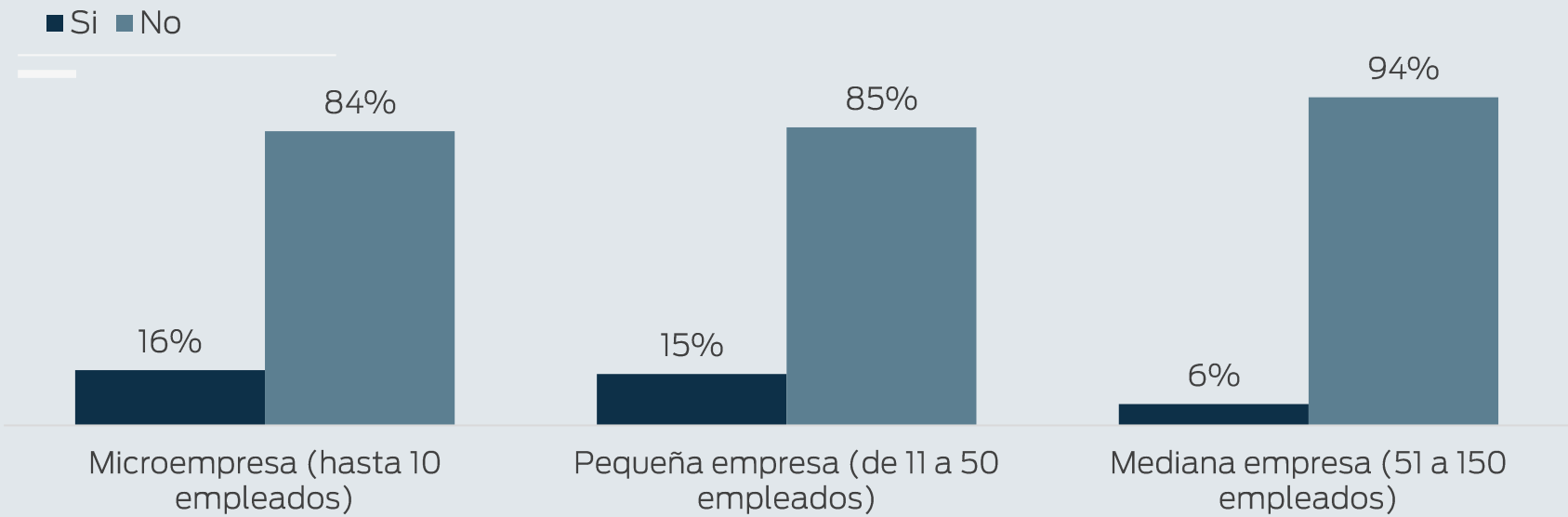
47. Productos financieros utilizados por las Mipymes lideradas por mujeres

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



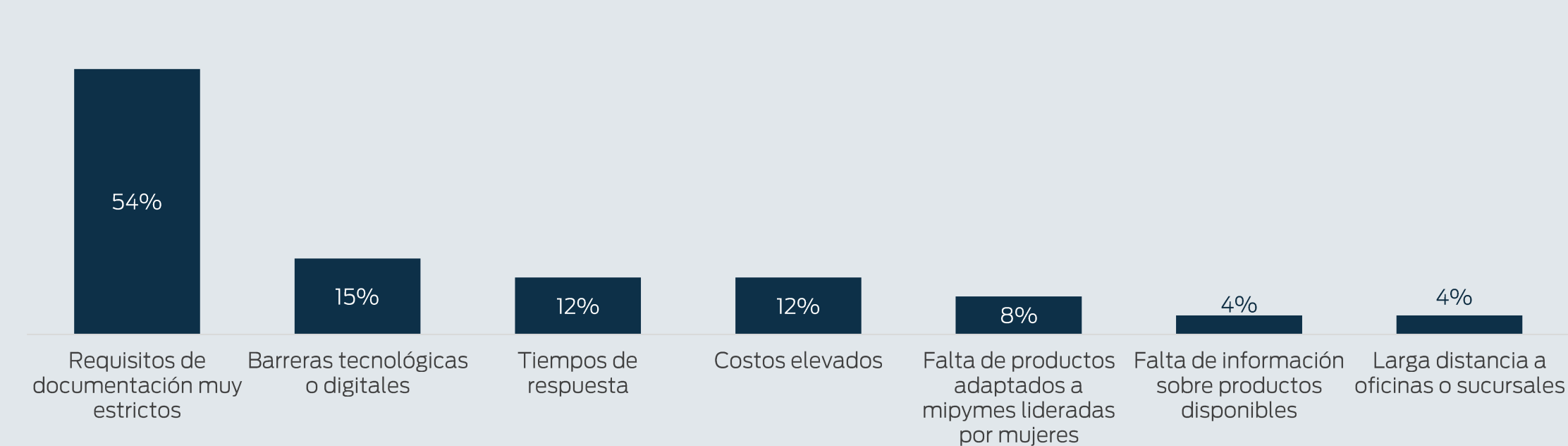
48. Dificultad de las Mipymes lideradas por mujeres para acceder a servicios financieros, por tipo de empresa

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



49. Barreras identificadas por las Mipymes lideradas por mujeres para acceder a servicios financieros

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



“El 54% de las empresas indicó que los requisitos de documentación son muy estrictos para solicitar créditos”

BARRERAS DE ACCESO Y USO

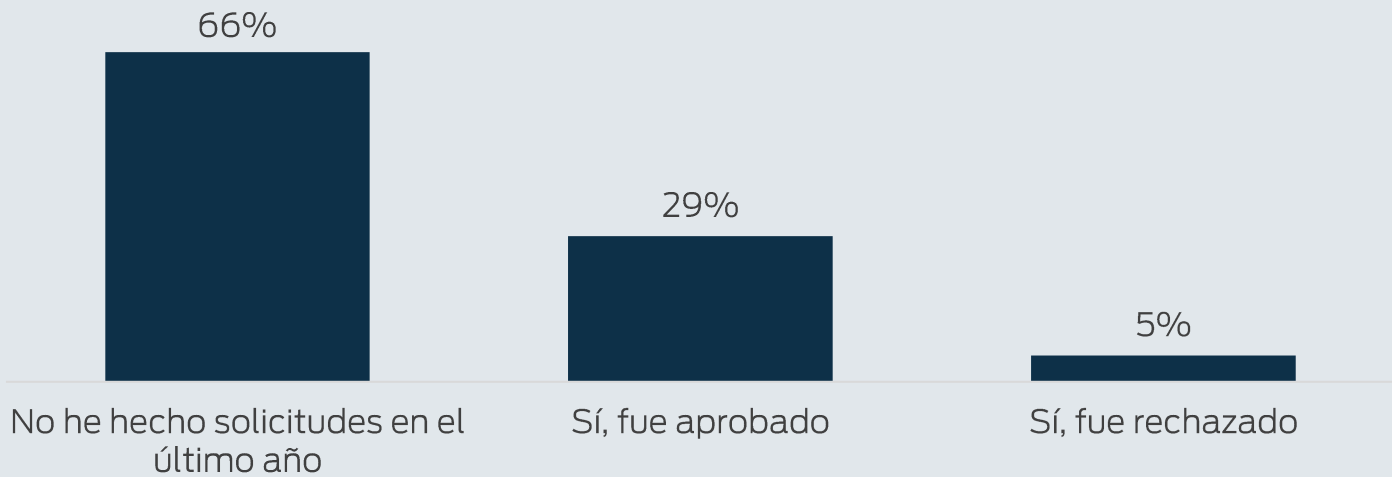
El 12% de las empresas afirma haber enfrentado dificultades para acceder a servicios financieros. Dentro de las principales razones indicadas se destacan en un 54 % los requisitos de documentación muy estrictos y las barreras tecnológicas o digitales (15 %), lo que puede verse influenciado por la limitación de educación financiera y alfabetización digital.

Cuando se preguntó a las empresas encuestadas si habían solicitado algún tipo de crédito durante el último año, el 66 % respondió que no. Este resultado coincide con hallazgos previos que indican que muchas mujeres empresarias muestran mayor aversión al endeudamiento, optando por financiar sus negocios con recursos propios o mediante canales informales⁸. Esta preferencia puede estar relacionada tanto con una percepción más cautelosa del riesgo financiero como con la falta de confianza o experiencia previa con las entidades financieras.

Por otro lado, el 5 % de las empresas indicó haber solicitado un crédito que fue rechazado. Entre las principales razones se encuentran la falta de historial crediticio (36 %) y los ingresos insuficientes (27 %). Otras causas, aunque menos frecuentes, incluyen altas tasas de interés, falta de garantías y requisitos no cumplidos.

50. Resultado en la solicitud de crédito de las Mipymes en el último año

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

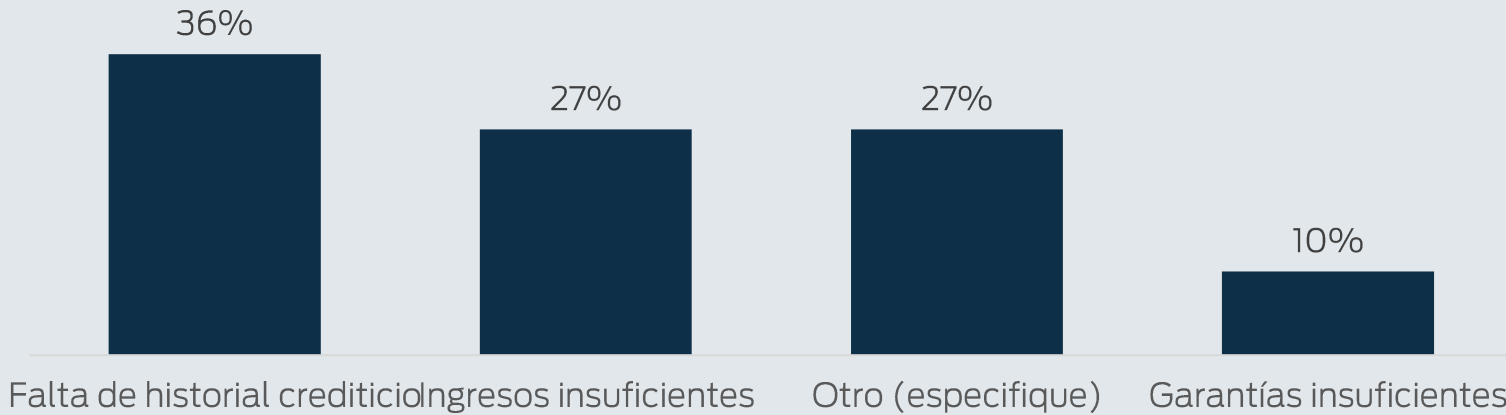


⁸ [Financiamiento para empresas, Nota técnica del BID. Noviembre 2025](#)



51. Razones de rechazo de crédito de las Mipymes lideradas por mujeres

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



CAPACITACIONES Y PROGRAMAS DE MENTORÍA

El 25 % de las empresas encuestadas indicó haber participado en programas de capacitación o mentoría ofrecidos por su entidad financiera. Los temas más abordados en estas iniciativas estuvieron relacionados con la administración básica de finanzas personales y empresariales, el emprendimiento y la gestión de negocios (37 %).

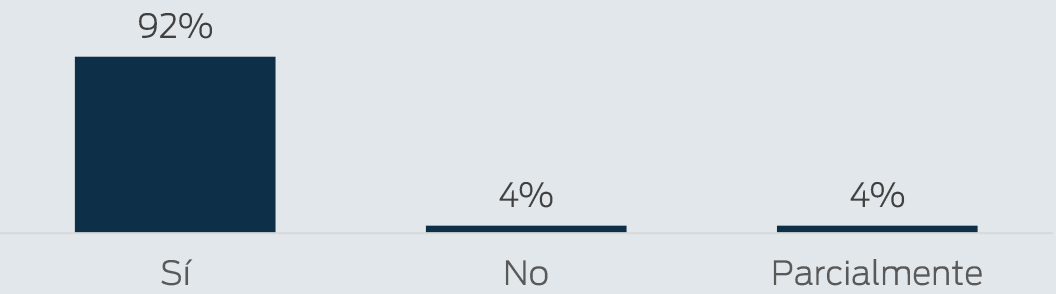
Asimismo, al consultar si estos programas contribuyeron a mejorar su gestión financiera empresarial, el 92 % de las participantes afirmó que el impacto fue positivo, especialmente entre las microempresas, donde la formación suele tener un efecto más inmediato en la toma de decisiones y sostenibilidad del negocio.

En cuanto a los canales de aprendizaje preferidos, destacan las charlas presenciales (34 %), los tutoriales en línea (26 %) y el asesoramiento personalizado (19 %). También se valoran otras modalidades complementarias, como las publicaciones educativas, jornadas de trabajo y comunidades de afinidad, que facilitan el intercambio de experiencias y la creación de redes de apoyo empresarial.

“El 25 % de las empresas encuestadas indicó haber participado en programas de capacitación o mentoría ofrecidos por su entidad financiera.”

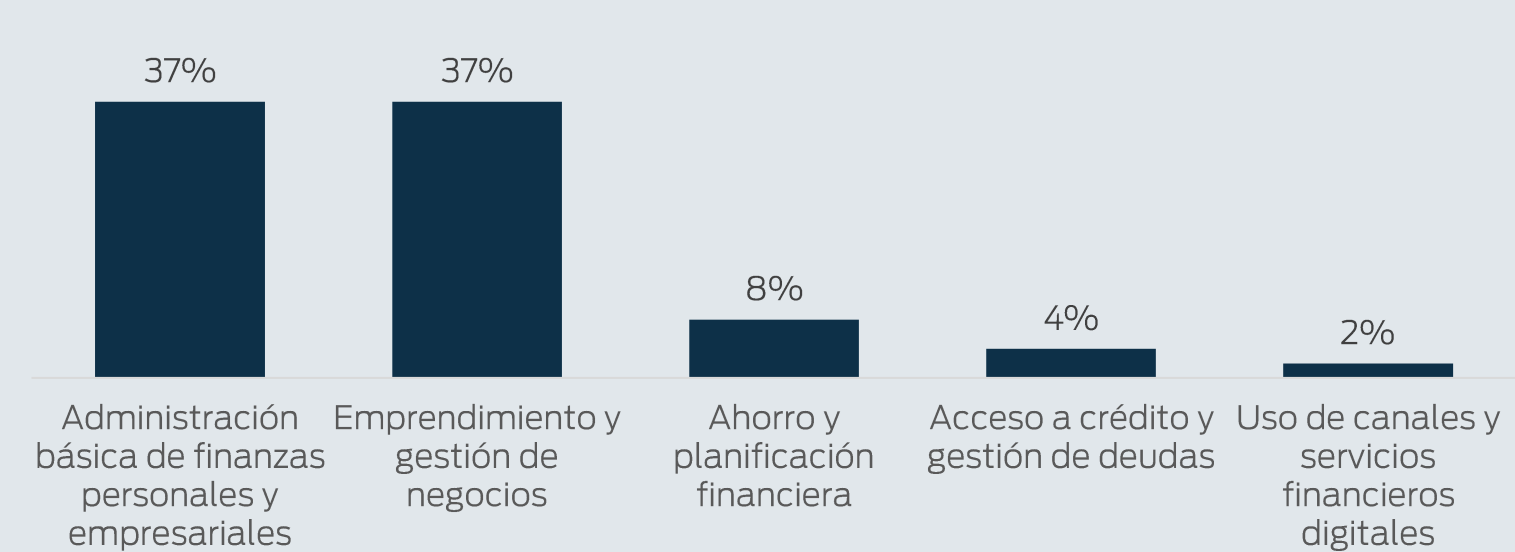
52. Los programas ofrecidos por las entidades ayudaron a mejorar las finanzas de sus empresas

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



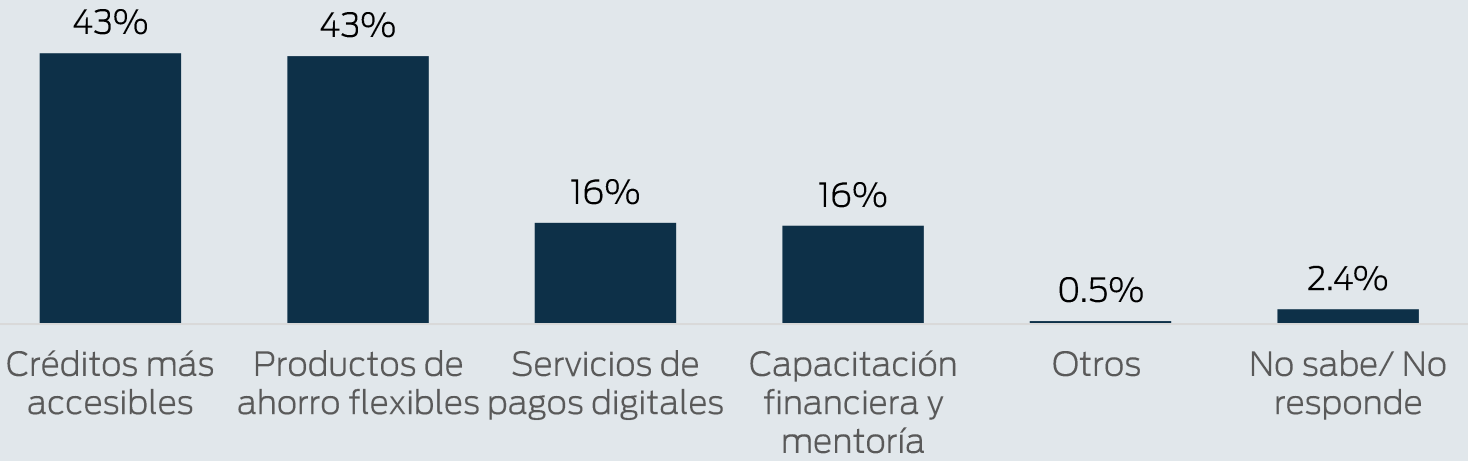
53. Temas de las capacitaciones a las empresas lideradas por mujeres

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



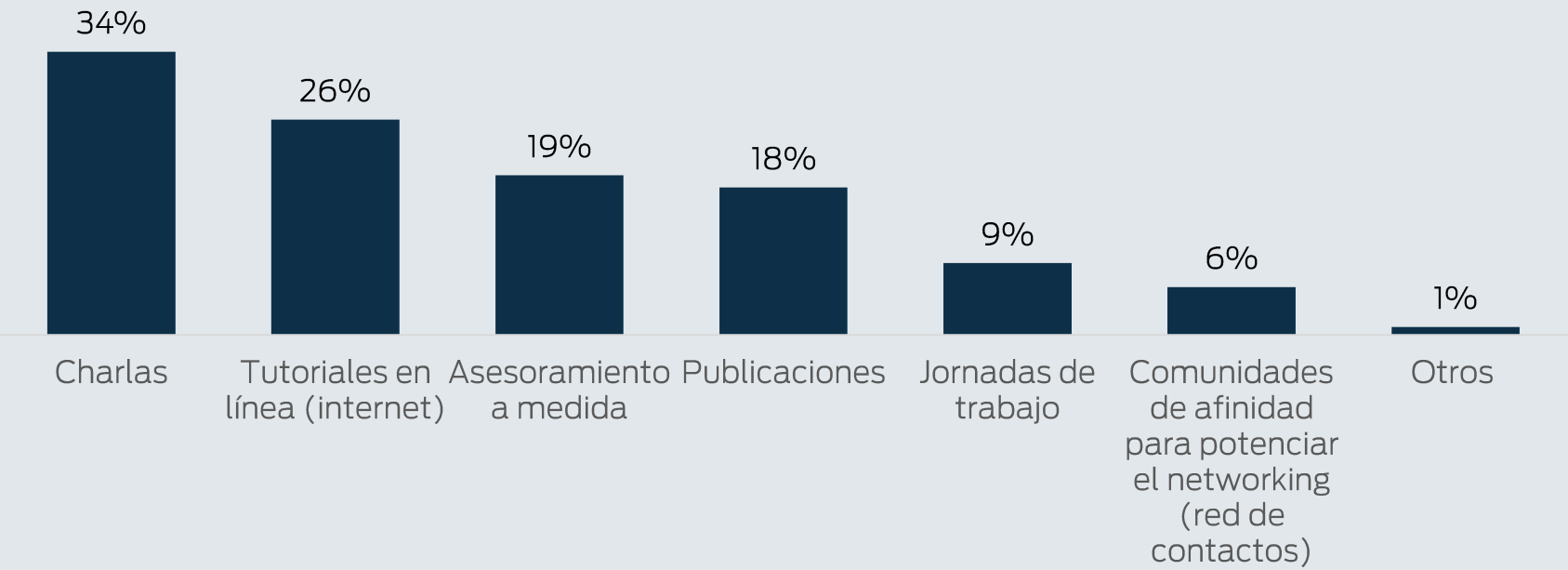
54. Productos o servicios financieros más útiles para su empresa

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



55. Canales preferidos por las Mipymes para recibir capacitaciones

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



En relación con los productos financieros considerados más útiles para las Mipymes lideradas por mujeres, el 43 % de las encuestadas destacó la necesidad de créditos más accesibles y productos de ahorro con condiciones flexibles. En segundo lugar, un 16% señaló la importancia de los servicios de pagos digitales, así como de los programas de capacitación y mentoría financiera, lo cual guarda coherencia con los resultados previamente mencionados sobre la participación en programas formativos ofrecidos por las entidades financieras.

Con respecto a los programas ofrecidos por las agencias gubernamentales, se preguntó a las empresas lideradas por mujeres si habían solicitado algún tipo de apoyo. El 18 % indicó haber participado en iniciativas impulsadas por instituciones como el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), PROMIPYME o el CONADIS. Por su parte, el 30 % manifestó conocer estos programas, aunque no ha participado, mientras que el 52 % señaló no conocerlos.

Estos resultados revelan un amplio margen para mejorar la difusión y el acceso a los programas públicos de apoyo empresarial, dado que más del 80 % de las empresas encuestadas representan un grupo potencial de beneficiarias que podría aprovechar de manera más efectiva las facilidades y recursos disponibles.

Sobre los tipos de apoyo que consideran más necesario están la asesoría legal en un 43 %, siendo esta uno de los factores más importante para mantener su empresa y registros al día, un 34 % hace referencia a los financiamientos con condiciones preferenciales.

“El 34 % de las dueñas de empresas percibe que el hecho de ser mujer representa una barrera adicional para el acceso al crédito”

56. Conocimiento de las Mipymes lideras por mujeres de los programas ofrecidos por las agencias gubernamentales

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

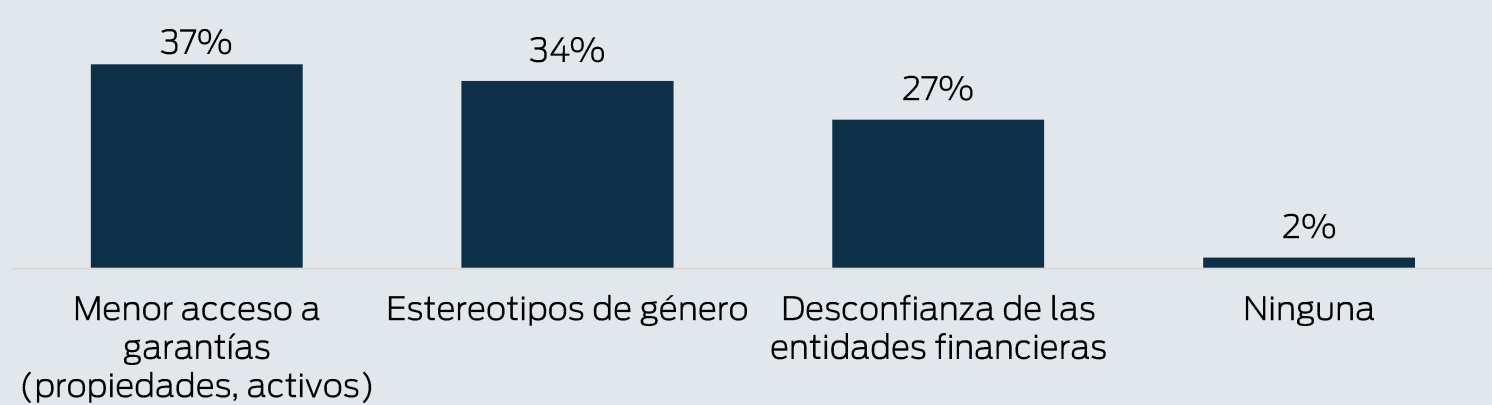


“El 57 % de las Mipymes lideradas por mujeres utilizan la aplicación móvil como canal para realizar transacciones de servicio y transferencias”

Entre las principales barreras señaladas por las mujeres que lideran Mipymes se destaca el acceso limitado a garantías (37 %), como propiedades o activos registrados a su nombre. Asimismo, un 34 % mencionó los estereotipos de género como un obstáculo, al percibir que ser mujer dificulta la obtención de crédito o la credibilidad ante las entidades financieras.

57. Razones por las que el ser mujer se percibe como barrera para acceder al crédito o servicios financieros

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

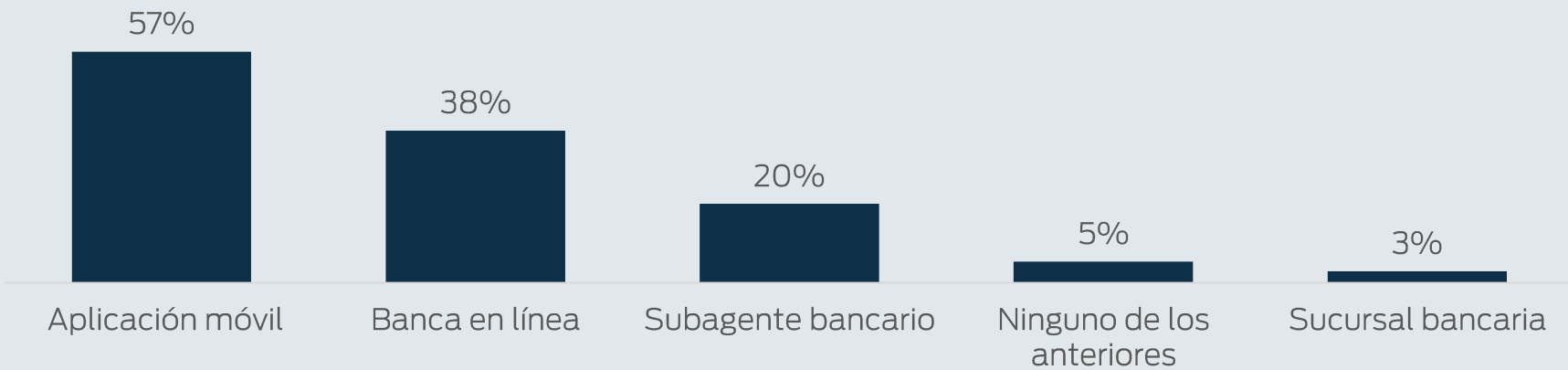


ACCESO A CANALES

Los canales alternos y digitales se consolidan como el medio más práctico para realizar transacciones financieras. Entre las microempresas encuestadas, la aplicación móvil es el canal más utilizado, lo que coincide con la necesidad de estos negocios de realizar operaciones en cualquier lugar y a cualquier hora, reduciendo costos y tiempo.

58. Canales que utilizan las Mipymes lideradas por mujeres

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



“En general, las líderes empresarias encuestadas se sienten seguras o muy seguras de utilizar los canales digitales de su entidad financiera”

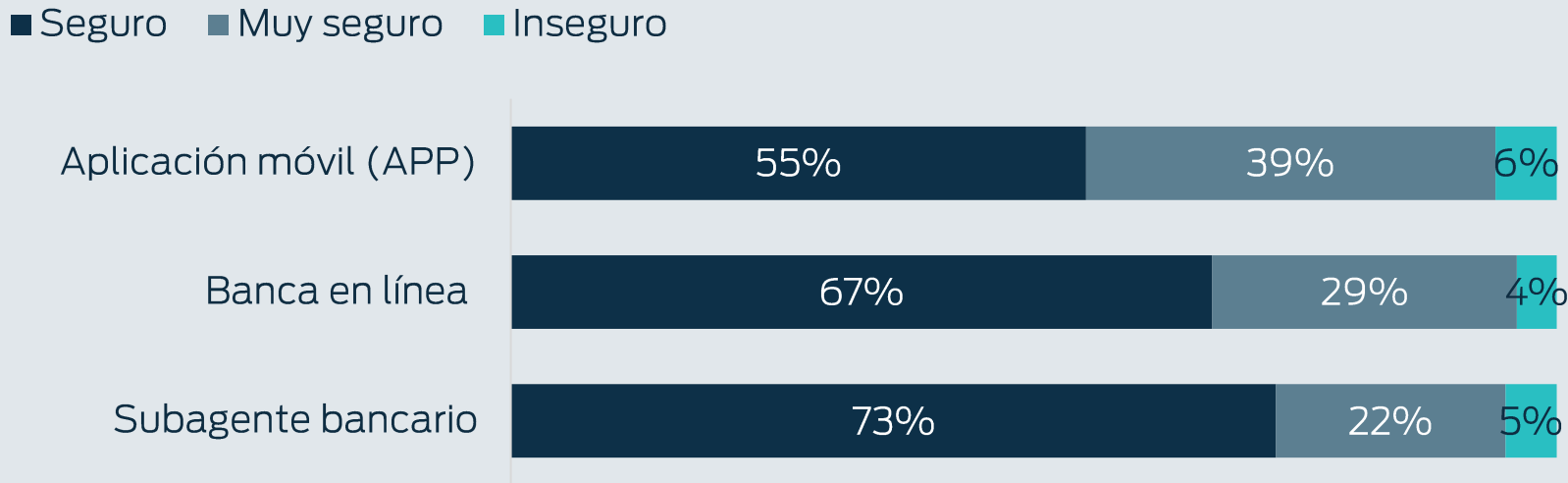
El 8 % de las empresas encuestadas señaló que no utiliza canales digitales, de estos el 3 % prefiere realizar sus gestiones directamente en las sucursales. Entre las principales razones destacan el desconocimiento sobre el uso de los canales digitales (27 %) y la falta de confianza en la seguridad de estos medios.

Al consultar sobre el nivel de seguridad percibido al usar los canales digitales ofrecidos por sus entidades financieras, menos del 6 % de las empresarias manifestó sentirse insegura, principalmente debido al temor a posibles robos de identidad.

También, se indagó sobre la realización de reclamaciones a través de los diversos canales ofrecidos por las EIF, una funcionalidad destacada en otros segmentos. Sin embargo, el 60 % de las empresas encuestadas indicó nunca haber realizado reclamaciones, mostrando una clara preferencia por la atención presencial en las oficinas.

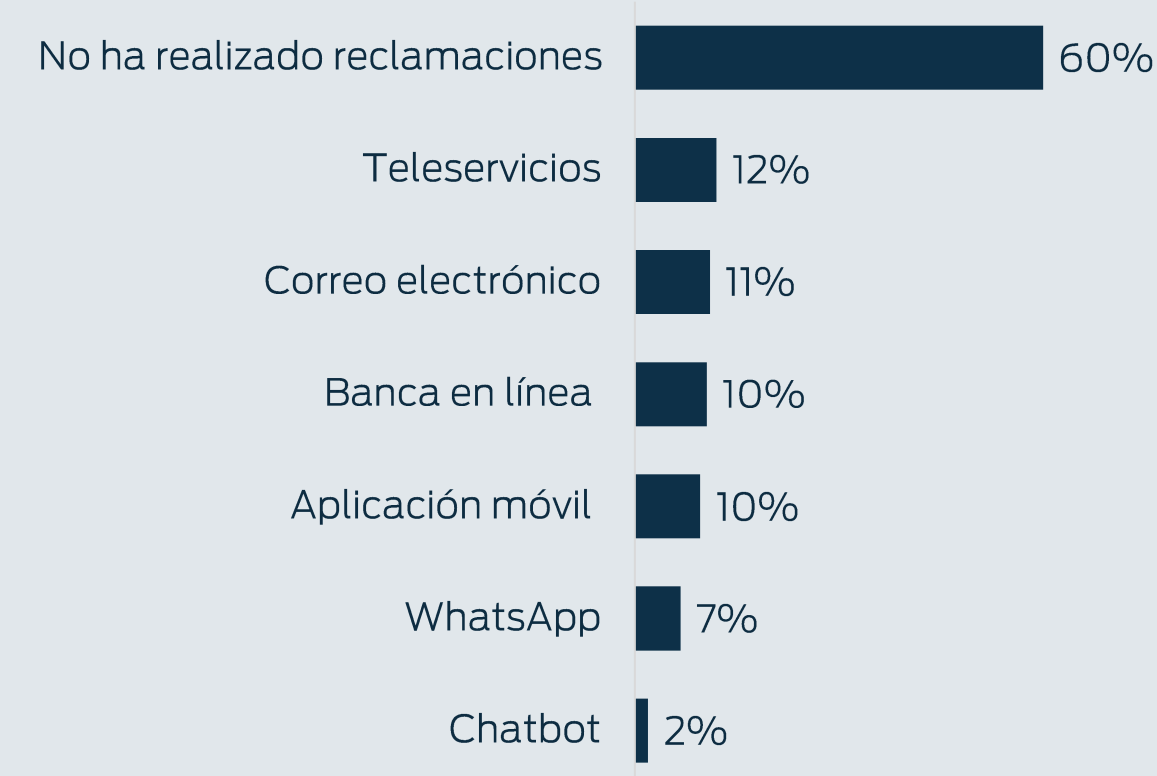
59. Nivel de seguridad percibido por las Mipymes lideradas por mujeres sobre los canales ofrecidos por su entidad

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



60. Canales digitales por el que las Mipymes lideradas por mujeres realizan reclamaciones

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



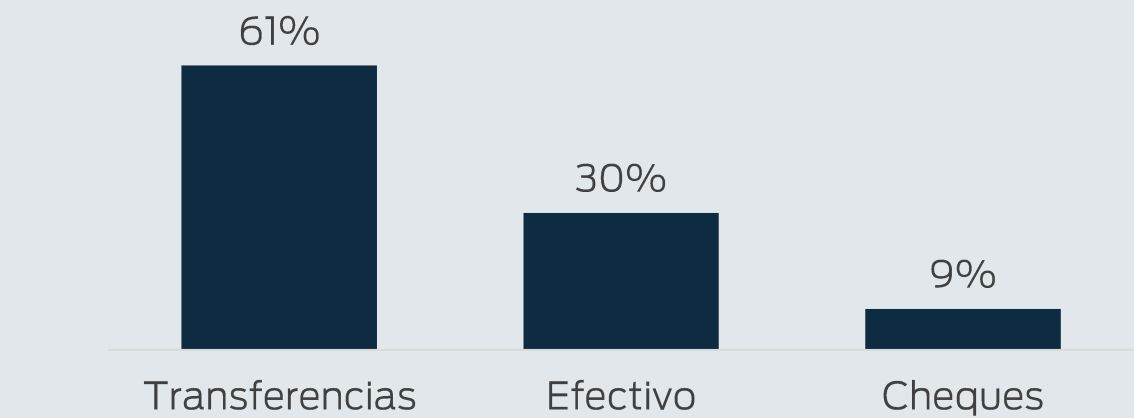


Estos resultados reflejan una brecha en alfabetización digital y ponen de manifiesto la importancia de fortalecer las competencias tecnológicas de las empresarias en el uso de herramientas digitales, como parte esencial de su inclusión financiera y crecimiento empresarial.

El uso de cheques representa un 9 %. Aunque su utilización es menos frecuente, se consultó a las empresas sobre las razones para preferir este medio de pago. Entre las principales, las encuestadas indicaron: mayor seguridad, mayor facilidad, rechazo del efectivo por parte del receptor, políticas internas de la empresa, y los límites en las transferencias digitales.

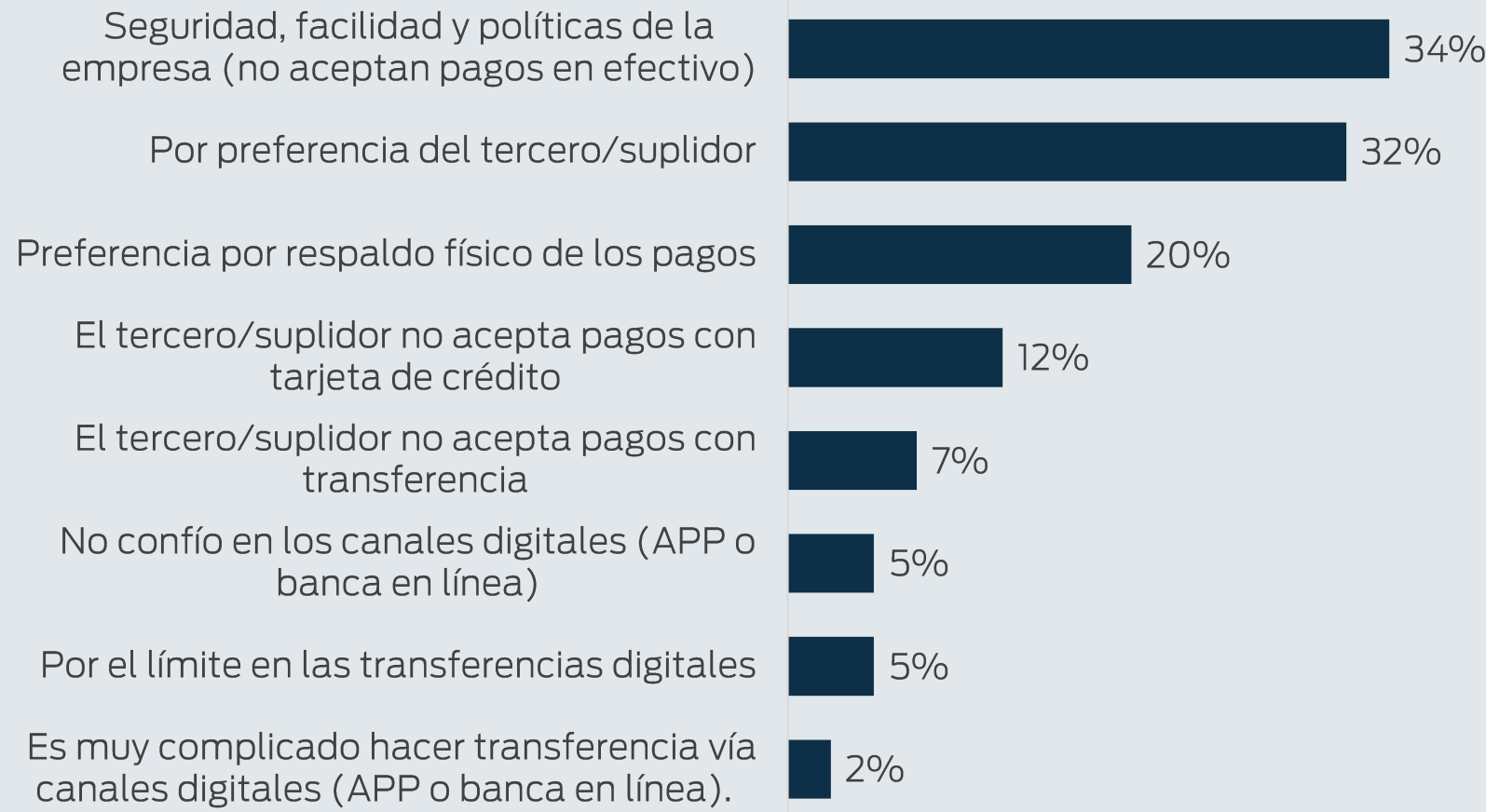
61. Formas de pago utilizadas por Mipymes lideradas por mujeres

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



62. Razón por las que estas empresas utilizan cheques como medio de pago

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Durante la encuesta aplicada a este segmento, se les solicitó compartir sus sugerencias para mejorar el acceso y uso de los servicios financieros dirigidos a las Mipymes lideradas por mujeres. Entre las recomendaciones más destacadas se encuentran:



Mayor acceso y monto de crédito: Las empresarias encuestadas consideran necesario aumentar las líneas de financiamiento y ajustar los montos a las necesidades de la empresa. Esto permite que la compañía pueda invertir en inventario, equipos y crecimiento, sin comprometer sus ingresos.



Tasas más bajas o preferenciales: Para que las PYMES tengan un mejor acceso a los servicios financieros, se debe ofrecer tasas competitivas y diferenciadas. Se considera que una tasa justa mejoraría la rentabilidad y reduciría el riesgo de sobreendeudamiento de las PYMES lideradas por mujeres.



Menos papeleo y requisitos más flexibles: Se debe simplificar formularios y que los requisitos y documentación se adapte al tamaño de la empresa.



Procesos más rápidos: Es necesario reducir los tiempos de evaluación y desembolso del préstamo. Para esto es primordial los plazos claros y notificaciones del estado de la solicitud.



Información por canales alternos como WhatsApp: Las entrevistadas consideran importante comunicar requisitos, los costos y beneficios de forma simple vía WhatsApp.



Educación financiera: Las empresarias sugieren que se les brinde educación financiera enfocada para empresas lideradas por mujeres.

CONCLUSIONES

El levantamiento realizado sobre las Mipymes lideradas por mujeres evidencia avances importantes en la participación económica femenina, pero también muestra brechas persistentes en el acceso, uso y aprovechamiento de los servicios financieros. Aunque las empresarias reconocen una mejora en la atención y disponibilidad de productos, el acceso limitado al crédito y la escasa adaptación de productos financieros con enfoque de género continúan siendo desafíos importantes.

Asimismo, se observa una brecha en la alfabetización digital y financiera, especialmente entre las microempresas, lo que restringe el uso pleno de canales digitales y servicios más sofisticados. Pese a ello, la adopción de herramientas como las transferencias electrónicas demuestra un cambio positivo hacia la digitalización y la modernización de las prácticas empresariales. Por otro lado, la baja participación en programas de capacitación, mentoría y alianzas estratégicas refleja la necesidad de fortalecer la articulación entre las EIF, organismos públicos y redes empresariales femeninas, para garantizar un acompañamiento integral que promueva la sostenibilidad y el crecimiento de estos negocios.

Resulta fundamental que las políticas y estrategias de inclusión financiera incorporen una visión diferenciada por género, fomentando la generación de datos desagregados, como es la puesta en práctica del código WE Fi Code, productos financieros adaptados a las necesidades de las empresarias, y programas de educación financiera y digital enfocados en fortalecer su autonomía económica.

Promover el desarrollo de las Mipymes lideradas por mujeres no solo contribuye a la igualdad de oportunidades, sino que impulsa la competitividad, la innovación y la resiliencia del sistema financiero nacional, generando un impacto positivo en el crecimiento económico y un acceso más equitativo e inclusivo.

PERSONAS CON DISCAPACIDAD (PCD)



INCLUSIÓN FINANCIERA

Personas con Discapacidad

Según el reporte de Inclusión Financiera para Personas con Discapacidad de la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI, por sus siglas en inglés Alliance for Financial Inclusion), publicado en 2023, “en el ámbito financiero, la discapacidad se entiende como una interacción entre condiciones personales y limitaciones del entorno financiero y tecnológico. Esto incluye desde la falta de productos adaptados y accesibles, hasta barreras en la atención presencial, la comunicación y el diseño de canales digitales” ⁹.

La inclusión de este grupo implica garantizar igualdad de acceso a servicios y productos financieros seguros, asequibles y accesibles para todas las personas, sin distinción de sus capacidades físicas, sensoriales o cognitivas. Este enfoque fomenta la adopción de normas, productos y prácticas inclusivas dentro del sistema financiero, en consonancia con los principios de equidad y no discriminación.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2023) se estima que actualmente 1.300 millones de personas, es decir, el 16 % de la población mundial, viven con una discapacidad significativa. Esta cifra continúa aumentando debido al incremento de las enfermedades no transmisibles y a que las personas viven más tiempo.

En la República Dominicana, los datos más recientes disponibles provienen de la Encuesta Nacional de Hogares (ENHOGAR-2021)¹⁰, la cual estima que alrededor del 4.9% de la población de cinco años o más vive con algún tipo de discapacidad.

Las personas con discapacidad conforman un grupo diverso, y factores como el sexo, la edad, la identidad de género, la orientación sexual, la religión, la raza, la etnia y su situación económica influyen en sus experiencias de vida y en sus necesidades de salud ¹¹.

⁹ Financial Inclusion for Persons with Disabilities. November 2023, Alliance for Financial Inclusion
¹⁰ Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples - ENHOGAR 2021 - Informe básico - Oficina Nacional de Estadística (ONE)
¹¹ Organización Mundial de la Salud. Marzo 2023: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>

La Superintendencia de Bancos ha estado impulsado iniciativas para fortalecer la accesibilidad del sistema financiero. En diciembre de 2023, publica la primera versión de este informe **Hacia un Sistema Financiero Inclusivo y Sostenible 2023**, con la finalidad de profundizar el estado de los segmentos vulnerables y su acceso a los servicios financieros. En el mismo periodo, emitió la Carta Circular CCI-REG-202300021 **Guía de Accesibilidad a las Oficinas y Sucursales de las Entidades** ¹², con el interés de asegurar el acceso universal efectivo a las personas con discapacidad a las Oficinas y Sucursales de las Entidades, en condiciones de igualdad y de la forma más autónoma y natural posible.

La circular establece lineamientos para ajustes razonables en los servicios financieros, la adecuación física y digital de los canales de atención, la comunicación inclusiva, la educación financiera adaptada y la capacitación del personal sobre atención inclusiva. Con ello, la SB busca garantizar un sistema financiero más accesible, humano y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2022–2030.

A nivel institucional, se han realizado talleres de sensibilización para el personal sobre trato digno, tiflotecnología y adecuación de servicios para personas ciegas. Además, se impartió un curso básico de lengua de señas para fortalecer la atención a personas sordas.

DATOS DE LA OFERTA

FUNCIONALIDADES Y SERVICIOS EN LOS CANALES DIGITALES

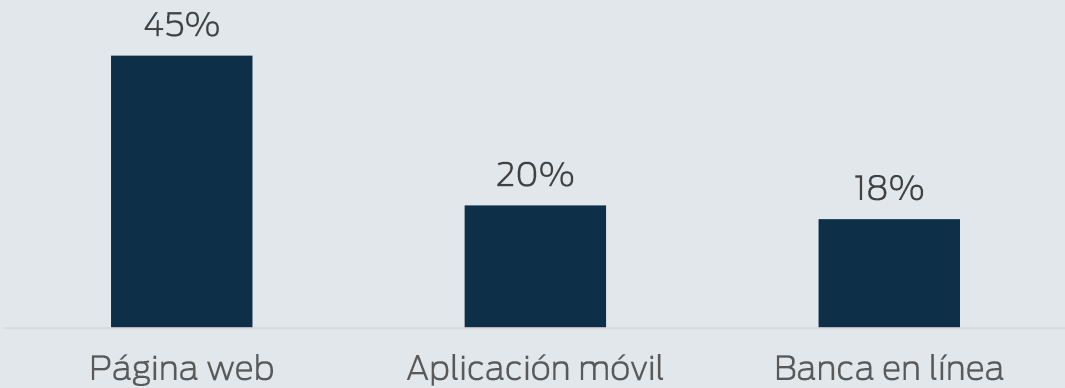
Los resultados de la encuesta aplicada a las EIF sobre la disponibilidad de canales accesibles para personas con discapacidad muestran que el 45 % de ellas ofrece accesibilidad en su página web, el 20 % dispone de una aplicación móvil accesible y un 18 % cuenta con servicios de banca en línea con funciones de accesibilidad.

La mayor concentración de entidades con página web accesible se registra en las EPyM, con un 100 %, seguidas de las AAYP con un 60 %, los BAC con un 43 % y, finalmente, los BM y CC con un 33 %.

¹² Guía de Accesibilidad a las Oficinas y Sucursales de las Entidades. Agosto 2015. Carta Circular CCI-REG-20230002

63. Canales digitales accesibles en las EIF

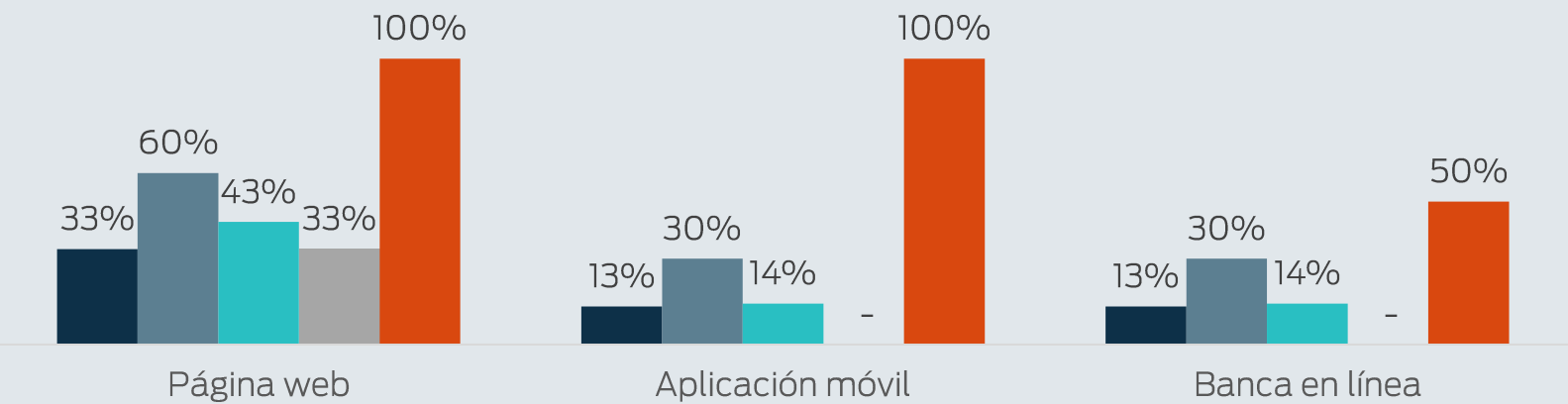
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



64. Canales digitales accesibles por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

■ BM ■ AAyP ■ BAC ■ CC ■ EPyM



Las funcionalidades y servicios accesibles más frecuentes en las EIF varían según el canal digital. En las páginas web, predominan las opciones relacionadas con la lectura y la visualización, tales como el ajuste del tamaño del texto (48 %), el espaciado de texto (39 %) y el contraste de colores (36 %), las cuales facilitan la navegación de las personas con discapacidad visual.

En las aplicaciones móviles, las funcionalidades accesibles más comunes incluyen el tamaño del texto (23 %), el contraste de colores (16 %) y los subtítulos (7 %), todas orientadas a facilitar la accesibilidad visual y auditiva para los usuarios de dispositivos móviles.

Por su parte, la banca en línea incorpora herramientas que favorecen la interacción directa del usuario, como las alertas que notifican cuando se agota el tiempo de espera (27 %), la navegación por teclado (20 %), y la asistencia auditiva (5 %).

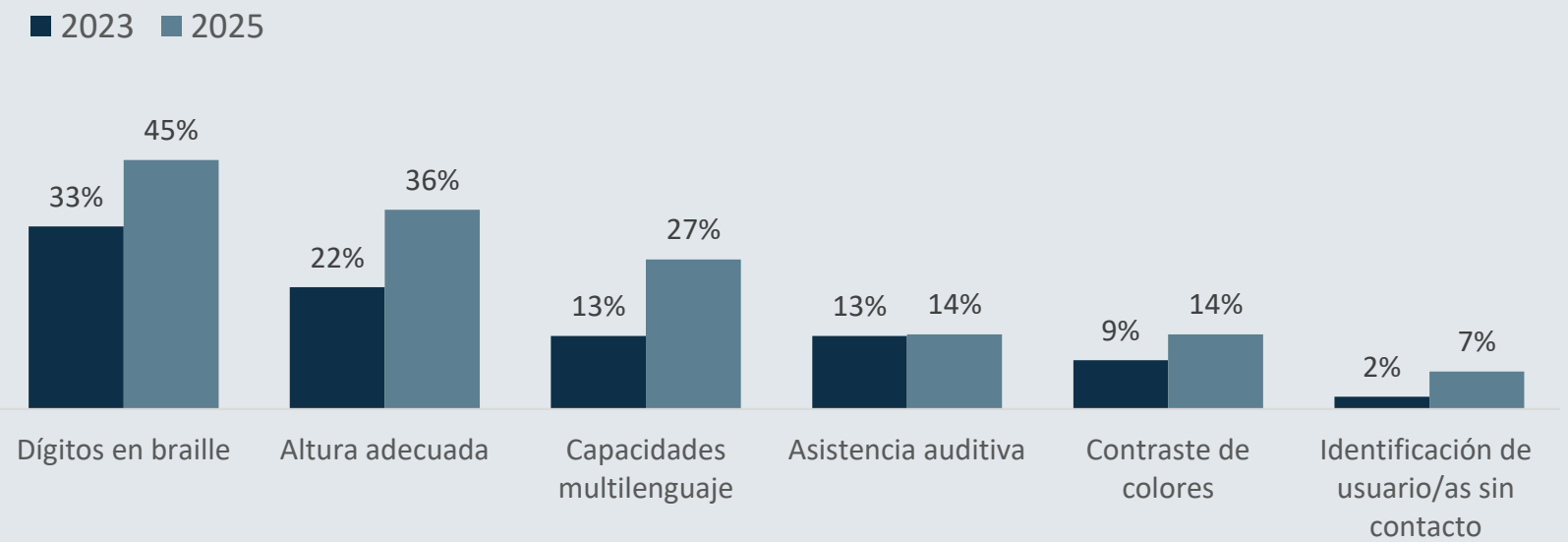
En menor medida, algunas entidades ofrecen funciones complementarias como las descripciones de audio sincronizadas (11 % en la web) y la asistencia auditiva (5 % en banca en línea), que contribuyen a una experiencia digital más accesible para las personas con discapacidad.

“Las entidades indicaron que el 45% de los cajeros automáticos tienen dígitos en braille”



65. Funcionalidades y servicios accesibles que ofrecen las EIF en sus cajeros automáticos

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Las EIF que ofrecen cajeros automáticos accesibles han mostrado avances en la incorporación de medidas de accesibilidad entre 2023 y 2025: el mayor incremento se observa en los dígitos en braille, que pasan a estar disponibles en el 45% de las EIF (con un incremento de 12 puntos porcentuales), seguidos por la altura adecuada de los equipos (de 22 % a 36 %) y las capacidades multilenguaje, que aumentaron de 13 % a 27 %.

También se observan mejoras en el contraste de colores (de 9 % a 14 %) y en la identificación de usuarios sin contacto, que pasó de 2 % a 7 %. La asistencia auditiva presenta una ligera variación de 13 % a 14 %. En conjunto, estos resultados evidencian un progreso sostenido en la accesibilidad física de los cajeros automáticos.

En cuanto a la accesibilidad en las sucursales, el 84 % de las EIF cuenta con rampas de acceso y el 80 % dispone de parqueos exclusivos y turnos preferenciales para personas con discapacidad. Asimismo, el 57 % ofrece barras de apoyo y el 48 % brinda asistencia personalizada durante la realización de gestiones presenciales.

La señalización en la superficie alcanza un 45 %, y el 32 % de las entidades dispone de áreas con sillas de ruedas o asientos preferenciales. Por otro lado, el 27 % de las instituciones cuenta en sus sucursales con cajeros automáticos adaptados a personas con discapacidad motora y el 25 % con baños accesibles.

En niveles más bajos de adopción, se observan medidas complementarias como la implementación de sistemas braille en ascensores (20 %), instrucciones audibles (11 %) y pisos podo táctiles (9 %), así como soluciones más especializadas, entre ellas la firma autógrafa digital (9 %) y la autenticación biométrica (5 %).

CAPACITACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN AL PERSONAL

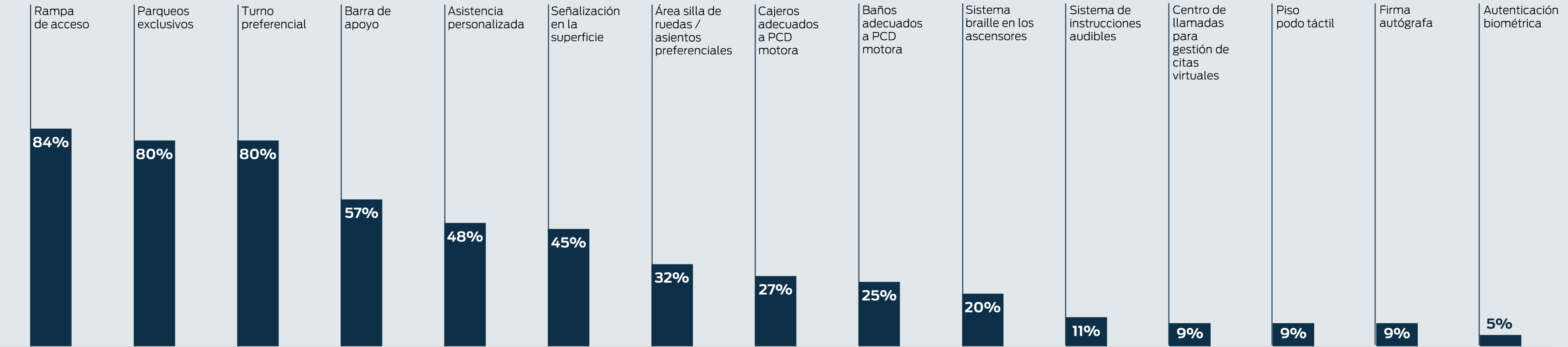
El 26 % de las EIF dispone de programas de concientización dirigidos a colaboradores de todos los niveles para promover la inclusión financiera de personas con discapacidad.

Este indicador representa un incremento de 5 puntos porcentuales respecto a lo reportado en la encuesta de 2023, reflejando avances en la sensibilización del personal y la provisión de una atención accesible a las PCD.

Asimismo, el 23 % de las EIF reporta disponer de un presupuesto dedicado a iniciativas con enfoque de inclusión para las PCD, lo que evidencia un compromiso activo con la implementación de políticas de accesibilidad y equidad.

66. EIF que cuentan con accesibilidad en sus sucursales

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



El 18 % de las entidades financieras indicó contar con personal capacitado en lengua de señas en algunas de sus sucursales, mientras que solo el 2 % dispone de este tipo de personal en todas sus sucursales o únicamente en la oficina principal. Al analizar este indicador por tipo de entidad, se observa que los BM presentan la mayor proporción de personal capacitado en lengua de señas en algunas de sus sucursales con un 33 %. Un 20 % de las AAyP indicó contar con esta capacitación en algunas sucursales y un 10 % en todas.

67. Disponibilidad de personal capacitado en lengua de señas en las sucursales

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



68. Disponibilidad de personal capacitado en lengua de señas en las sucursales, por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

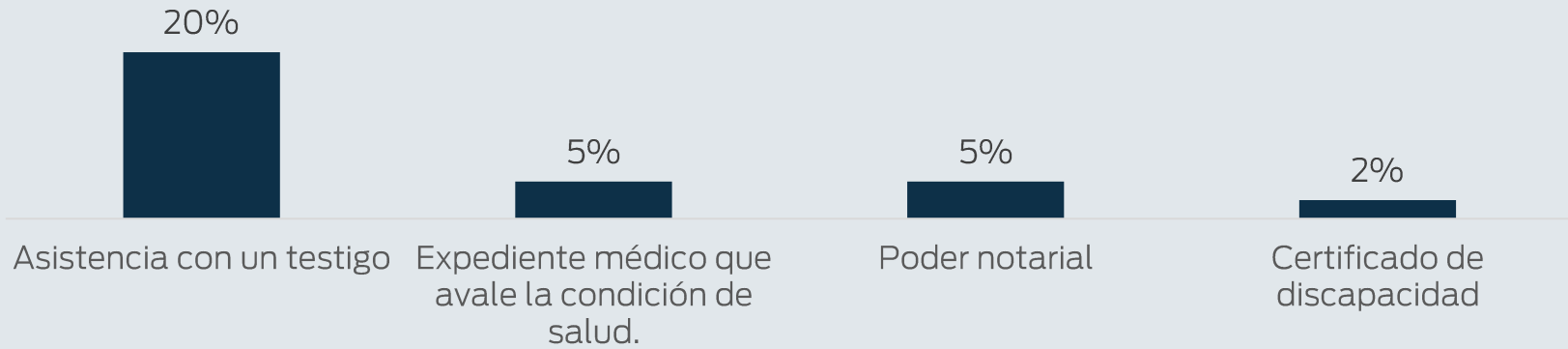


El 25 % de las EIF afirma tener identificados a sus clientes con alguna discapacidad. Sin embargo, solo un 7 % los tiene registrados formalmente en sus bases de datos, este indicador se mantiene invariable en relación con lo indicado en la primera versión de este informe en el 2023 . El resto los identifica a través del conocimiento del gerente de la sucursal, sin un registro estructurado en el sistema. Esta falta de datos limita la capacidad de las entidades para diseñar políticas y servicios verdaderamente inclusivos.

Al preguntar sobre los requisitos adicionales que las EIF solicitan a las personas con discapacidad para acceder a productos financieros, el más común es la asistencia de un testigo (20 %), seguido de la presentación de un expediente médico que respalde su condición de salud (5 %) y de un poder notarial (5 %). En menor proporción, un 2 % requiere un certificado de discapacidad.

69. Requisitos adicionales solicitados a las PCD, por las EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

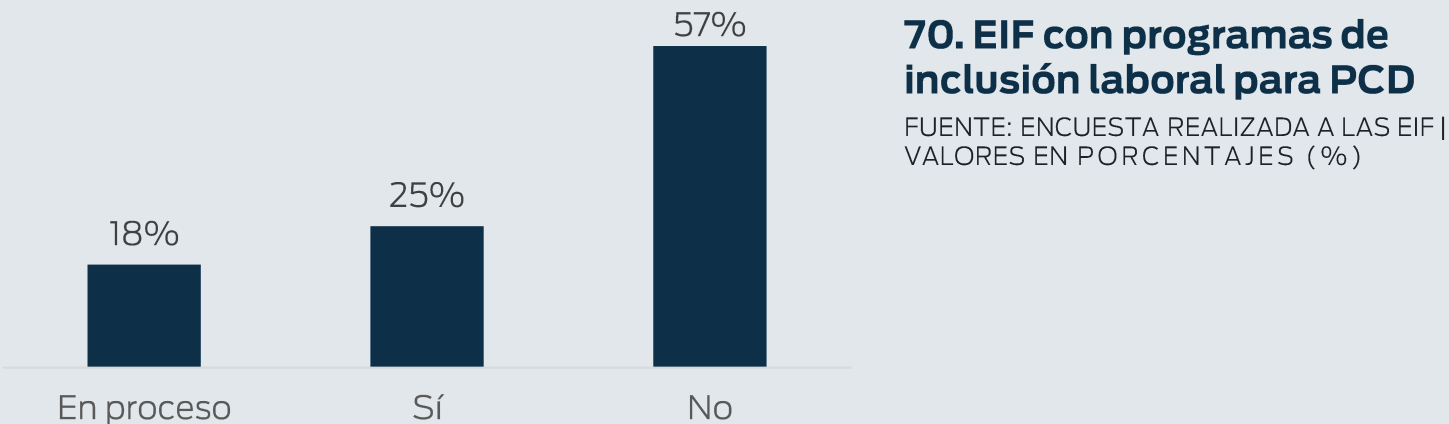


INCLUSIÓN LABORAL

El 25 % del total de las EIF indicaron que disponen de un programa de inclusión laboral para PCD, mientras que el 18 % se encuentra en proceso de implementación. La mayor participación de este indicador se observa en los BM, de los cuales el 47 % ya cuenta con estos programas, seguido por las AAYP con un 20 % y los BAC con un 7 %.

El 48% de las EIF cuenta actualmente con empleados con discapacidad. Se observa una participación destacada en los BM y las AAYP, ambas con un 60 %, mientras que en los BAC la proporción alcanza un 29 %.

Al preguntarles a las EIF si cumplen con el mínimo de empleados con discapacidad que establece la Ley (2 % sector privado y 5 % para el sector público), un 5 % de ellas indicaron que cumple plenamente con este requisito y un 23 % señalaron que a pesar de tener empleados con discapacidad no cumple con el mínimo requerido.



Cuando preguntamos sobre el género de los empleados con discapacidad, se observa que el 57 % del total de la plantilla de PCD contratadas son mujeres. Y sobre el tipo de discapacidad, la más común es la motora, que representa el 43 % de los casos, seguida de la discapacidad auditiva, con un 21 %.

Así mismo, al desagregar los datos por género y tipo de discapacidad, se observa una mayor participación de mujeres en los casos de discapacidad visual e intelectual, con un 62 % en ambos tipos, seguidas de la discapacidad motora con un 56 %. En cuanto a la discapacidad auditiva, la participación es equilibrada, con un 50 % de mujeres y un 50 % de hombres.

CERTIFICACIONES O ACREDITACIONES

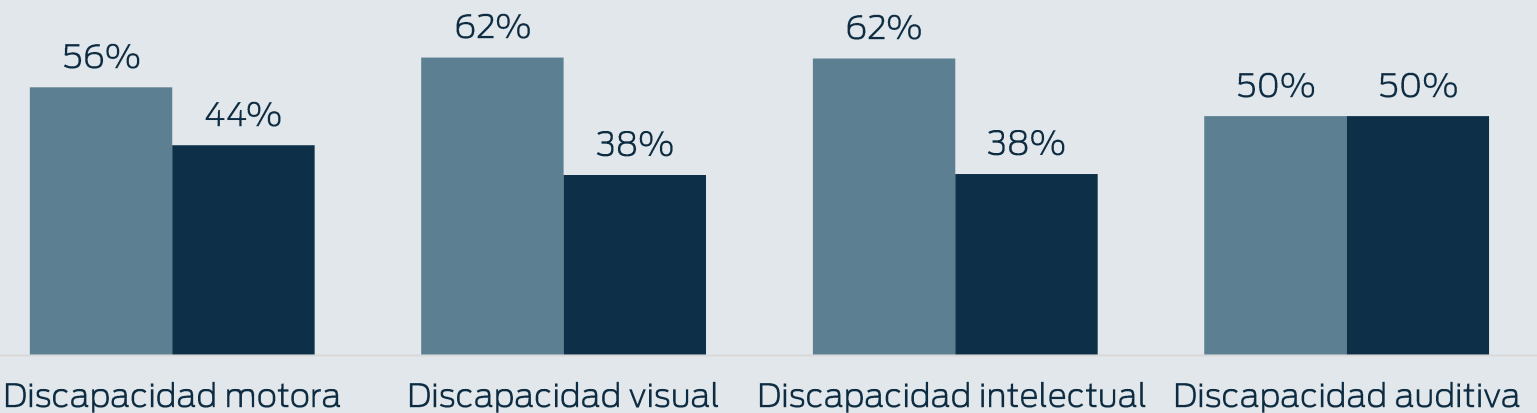
El 16 % de las EIF cuenta con acreditaciones que reconocen buenas prácticas de inclusión de personas con discapacidad. Entre estas destaca el Sello RD Incluye, otorgado por el Consejo Nacional de Discapacidad (CONADIS) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que certifica a las instituciones que promueven la inclusión laboral, la accesibilidad y la sensibilización hacia las personas con discapacidad. Este sello está presente principalmente en los BM con un 27 % y en las AAyP con un 20 %, mientras que un 7 % corresponde a los BAC.

Asimismo, el Premio Iberoamérica Incluye, otorgado por la Organización Iberoamericana de Seguridad Social (OISS), reconoce iniciativas sobresalientes de inclusión laboral y social de personas con discapacidad a nivel regional, y en el caso del sistema financiero dominicano, ha sido otorgado a Banreservas.

71. PCD empleadas en las EIF, por género y tipo de discapacidad

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

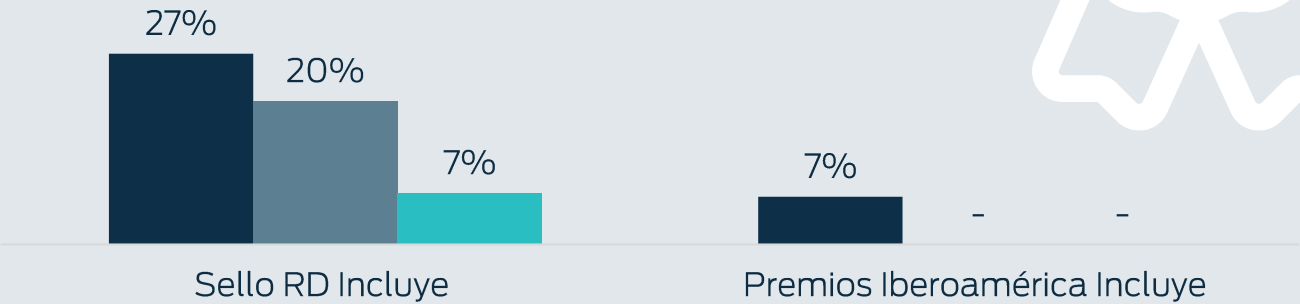
Mujeres Hombres



72. Acreditaciones en inclusión para PCD por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

BM AAyP BAC



Estas acreditaciones reflejan una oportunidad para fortalecer el compromiso institucional del sector financiero con la accesibilidad y la inclusión, consolidando los esfuerzos hacia un sistema más equitativo y sensible a las necesidades de las PCD.

El cuestionario permitió identificar las instituciones nacionales e internacionales con las que las EIF mantienen alianzas o reciben apoyo técnico en materia de inclusión de personas con discapacidad. A nivel local, destacan colaboraciones con entidades públicas como el Consejo Nacional de Discapacidad (CONADIS) y el Ministerio de la Mujer, así como con organizaciones de la sociedad civil, entre ellas la Fundación Francina Hungría, la Fundación Yo También Puedo, Abraza RD, CEDI-Mujer y el Patronato Benéfico Oriental. Estas organizaciones impulsan iniciativas de sensibilización, capacitación y accesibilidad para promover la inclusión de las PCD en el entorno financiero.

Por otra parte, un 18 % de las EIF cuenta actualmente con alguna alianza estratégica o asistencia internacional para iniciativas a PCD. Las principales colaboraciones identificadas provienen del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), organismos que aportan asistencia técnica y acompañamiento en la implementación de políticas inclusivas y prácticas accesibles dentro del sector financiero.

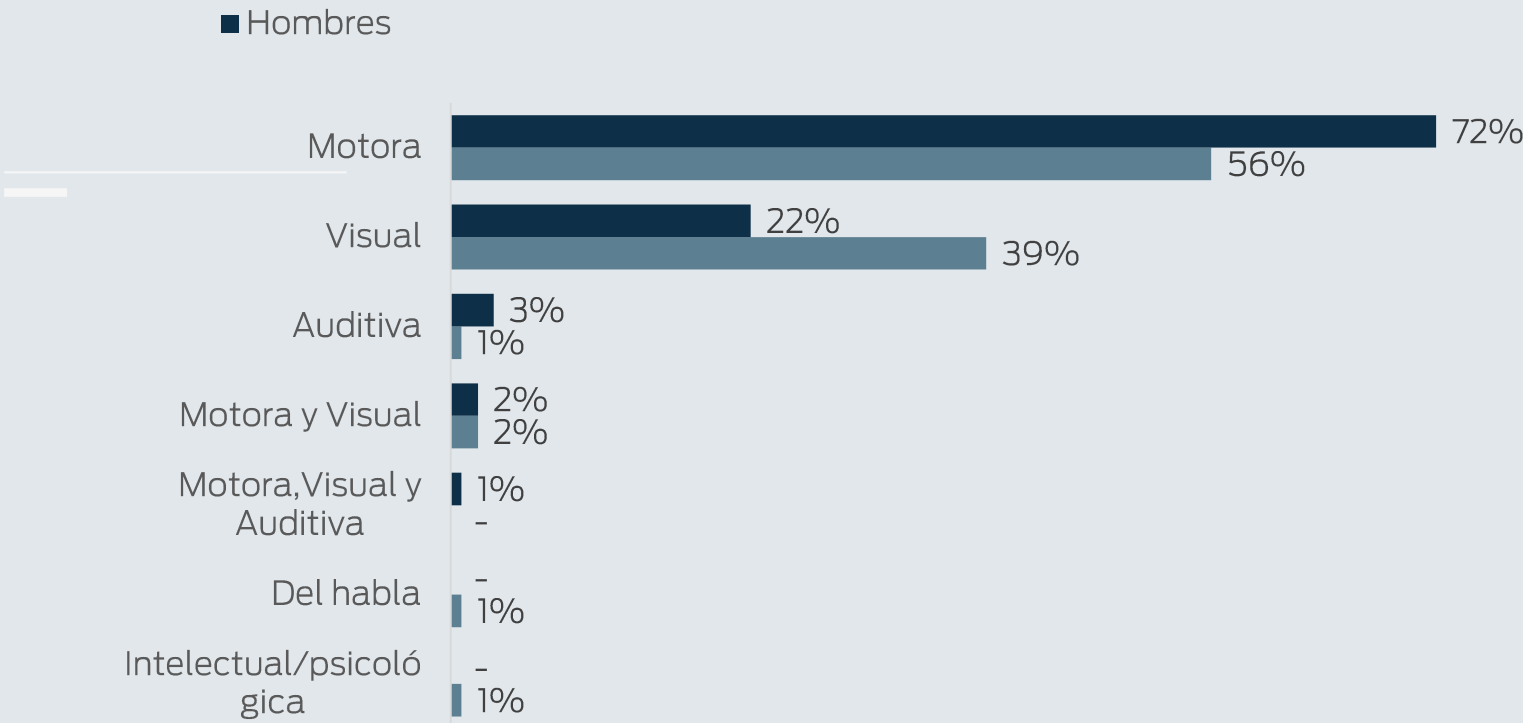
DATOS DE LA DEMANDA

Al analizar los datos, se observa que la discapacidad motora es la más reportada, presente en el 67 % de los casos, con una diferencia notable entre hombres (75 %) y mujeres (58 %). Esta condición se concentra principalmente en la región Este (79 %), Santiago (76 %) y la región Norte (75 %). La segunda discapacidad más frecuente es la visual, reportada en un 33 % de los casos, siendo más común entre residentes de Santo Domingo (54 %) y entre mujeres (41 %).

La población con discapacidad encuestada se concentra en los grupos de mayor edad: el 22 % tiene 65 años o más, seguido por los rangos de 35 a 44 años (18 %) y 25 a 34 años (18 %). Los grupos intermedios de 45 a 54 años (17 %) y 55 a 64 años (16 %) también mantienen una presencia relevante, mientras que los jóvenes de 18 a 24 años representan solo el 9 % del total.

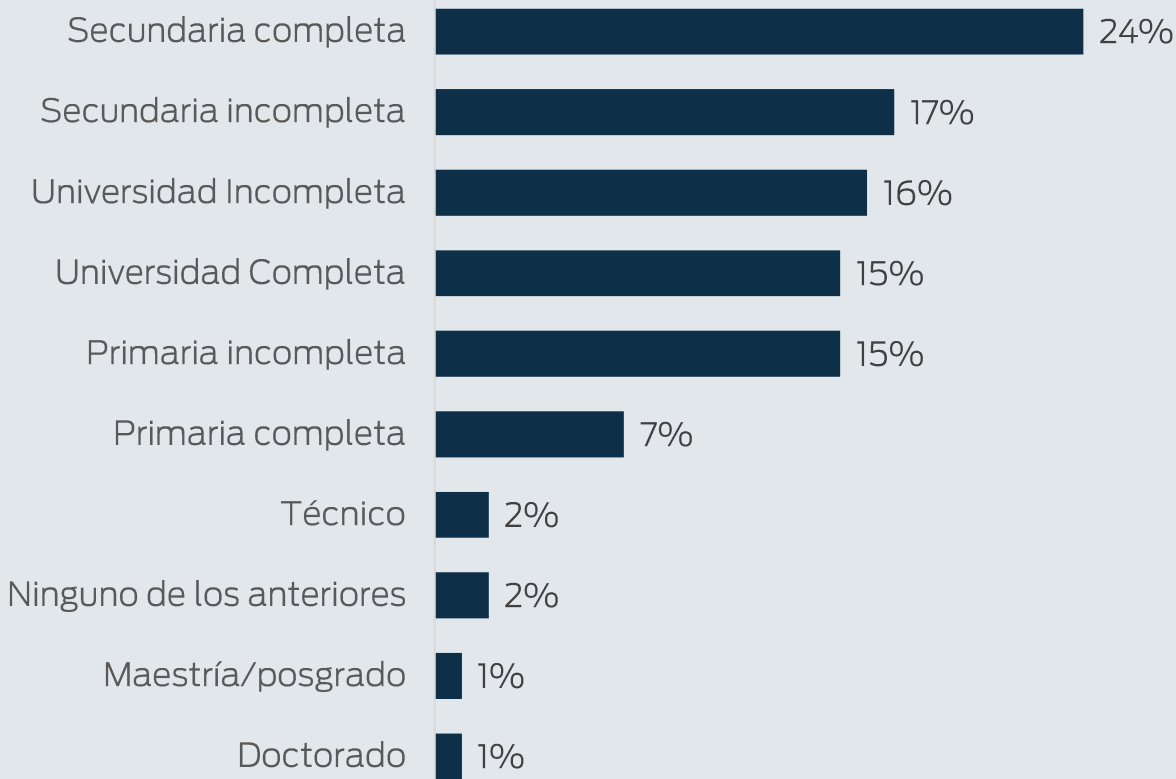
73. Tipo de discapacidad de los encuestados, por género

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



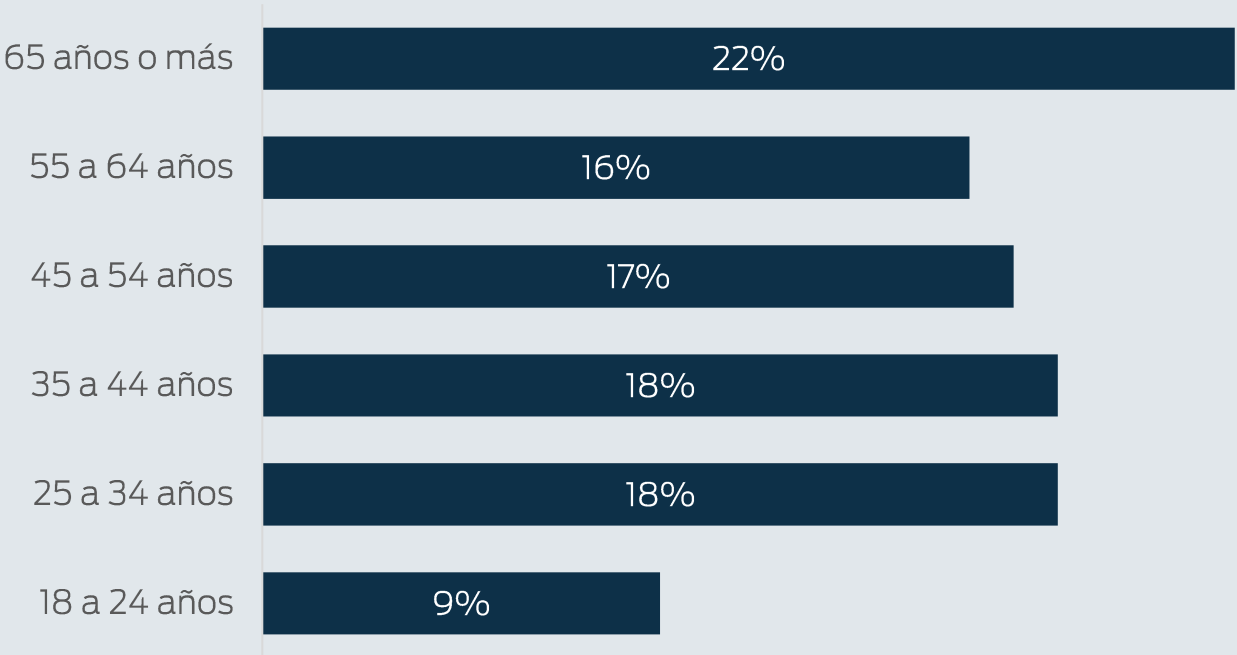
74. Nivel de estudios de los encuestados

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



75. Rango de edad de los encuestados

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



En cuanto al nivel educativo, predomina la educación secundaria: 24 % cuenta con secundaria completa y 17 % con secundaria incompleta, mientras que un 32 % ha cursado estudios universitarios (15 % completos y 16 % incompletos). En contraste, el 23 % de los encuestados posee únicamente educación primaria, y una proporción mínima cuenta con formación técnica (2 %) o de posgrado (2 %).

Los resultados evidencian la necesidad de diseñar políticas y servicios inclusivos que consideren las diferencias por tipo de discapacidad, edad y nivel educativo, para garantizar un acceso equitativo a la información, capacitación y servicios financieros adaptados a sus capacidades y contextos.

TENENCIA DE PRODUCTOS FINANCIEROS

Las cuentas de ahorro y corrientes son los productos financieros con mayor penetración tanto entre las PCD como entre las personas sin discapacidad (PSD), registrando una tenencia del 79 % en ambos grupos.

En segundo lugar, se encuentran las tarjetas de crédito y débito, con un 43 % entre las PCD, frente a un 50 % para las PSD. Luego aparecen los préstamos personales o de consumo, que alcanzan un 25 % y un 27 %, respectivamente.

Estos resultados muestran que la estructura de tenencia de productos financieros es muy similar entre PCD y PSD. No obstante, se observan ligeras brechas en los productos de crédito, donde la participación de las PCD es menor. Por otro lado, la cuenta corriente, es el único producto donde la tenencia es más alta en PCD con un 44 % frente a un 38 % de tenencia para las PSD.

76. Tenencia de productos financieros en PCD y PSD

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



USO DE LOS CANALES DIGITALES

Los resultados reflejan que la mayoría de las personas encuestadas, tanto las PCD como las PSD, afirman que su entidad financiera principal cuenta con canales digitales, como la banca en línea o las aplicaciones móviles (79 % y 80 %, respectivamente).

No obstante, contar con canales digitales no necesariamente garantiza su uso efectivo ni su accesibilidad para todos los grupos poblacionales.

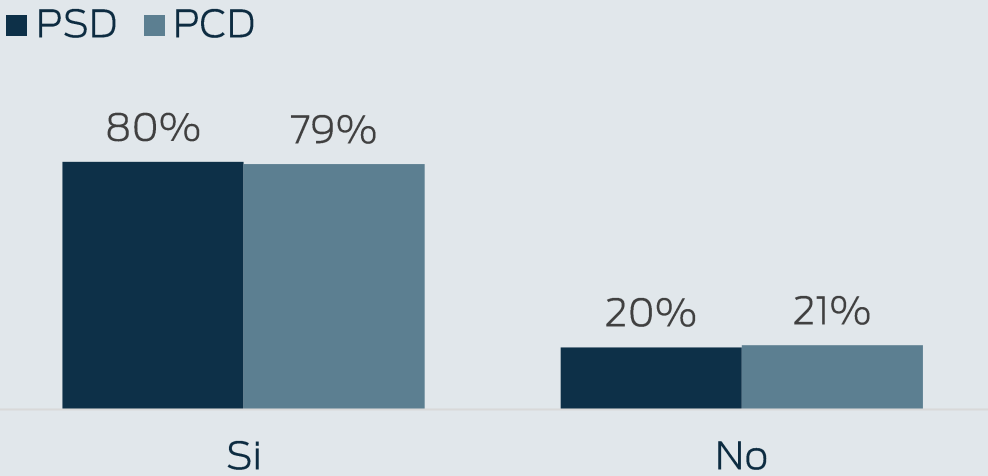
Al analizar los canales más utilizados para realizar transacciones financieras, se observa que tanto las PSD como las PCD mantienen niveles similares de uso de los canales presenciales, con un 49 % y 48 %, respectivamente. Sin embargo, emergen diferencias en el uso de otros medios alternos o digitales: el 43 % de las PSD utiliza con mayor frecuencia canales no presenciales, frente al 31 % de las PCD, mientras que un 21 % de las PCD recurre a terceros, como familiares o amigos para la realización de transacciones financieras.

Esto indica que, si bien las personas con discapacidad tienen acceso a las mismas plataformas digitales, aún enfrentan limitaciones para utilizarlas plenamente.

Por ello, se vuelve prioritario que las EIF fortalezcan la accesibilidad, usabilidad y acompañamiento en los canales digitales, de modo que todas las personas, independientemente de sus condiciones, puedan realizar transacciones financieras de manera autónoma, segura y sin barreras.

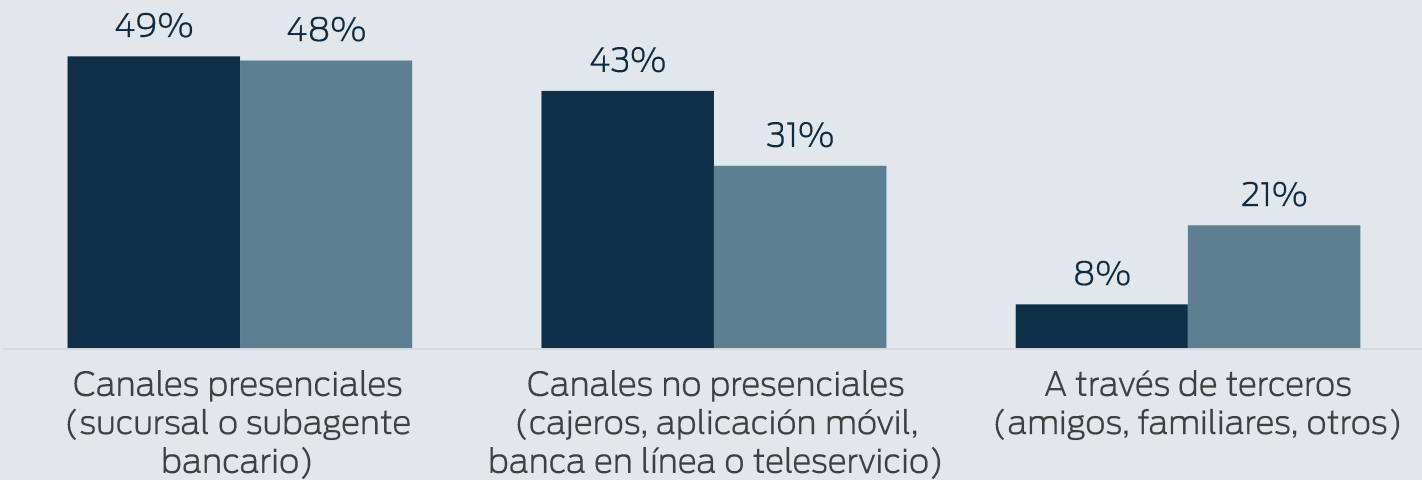
77. Disponibilidad de canales digitales en su entidad principal (banca en línea y aplicación móvil)

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



78. Canales más utilizados para realizar transacciones financieras

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



FACILIDADES PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Al consultar a los entrevistados con discapacidad motora sobre las medidas de accesibilidad que les brinda su entidad financiera, se observa que, en su mayoría, disponen de altura adecuada en las ventanillas de servicio al cliente (85 %), las ventanillas del área de caja (82 %) y los cajeros automáticos (77 %), reflejando avances significativos en los puntos de atención más utilizados.

Asimismo, una proporción importante de personas entrevistadas indicó la existencia de turnos preferenciales (74 %), pasillos y espacios amplios para circular en sillas de ruedas (72 %) y puertas accesibles (70 %), lo que contribuye a una experiencia más cómoda y autónoma dentro de las sucursales.

Al observar las medidas de accesibilidad según la región donde vive el entrevistado, se observa que, la mayoría de estas se aplican en Santiago y en la Región Norte, destacándose la altura de las ventanillas de caja, los autoservicios, la señalización inclusiva y el área designada para sillas de ruedas. Por el contrario, la región Este no sobresale en ninguna de las medidas de accesibilidades en comparación con el resto de las regiones.

79. Facilidades de infraestructura para PCD motora en su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



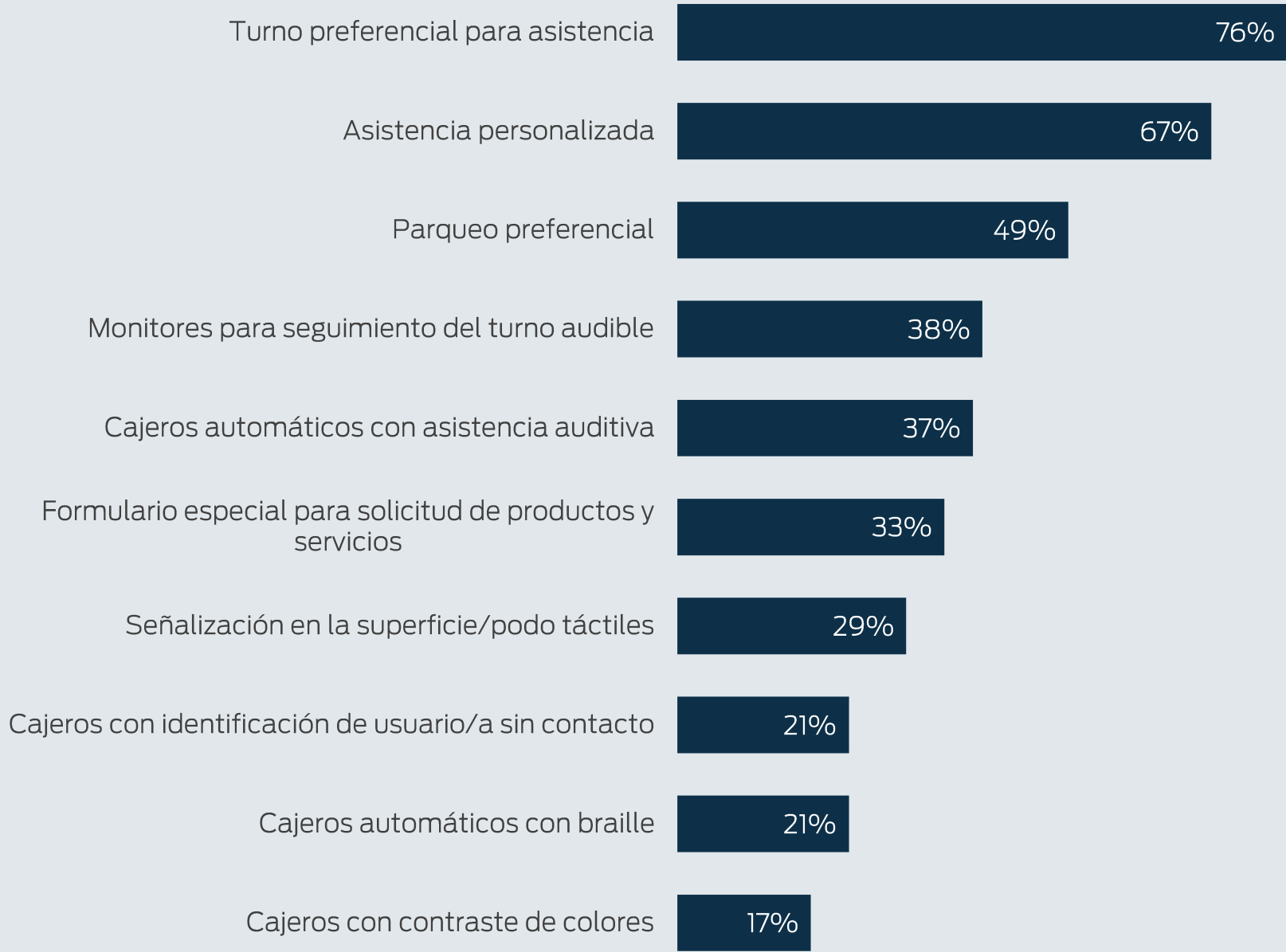
Las personas con discapacidad visual reconocen, en su mayoría, que sus entidades financieras ofrecen turno preferencial para asistencia (76 %) y asistencia personalizada (67 %), ambas consideradas medidas clave para facilitar su experiencia dentro de las sucursales. Asimismo, destacan la existencia de parqueo preferencial (49 %), monitores para seguimiento del turno audible (38 %) y cajeros automáticos con asistencia auditiva (37 %), lo que refleja un esfuerzo por adaptar los canales presenciales a las necesidades de accesibilidad visual.

Otras facilidades reportadas con menor frecuencia fueron el formulario especial para solicitud de productos y servicios (33 %), la señalización táctil o podo táctil (29 %) y los cajeros automáticos con braille o identificación sin contacto (21%), que continúan siendo áreas con oportunidades de mejora.

Al analizar los resultados por zona de residencia, se observó que las personas que viven en áreas urbanas reportan mayor disponibilidad de estas facilidades en comparación con las zonas rurales. No obstante, no se evidencian diferencias significativas entre regiones.

80. Facilidades de infraestructura para PCD visual en su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



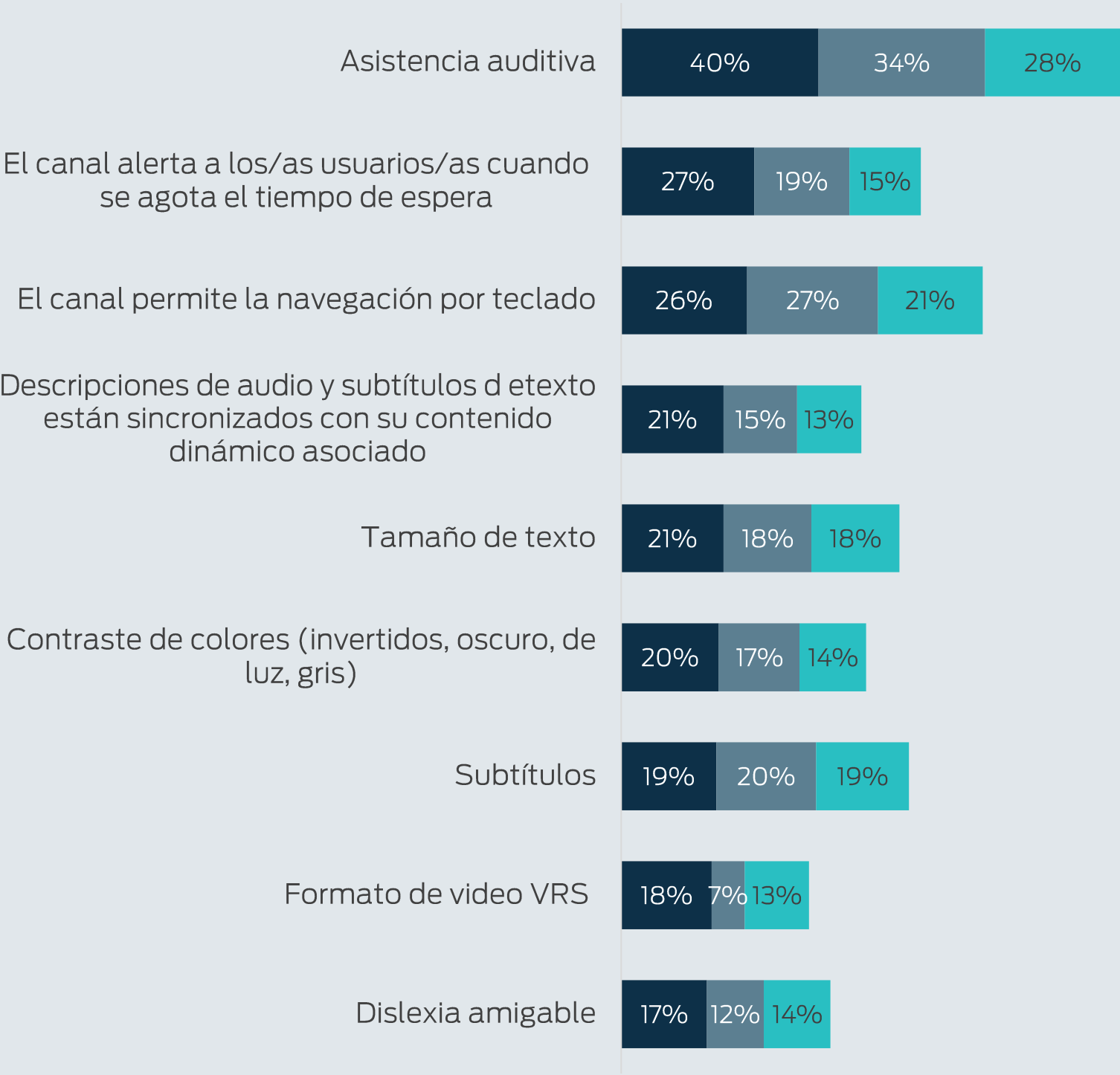
Sobre las funcionalidades o servicios de accesibilidad en los canales digitales, los resultados muestran que se concentran principalmente en la banca en línea, con mayor presencia de asistencia auditiva (40 %), alertas de tiempo de espera (27 %) y la navegación por teclado (26 %). En la aplicación móvil, destacan la asistencia auditiva (34 %), la navegación por teclado (27 %) y los subtítulos (20 %), mientras que en la página web sobresalen la asistencia auditiva (28 %), el ajuste de tamaño de texto (18 %) y los subtítulos (19 %).

Aunque las funcionalidades varían entre canales, no se observa un patrón uniforme, lo que sugiere que las personas con discapacidad pueden elegir el canal digital que mejor se adapte a sus necesidades específicas, según el tipo de accesibilidad que cada entidad ofrece, pero también, que aún existe espacio para ampliar y homogeneizar estas opciones para garantizar una experiencia digital más inclusiva para las PCD.

81. Funcionalidades que ofrecen las EIF en sus canales digitales

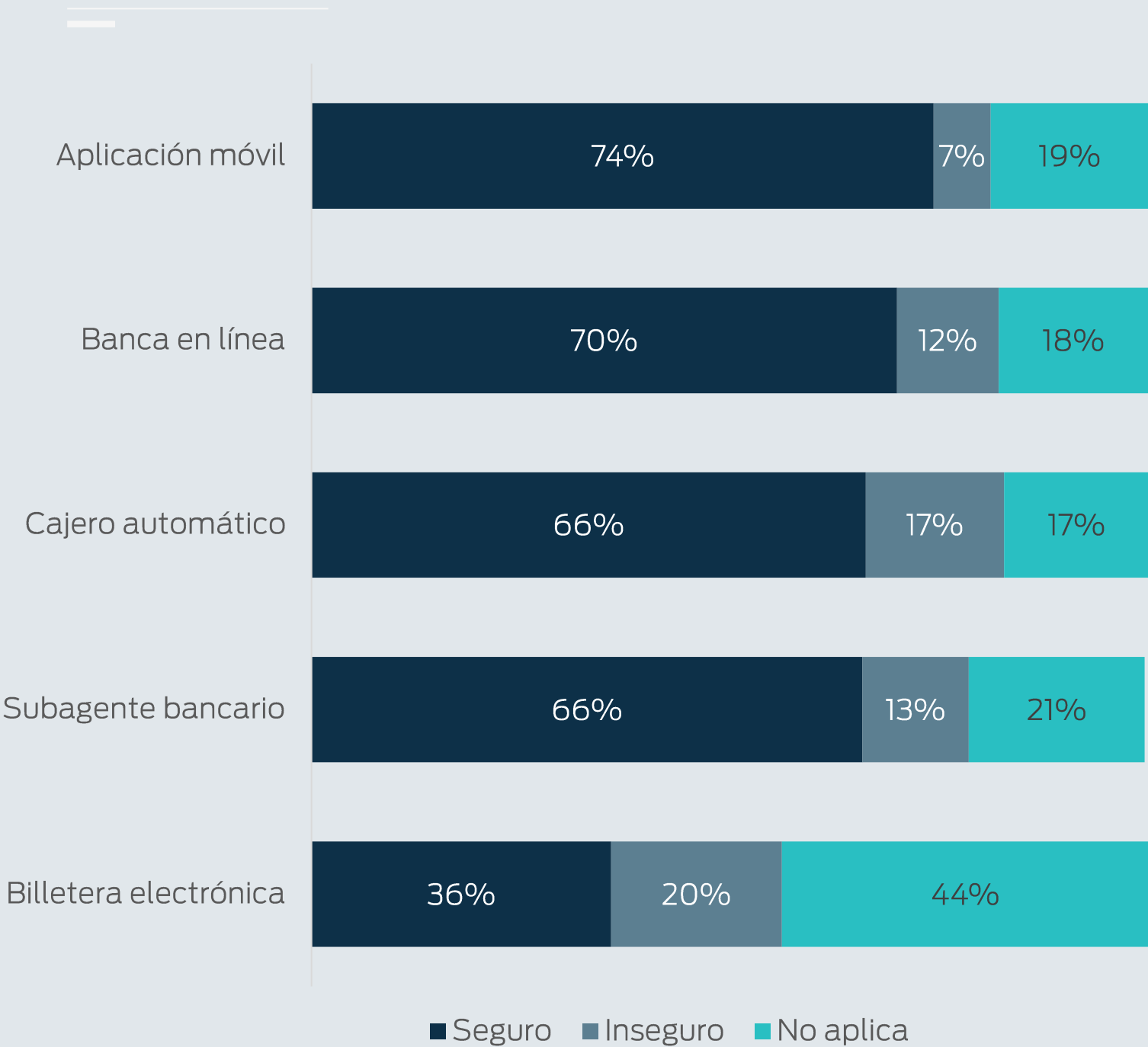
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

■ Banca en línea ■ Aplicación Móvil ■ Página Web



82. Nivel de seguridad percibido por las PCD al utilizar los canales alternos

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



En lo que respecta a la seguridad al utilizar los canales alternos, las PCD reportan sentirse más seguras al usar la aplicación móvil (74 %) y la banca en línea (70 %).

De igual forma, se observa un alto nivel de seguridad percibida al utilizar los cajeros automáticos y los subagentes bancarios con 66% en ambos casos, especialmente entre quienes residen en Santiago y la Región Norte, donde existe una mayor accesibilidad física y disponibilidad de estos canales.

En contraste, la billetera electrónica es el canal con la menor proporción de usuarios que se sienten seguros al utilizarla (36 %), lo que podría estar relacionado con barreras de accesibilidad digital (un 44 % indica no utilizarlo), deficiencias en la disponibilidad de información y niveles más bajos de alfabetización tecnológica dentro de este grupo poblacional.

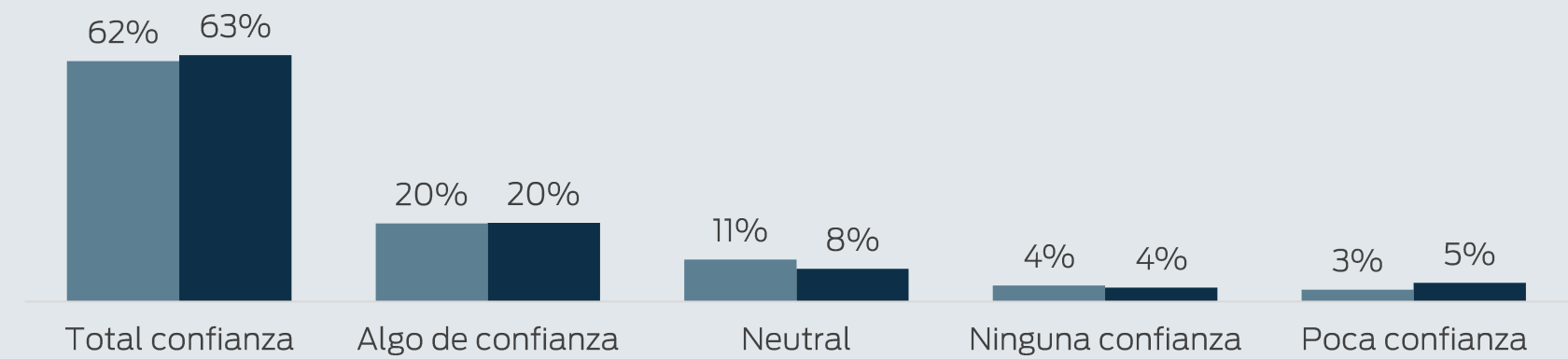
En términos de confianza, tanto las PCD como las PSD muestran niveles elevados de confianza hacia su entidad financiera principal. Un 62 % de las PCD y un 63 % de las PSD declaran tener total confianza en su institución, mientras que alrededor de una de cada cinco personas en ambos grupos indica tener “algo de confianza” (20 %). Las respuestas de poca o ninguna confianza se mantienen en niveles muy reducidos (entre 3 % y 5 %), lo que evidencia una percepción general positiva del sistema financiero entre ambas poblaciones.

En cuanto a la satisfacción general con los productos financieros, la gran mayoría de las PCD se declara conforme: el 67 % manifiesta estar satisfecho y el 25 % muy satisfecho, lo que suma más de nueve de cada diez personas con una valoración positiva. Entre las PSD el patrón es similar, con 61 % satisfechas y 29 % muy satisfechas. Las proporciones de personas indiferentes o insatisfechas se sitúan por debajo del 10% en ambos grupos, lo que sugiere que los productos ofrecidos responden, en términos generales, a las necesidades de la clientela.

Algo parecido ocurre con la satisfacción respecto al trato brindado por la entidad. Entre las PCD, el 68 % se declara satisfecho y el 25 % muy satisfecho, mientras que entre las PSD estas proporciones son de 62 % y 30 %, respectivamente. Las valoraciones de insatisfacción (muy insatisfecho o insatisfecho) no superan el 5 % en ninguno de los dos grupos. Estos resultados indican que, aunque siempre hay espacio para seguir ajustando los servicios a las necesidades específicas de las PCD, la experiencia de atención que reciben en su banco principal es, en términos generales, altamente positiva

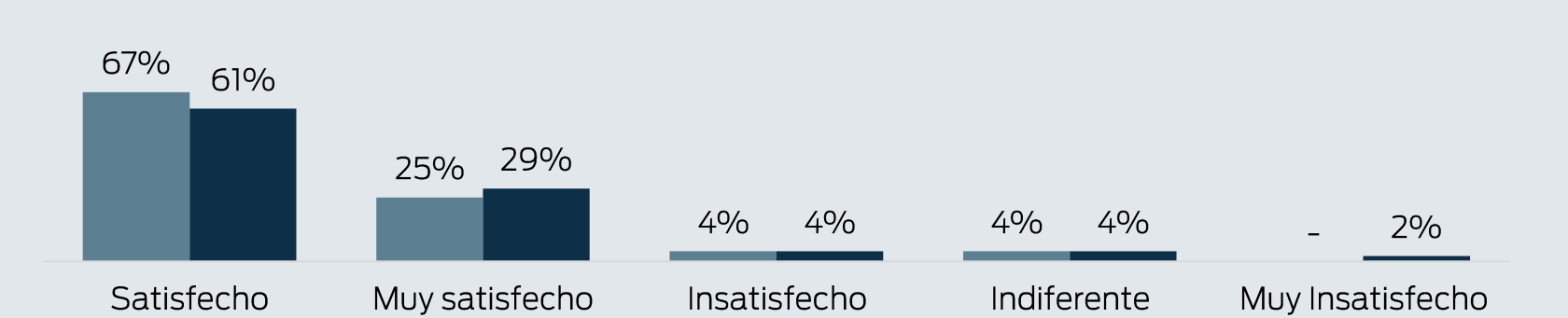
83. Nivel de confianza respecto a su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



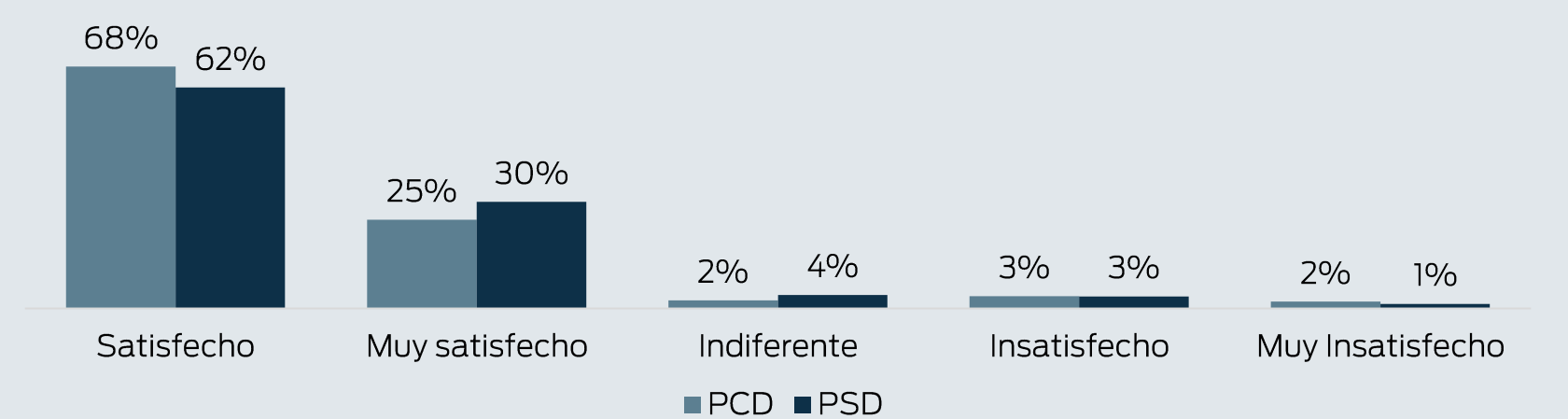
84. Nivel de satisfacción general con los productos financieros que ofrece su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



85. Nivel de satisfacción sobre el trato recibido por parte de su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



CONCLUSIONES

Cerca de una cuarta parte de las personas entrevistadas tiene algún tipo de discapacidad, predominando la motora y luego la visual. Su distribución varía según sexo y región: la discapacidad motora se concentra en Santiago, la región Norte y la región Este, mientras que la visual es más frecuente en Santo Domingo y entre las mujeres. Estas diferencias resaltan la necesidad de soluciones adaptadas a cada territorio y perfil poblacional para lograr una atención más efectiva e inclusiva.

La mayoría de las personas consultadas participa en el sistema mediante productos básicos como cuentas de ahorro, cuentas corrientes y tarjetas de débito o crédito, pero el acceso a productos de crédito sigue siendo limitado.

En cuanto a accesibilidad física, las sucursales muestran avances, especialmente para personas con discapacidad motora, con ventanillas, cajas y cajeros a alturas adecuadas, turnos preferenciales y pasillos accesibles. Para la discapacidad visual y auditiva/del habla, se ofrecen turnos preferenciales y, en menor medida, asistencia personalizada y formularios adaptados. Aunque la capacitación en lenguaje de señas está presente, su baja mención evidencia una oportunidad de mejora en la atención inclusiva.

En los canales digitales coexisten dos realidades: casi la mitad de las PCD aún prefiere la atención presencial. La percepción de seguridad es mayor al usar cajeros automáticos y subagentes, sobre todo en zonas con mejor accesibilidad física como Santiago y la región Norte. En contraste, la billetera electrónica es el canal con menor sensación de seguridad. Estos resultados señalan la necesidad de fortalecer el diseño accesible, la comunicación y el acompañamiento especializado para este grupo.

PERSONAS ENVEJECIENTES (PE)



INCLUSIÓN FINANCIERA

Personas Envejecientes

El envejecimiento poblacional se ha consolidado como uno de los fenómenos demográficos más acelerados del siglo XXI, se calcula que la proporción global de personas de 65 años o más alcanzará el 17.5 % en 2050 y superará el 30 % hacia finales de siglo, duplicando los niveles actuales, según las Perspectivas de la Población Mundial 2024 de las Naciones Unidas¹³.

En cuanto América Latina y el Caribe, esta transición es particularmente apresurada: en 2024 había 166 millones de personas de 50 años o más, lo que representa el 25 % de la población regional, y se prevé que para 2050 la cifra aumente a 280 millones, equivalente al 38 % del total poblacional. Este cambio demográfico está redefiniendo la estructura económica de la región, impulsando la llamada “Economía Plateada”, que abarca la actividad económica destinada a satisfacer las necesidades de la población mayor de 50 años incluyendo productos financieros, vivienda, salud, turismo y emprendimiento¹⁴.

De acuerdo con el estudio La economía plateada en Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay del BID Invest¹⁵, el envejecimiento poblacional representa no solo un reto demográfico y social, sino también una oportunidad de desarrollo económico. La creciente demanda de servicios de salud especializados, cuidados de larga duración y productos financieros adaptados como seguros, rentas vitalicias y créditos de consumo o productivos abre espacio para modelos de negocio inclusivos e innovadores. Asimismo, sectores como el turismo senior, la telemedicina y las soluciones tecnológicas para el cuidado y la accesibilidad se perfilan como ejes de crecimiento en los próximos años, promoviendo la autonomía y bienestar de las personas mayores. Esto concluye como una oportunidad de negocio para el sector.

En el ámbito nacional, el Consejo Nacional de la Persona Envejeciente (CONAPE), creado mediante la Ley No. 352-98, sigue siendo el principal órgano rector de las políticas públicas orientadas al bienestar, la protección integral y la participación de las personas mayores. En coordinación con otras instituciones del Estado, el CONAPE promueve programas de inclusión social y alfabetización adaptados a la población envejeciente, así como jornadas de atención médica y odontológica, orientación psicológica y donación de dispositivos de apoyo (sillas de ruedas y andadores).

¹³ World Population Prospects 2024, United Nations.

¹⁴ World Bank Blogs. 2025. Oportunidad de plata: Innovación financiera para una población que envejece en América Latina

¹⁵ BID Invest. 2024. La ‘revolución plateada’ transforma desafíos en oportunidades de negocio

—

—

Según el Boletín Demográfico y Social 2024 ¹⁶ publicado por la ONE, la población de adultos mayores ha registrado un incremento significativo en los últimos años. “Para 2022, el porcentaje de personas mayores de 60 años en la República Dominicana fue del 13.2%, con una mayor proporción de mujeres (13.9 %) en comparación con hombres (12.6 %)”.

Las provincias con los porcentajes más elevados de población envejeciente son Hermanas Mirabal (18.4 %), Santiago Rodríguez (18.3 %) y San Juan (16 %), lo que evidencia una creciente demanda de servicios de salud, atención social y productos financieros adaptados a las necesidades de este segmento.

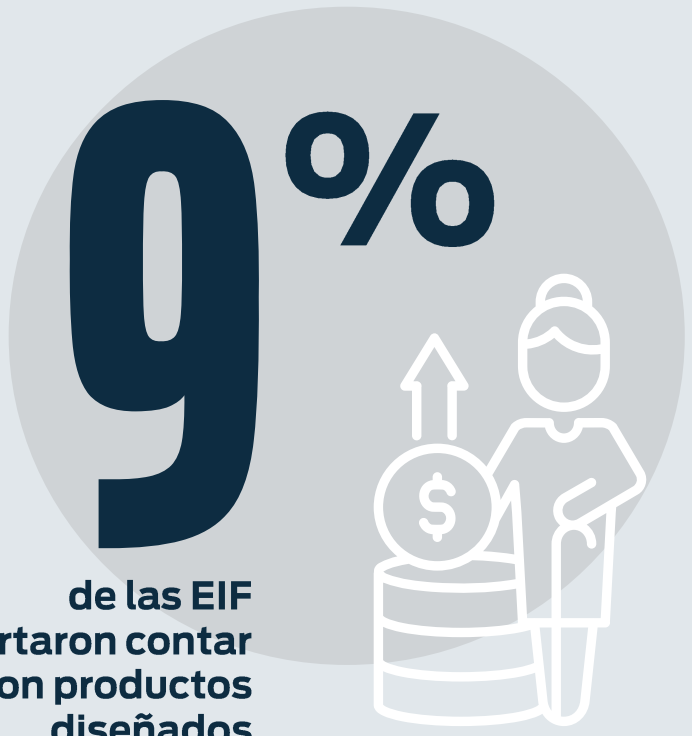
¹⁶ ONE - Boletín demográfico y social 2024 No.10 - Adultos Mayores en RD un breve análisis

DATOS DE LA OFERTA

A pesar del crecimiento de la población envejeciente, este grupo sigue siendo un segmento poco atendido, pero con un alto potencial dentro del sistema financiero. El 9 % de las EIF reportaron contar con productos diseñados específicamente para personas envejecientes, lo que evidencia una oportunidad significativa para desarrollar soluciones financieras inclusivas adaptadas a sus necesidades y características particulares.

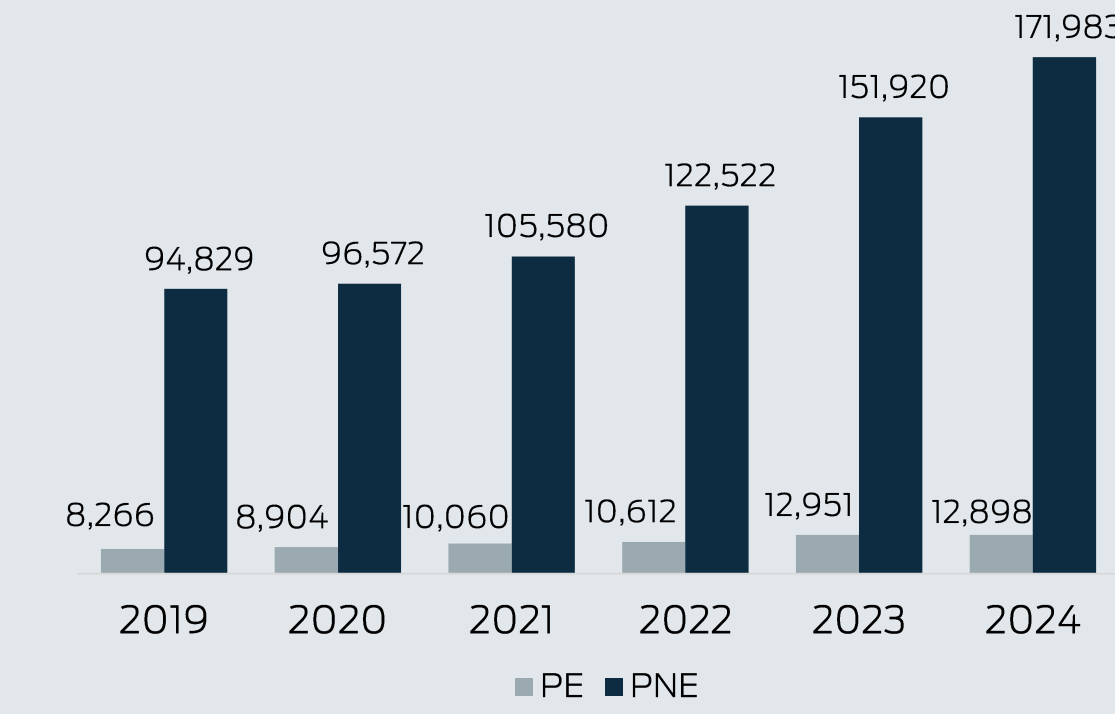
86. Distribución de los créditos por tipo de población

FUENTE: SIMBAD



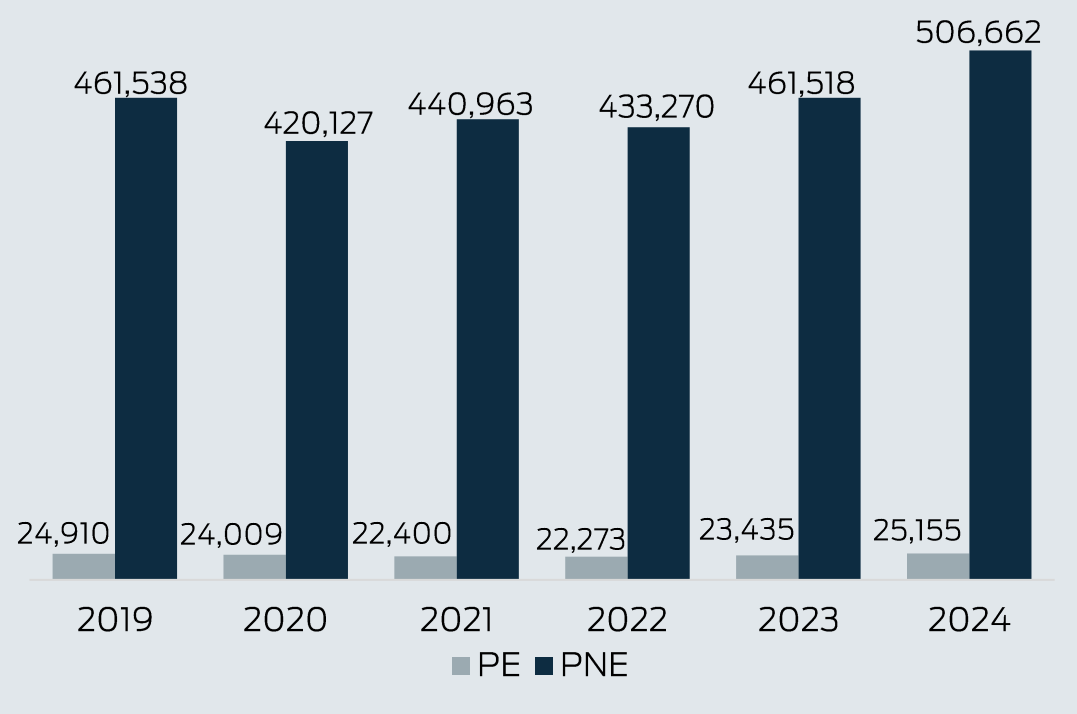
Monto adeudado de los créditos comerciales

VALORES EN MILLONES DOP



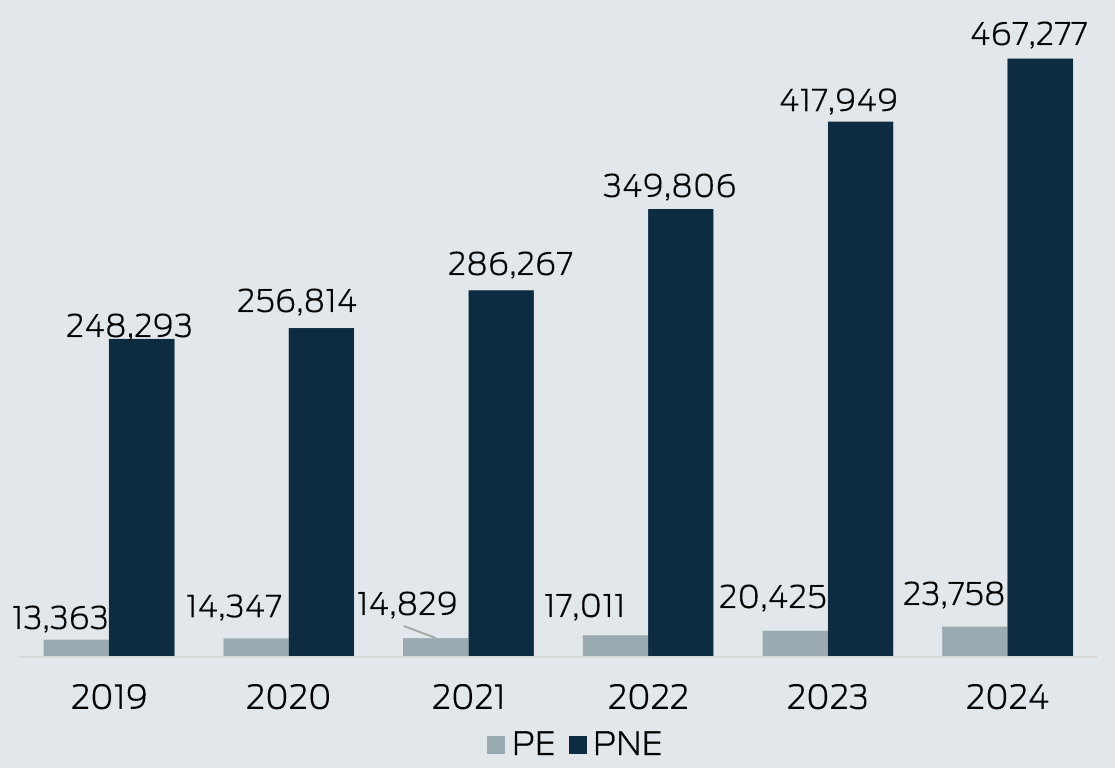
Cantidad de créditos comerciales

EN NÚMERO DE CRÉDITOS



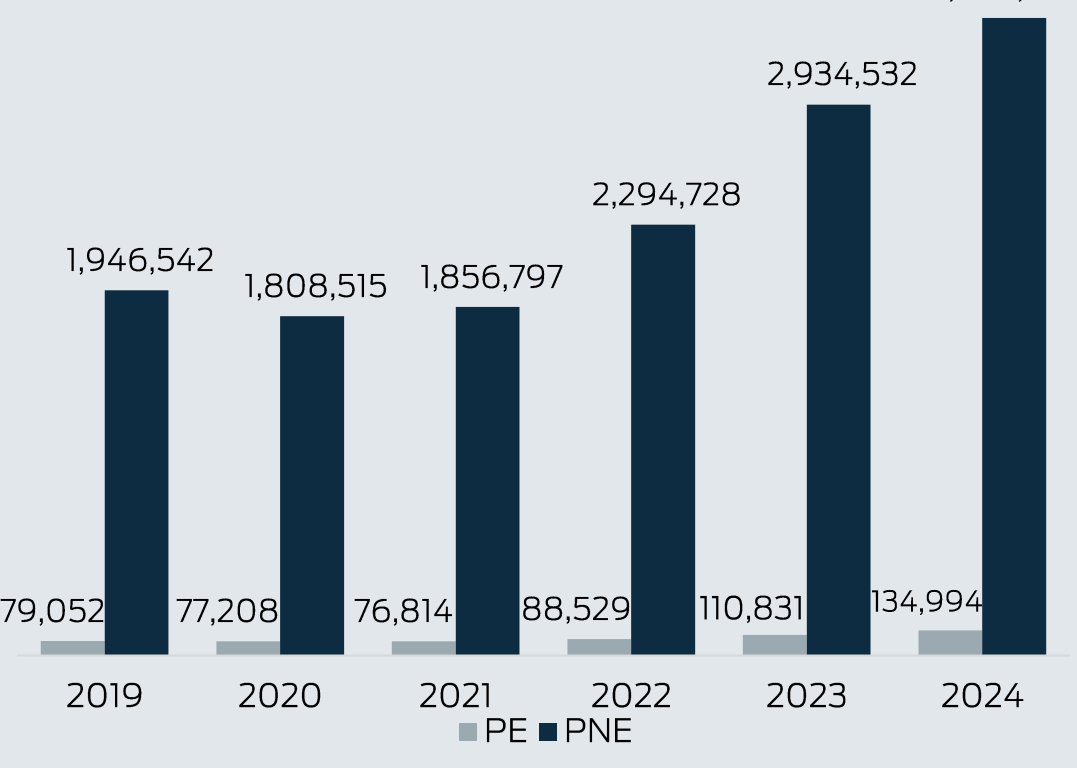
Monto adeudado de los préstamos de consumo

VALORES EN MILLONES DOP



Cantidad de préstamos de consumo

EN NÚMERO DE CRÉDITOS



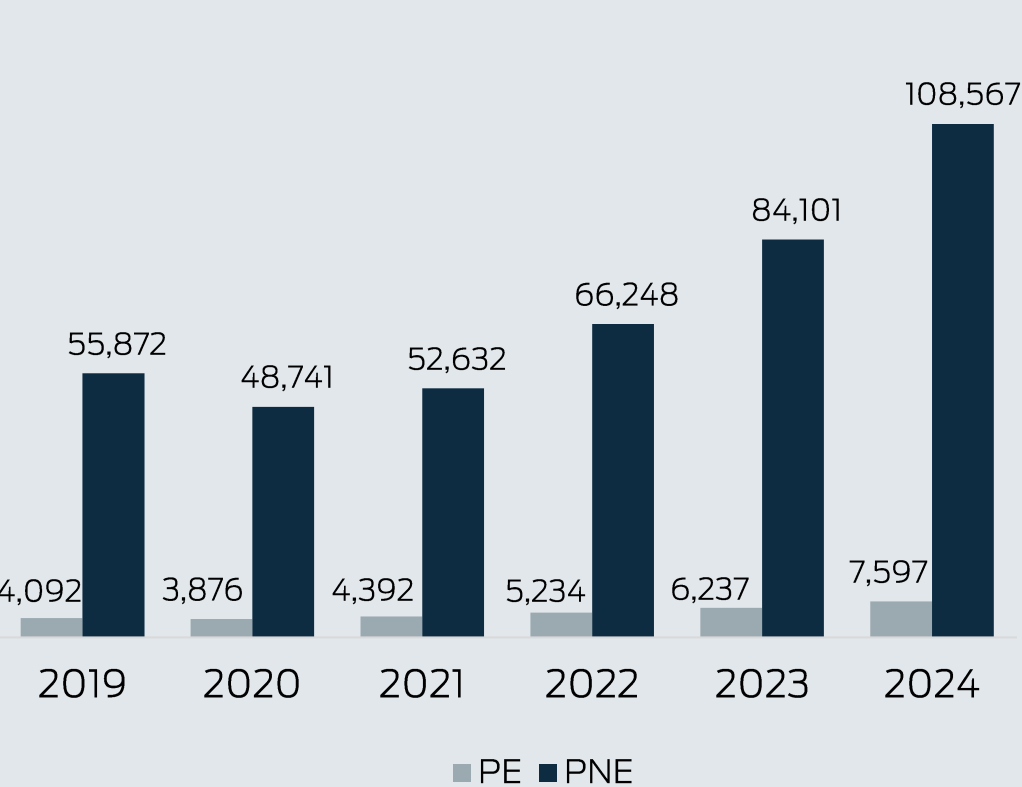
87. Distribución de los créditos por tipo de población (cont.)

FUENTE: SIMBAD

“Para este segmento de la población, obtener productos de crédito en el sector financiero continúa siendo un reto importante”

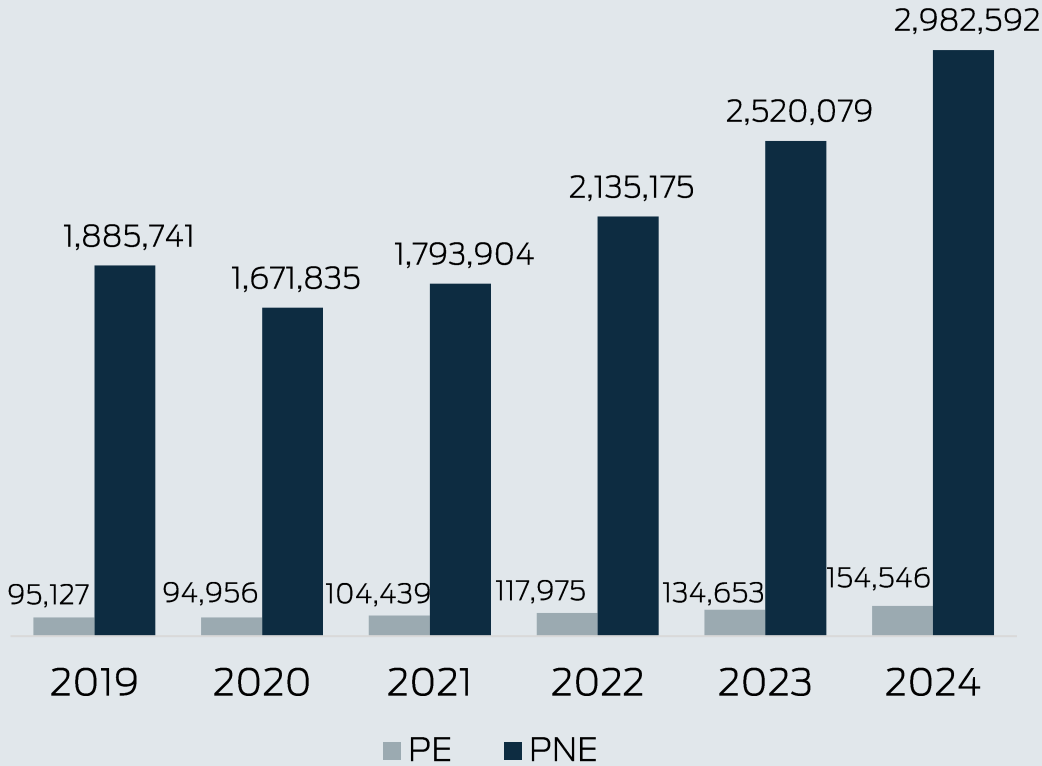
Monto adeudado de tarjetas de crédito

VALORES EN MILLONES DOP



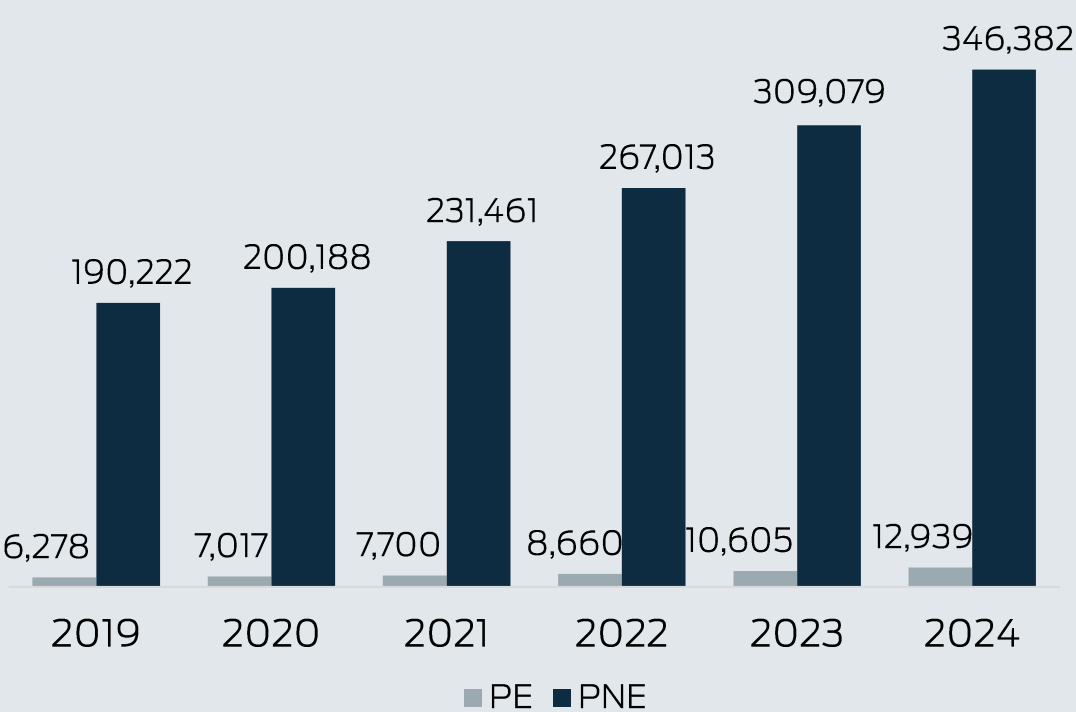
Cantidad de tarjeta de crédito

EN NÚMERO DE CRÉDITOS



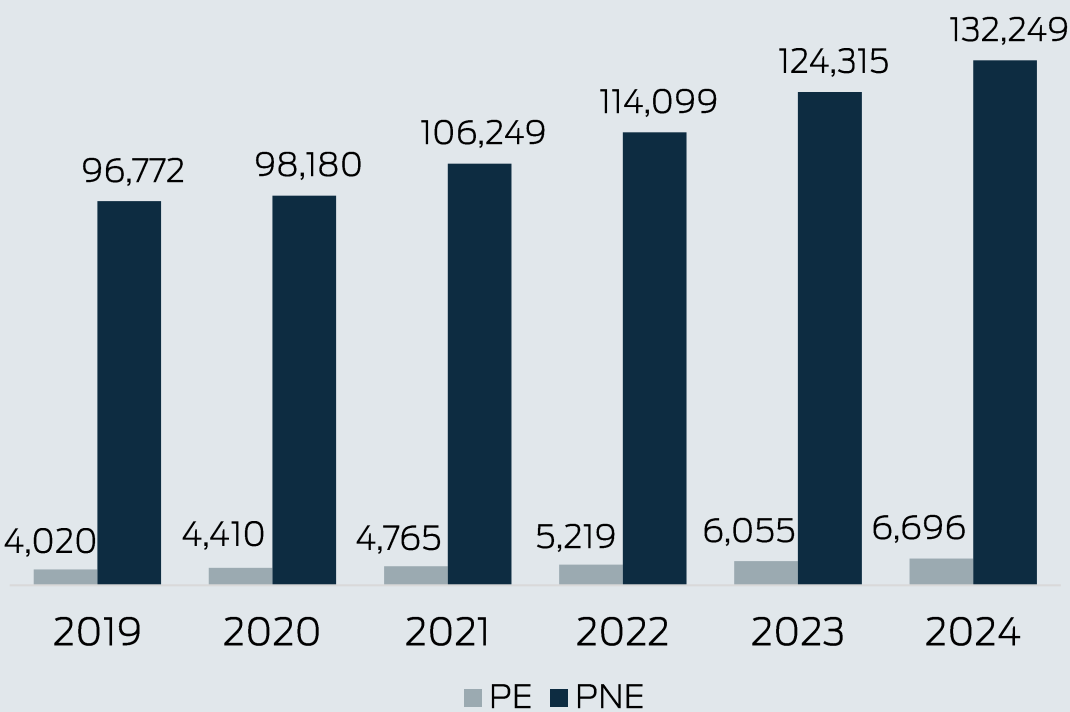
Monto adeudado de préstamos hipotecarios

VALORES EN MILLONES DOP



Cantidad de préstamos hipotecarios

EN NÚMERO DE CRÉDITOS



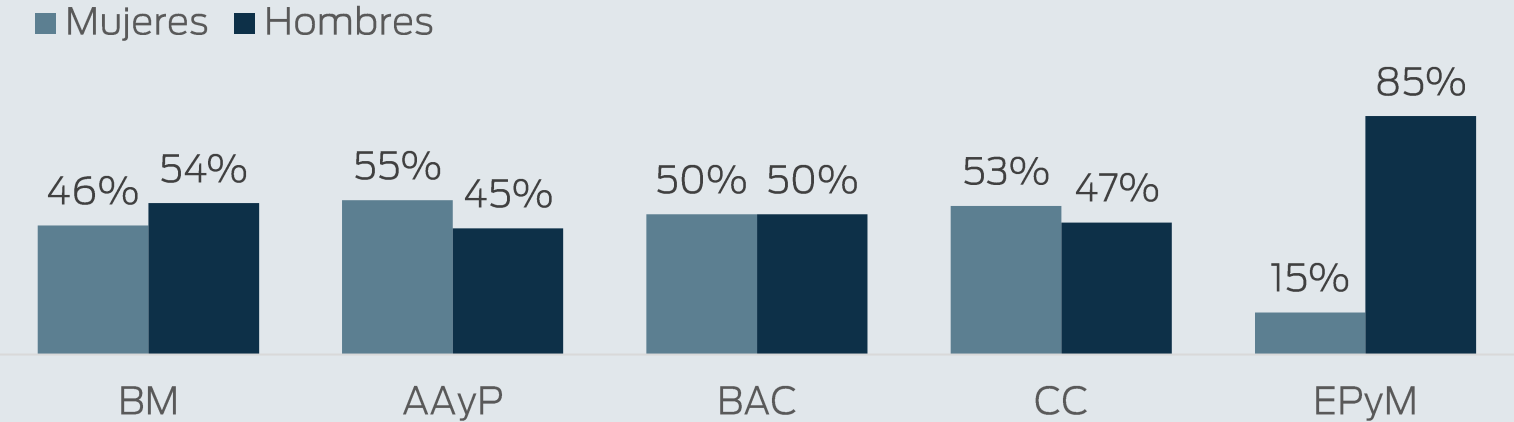
A las EIF se les solicitó identificar el porcentaje de usuarios en su cartera que pertenecen al grupo de personas envejecientes (PE), es decir, aquellos de 65 años o más, desagregados por género. Los resultados muestran que el 52 % son hombres y el 48 % son mujeres, evidenciando una distribución relativamente equilibrada entre ambos sexos.

Sin embargo, al analizar la información por tipo de entidad, se observa una mayor concentración de hombres en las EPyM, lo que se explica en parte porque estas instituciones suelen operar en sectores económicos, como la agricultura y la exportación, tradicionalmente dominados por el género masculino.

Entre los productos y servicios actualmente disponibles para las personas envejecientes, se destacan algunas iniciativas específicas desarrolladas por las EIF. El Banco Popular es la única entidad que ofrece una cuenta en dólares dirigida a pensionados. Por su parte, Banreservas dispone de un préstamo con condiciones especiales orientado a este segmento de la población.

88. Usuarios y usuarias de 65 años o más de las EIF, por género

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



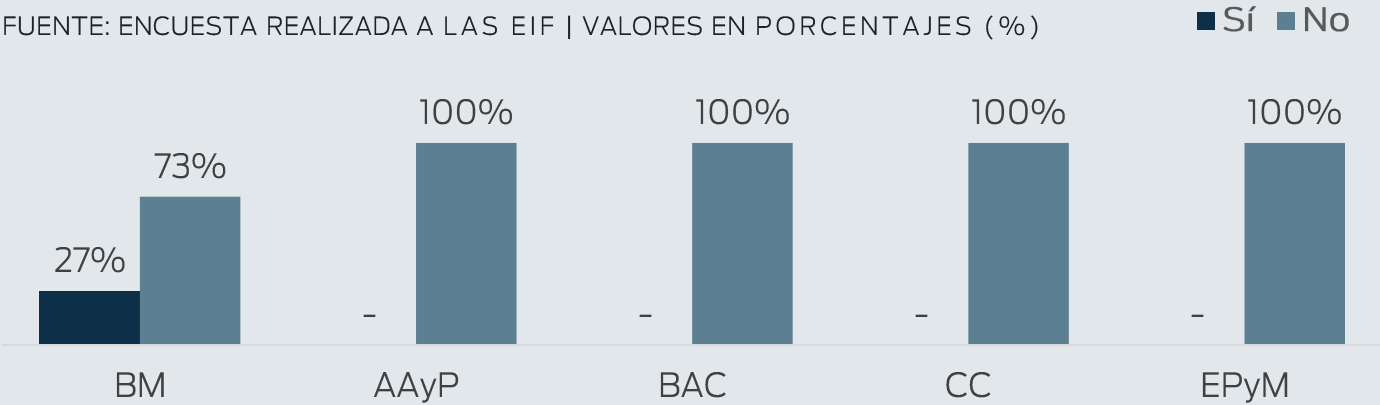
En cuanto a los servicios complementarios, el Banco Popular y el Banco BHD ofrecen programas de educación financiera personalizada, mientras que un 33 % de las entidades brindan asistencia personalizada a sus clientes mayores. Asimismo, el Banco Lafise ha implementado un servicio de atención en línea mediante videollamadas, lo que permite a las personas envejecientes acceder a los servicios financieros sin necesidad de acudir físicamente a una sucursal.

Las EIF también han realizado esfuerzos para adaptar sus canales digitales, como la banca en línea y las aplicaciones móviles, con el fin de hacerlos más accesibles a las personas envejecientes. Entre las principales medidas implementadas destaca el uso de letras grandes, presente en el 34 % de las entidades, con mayor adopción en las AAyP (60 %) y los BM (40 %). Asimismo, el 18 % de las entidades ha incorporado navegación simplificada, mientras que solo el 5 % ofrece funcionalidad de accesibilidad por voz, disponible actualmente en ACAP y Scotiabank.

Otra de las consultas realizadas a las entidades se centró en si ofrecían talleres o materiales de apoyo para orientar a las personas envejecientes sobre el uso de productos digitales y la prevención de fraudes. Solo el 11 % de las EIF respondió afirmativamente, destacándose los BM (20 %) y los BAC (14 %).

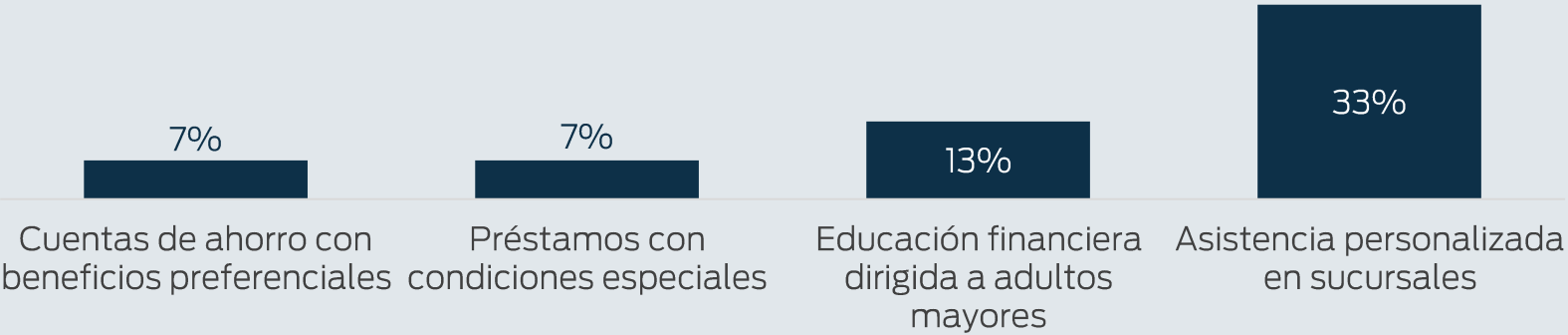
89. EIF que tienen productos diseñados para PE

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



90. Productos o servicios disponibles en las EIF para PE

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

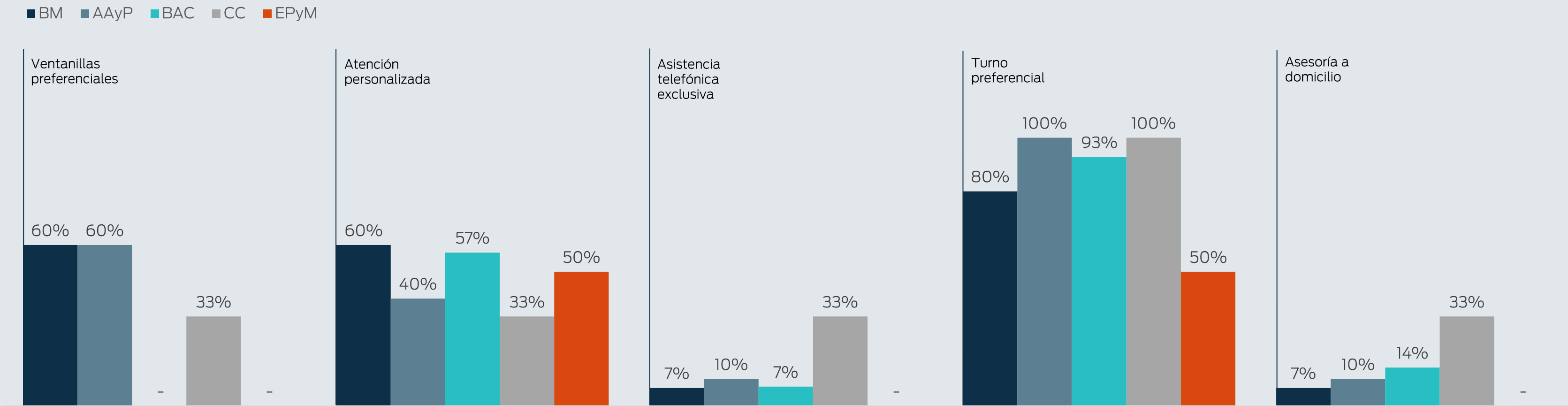


Con relación a las facilidades que las EIF ofrecen para que las personas envejecientes (PE) puedan acceder a sus servicios, destacan los turnos preferenciales en oficinas y sucursales, presentes en el 89 % de las EIF y ofrecidos por el 100 % de las AAYP y CC. A continuación, se encuentra la atención personalizada, con mayor presencia en los BM (60 %) y los BAC (57 %), así como las ventanillas preferenciales, disponibles en el 60 % de las AAYP y los BM.

Entre las facilidades menos implementadas se encuentran la asistencia telefónica exclusiva y la asesoría a domicilio, lo que evidencia una oportunidad para ampliar los canales de atención dirigidos a este segmento. Cabe destacar que muchos de estos servicios podrían integrarse mediante plataformas digitales con acompañamiento humano, siguiendo ejemplos como el del Banco Lafise, que ofrece atención en línea mediante videollamadas, facilitando así el acceso a los servicios financieros sin necesidad de desplazamiento físico.

91. Facilidades disponibles en las EIF para las PE acceder a sus servicios

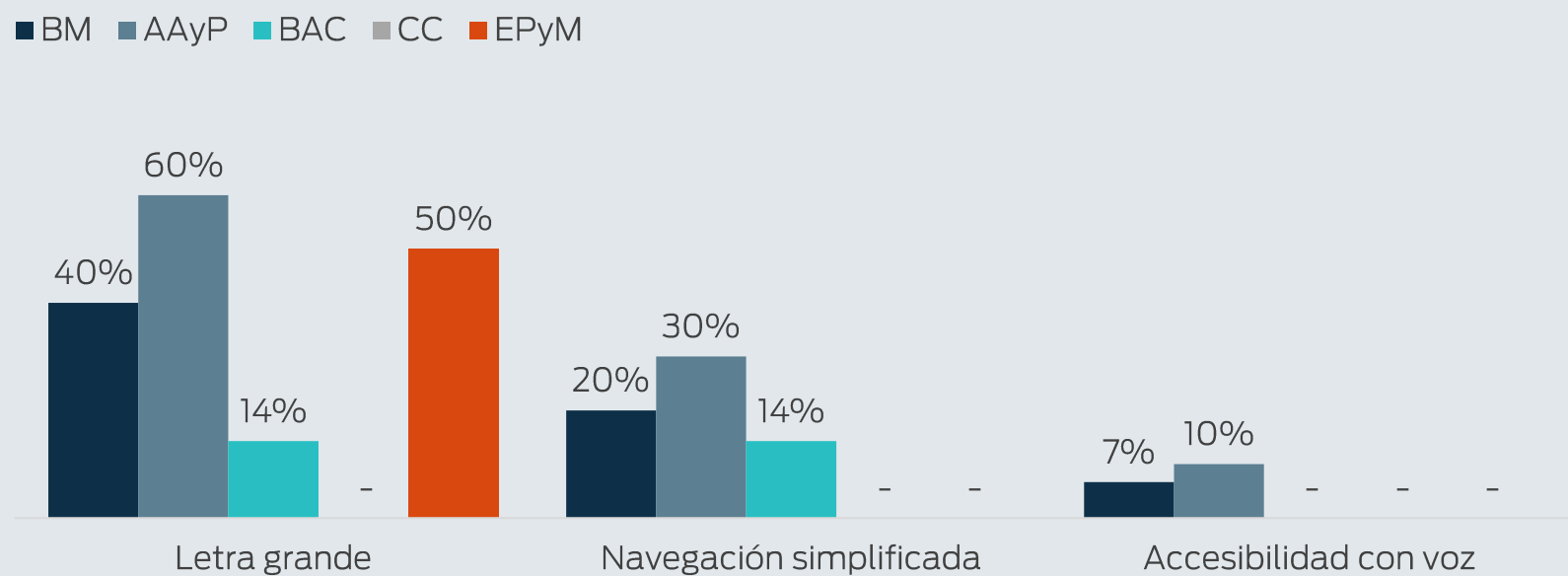
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Actualmente, las EIF no contemplan un enfoque específico dirigido a las personas envejecientes dentro de sus políticas de inclusión financiera. En este contexto, la Superintendencia de Bancos ha incorporado en su estrategia institucional un programa de capacitación destinado a proporcionar a las EIF las herramientas necesarias para diseñar soluciones de valor integrales, orientadas a ofrecer productos y servicios a los segmentos vulnerables, considerando este grupo. El programa comenzó en 2025 y se extenderá hasta el primer semestre de 2026. Esta iniciativa busca estimular al sector financiero a desarrollar soluciones más inclusivas, reconociendo el potencial de las personas envejecientes como un segmento en crecimiento con necesidades específicas.

92. Adaptaciones tecnológías de las EIF en sus canales digitales (banca en línea y aplicación móvil)

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



DATOS DE LA DEMANDA

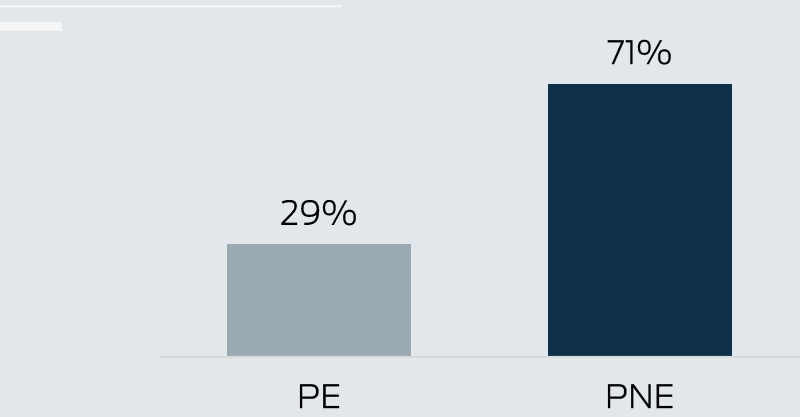
En coherencia con el análisis desarrollado en la edición anterior del informe, se preserva la comparación entre las personas envejecientes (PE) y las personas no envejecientes (PNE), con el fin de conformar una serie histórica que facilite la identificación sistemática de las barreras de acceso que afectan a este grupo poblacional. Para fines de este estudio, se define como persona envejeciente a todo adulto de 65 años o más.

Los datos demográficos, como la distribución por género, nivel de ingresos y otras variables, se basan en las respuestas proporcionadas por las PE.

Los resultados obtenidos confirman que las PE presentan niveles de ingreso inferiores en comparación con las PNE. Esta desigualdad repercute de manera significativa en sus posibilidades de acceder a productos de crédito, reflejando que las restricciones no responden únicamente a factores etarios, sino también a condiciones económicas estructurales propias de este grupo.

93. Distribución de la muestra por tipo de población

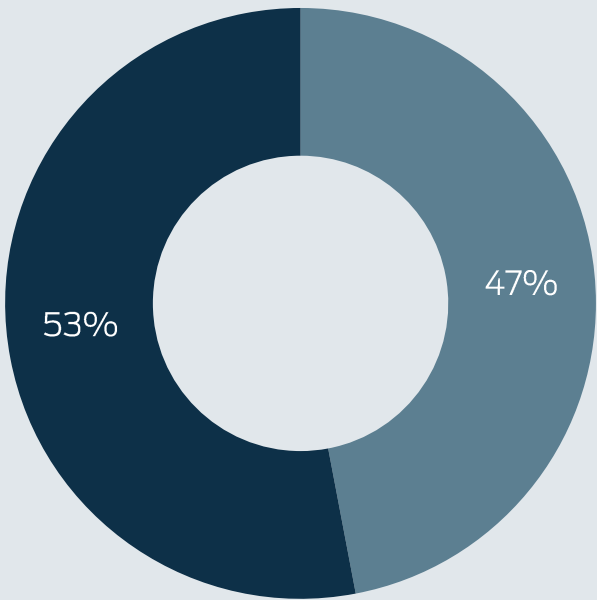
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



94. Cantidad de PE, por género

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

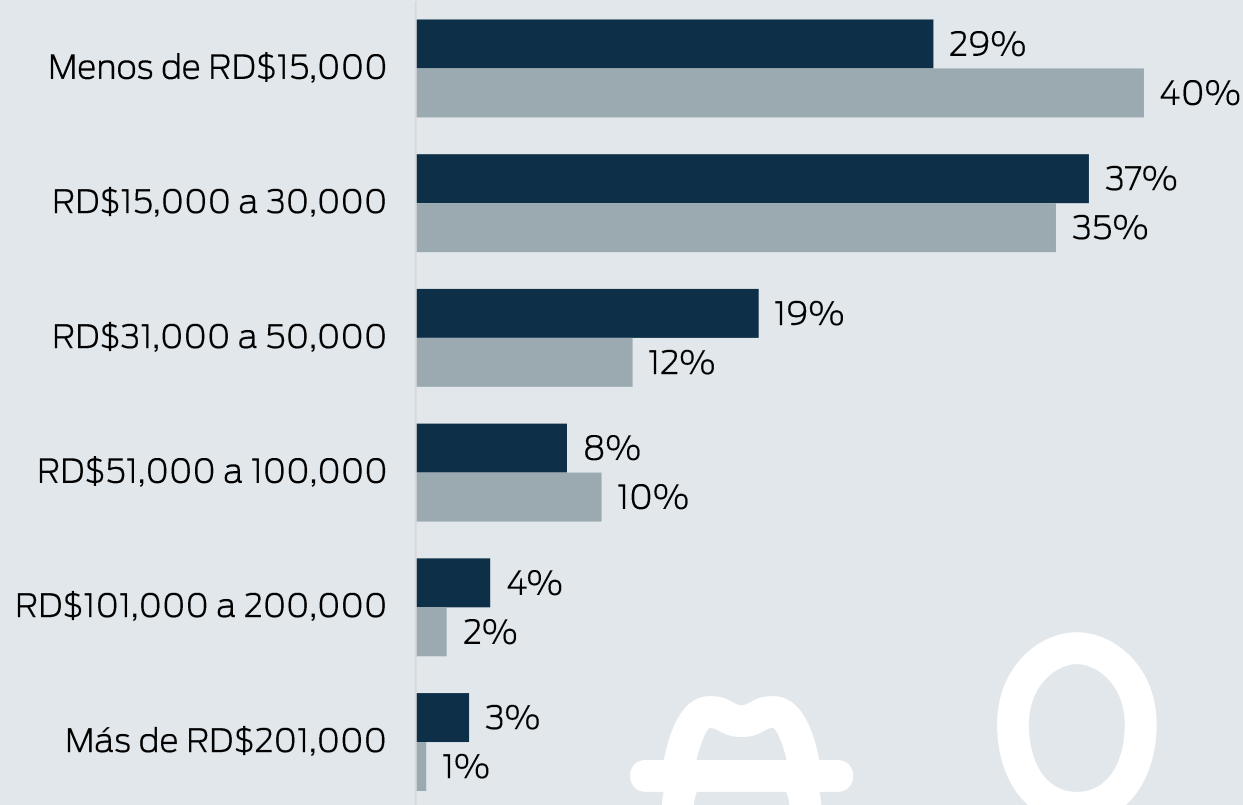
■ Mujeres ■ Hombres



95. Nivel de ingresos por tipo de población

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

■ PNE ■ PE

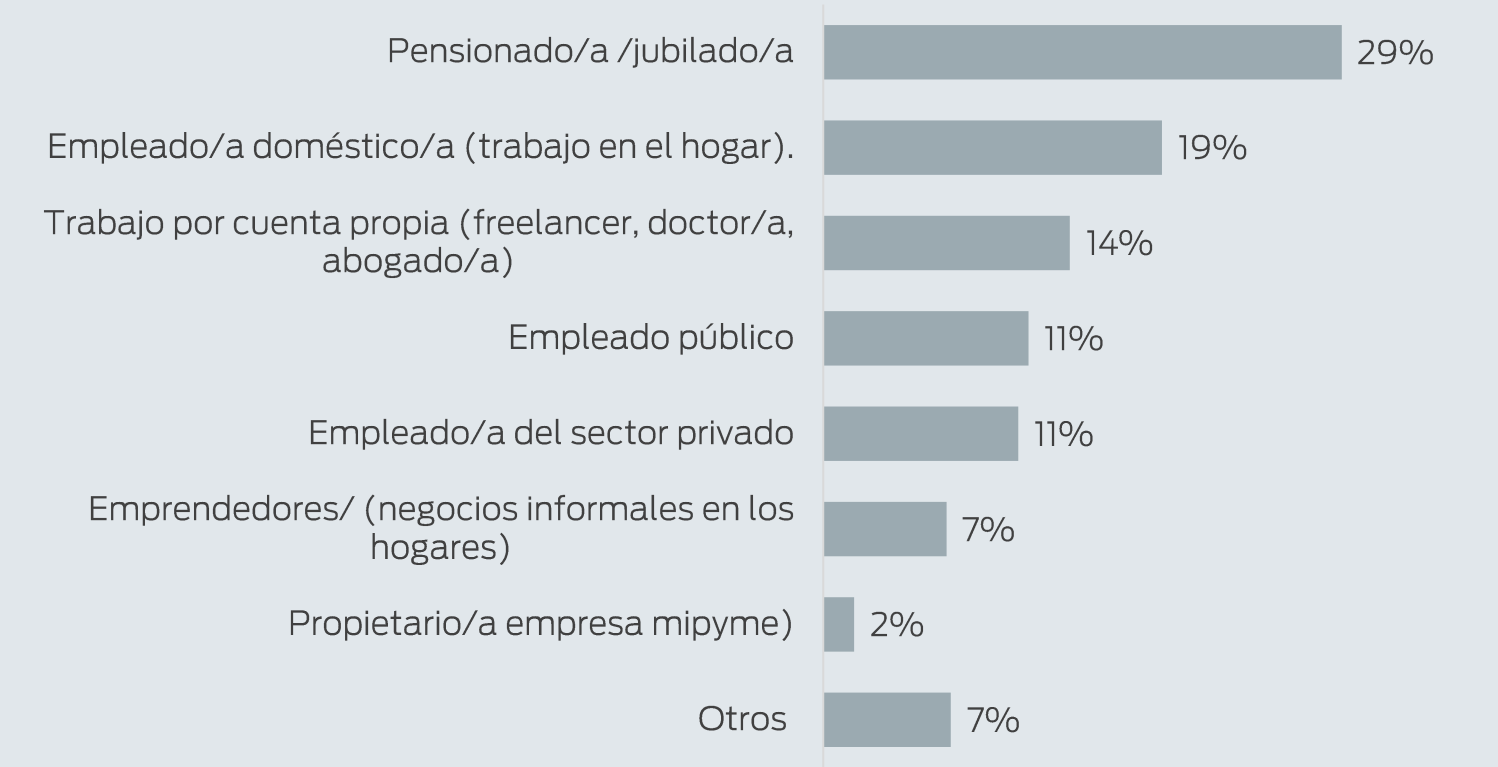


En cuanto al sector económico al que pertenece esta población, predominan las personas pensionadas (29 %), seguidas por los empleados del servicio doméstico (19 %) y quienes trabajan por cuenta propia (14 %). También se incluyen empleados de los sectores público y privado, lo que evidencia que, aun formando parte del grupo de personas envejecientes, una proporción significativa continúa percibiendo ingresos fijos y manteniéndose activa en el ámbito laboral.

Asimismo, las EIF continúan considerando la edad como un factor determinante en la evaluación crediticia. De hecho, tres de cada cinco PE manifestaron percibir que su edad es tomada en cuenta al momento de autorizar productos financieros, lo que refleja una barrera persistente en la inclusión crediticia de este grupo poblacional.

96. Sector económico de las PE

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



97. Percepción de las PE sobre las EIF que toman en cuenta la edad de los clientes para autorizarles productos financieros

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

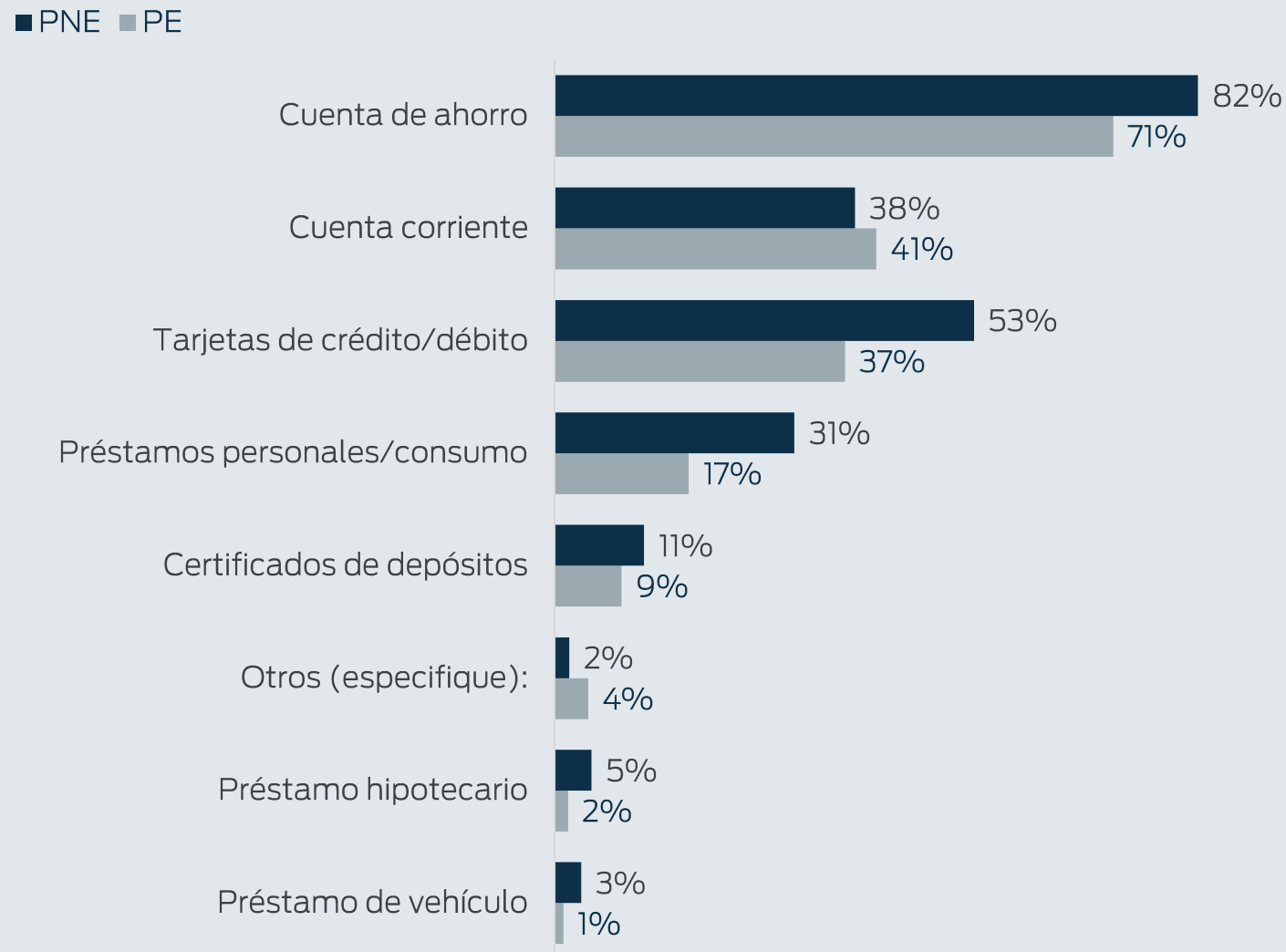


En relación con los productos financieros más utilizados, las cuentas de ahorro lideran con un 71 %, seguidas por las cuentas corrientes (41 %). En comparación con las personas no envejecientes, el uso de cuentas corrientes es menor (38 %). En cuanto a las tarjetas de crédito, el 37 % de las PE indicó utilizarlas, frente al 53 % de las PNE, reflejando una brecha en el acceso y uso del crédito dentro de este segmento.

Entre los productos financieros que con mayor frecuencia se les han negado a las personas encuestadas destacan los préstamos personales o de consumo, con un 71 %, seguidos de las tarjetas de crédito y los préstamos hipotecarios, ambos con un 20 %.

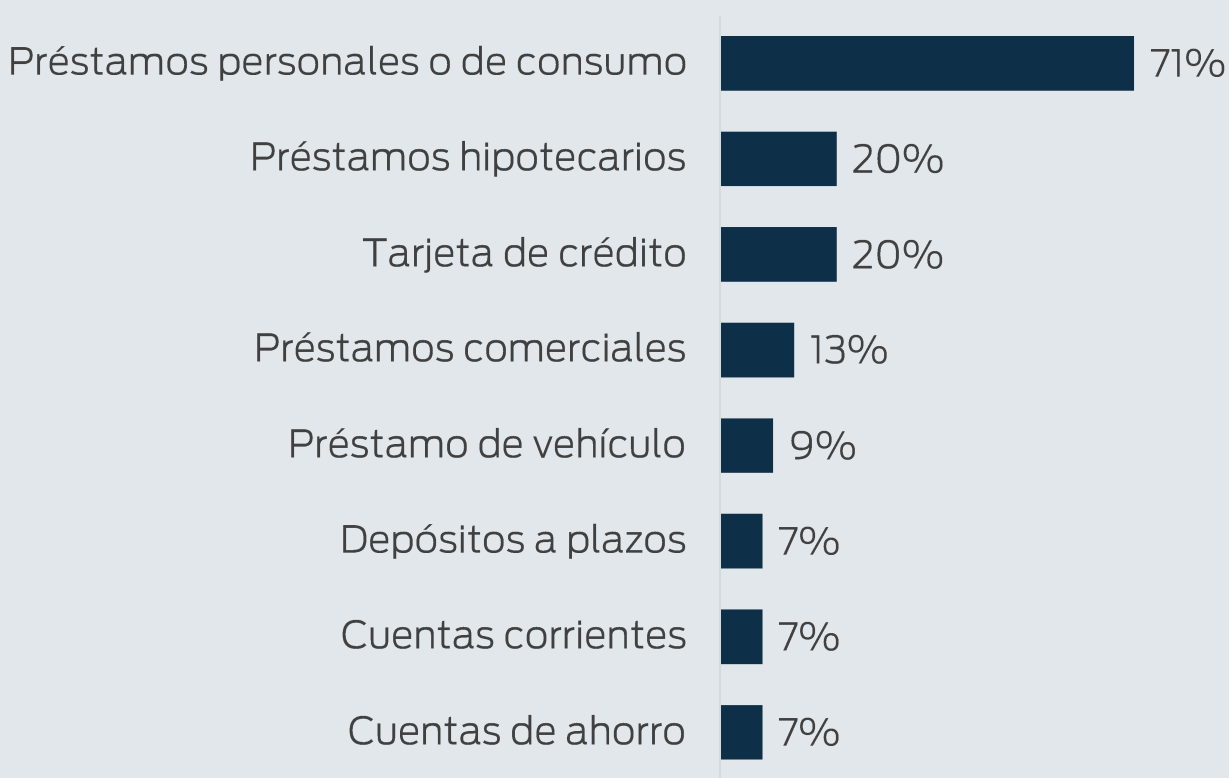
98. Productos utilizados por las PNE y PE

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



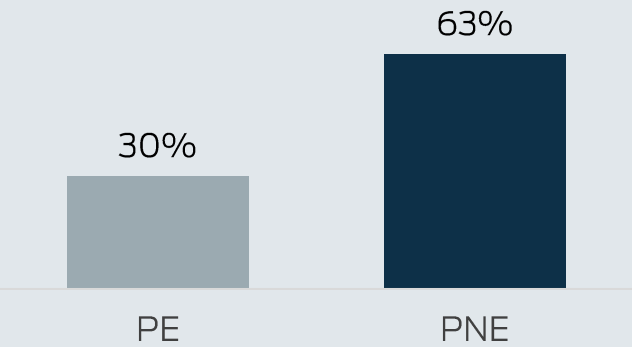
99. Productos financieros denegados por edad según las PE

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



100. Uso de los canales digitales (banca en línea y aplicación móvil)

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

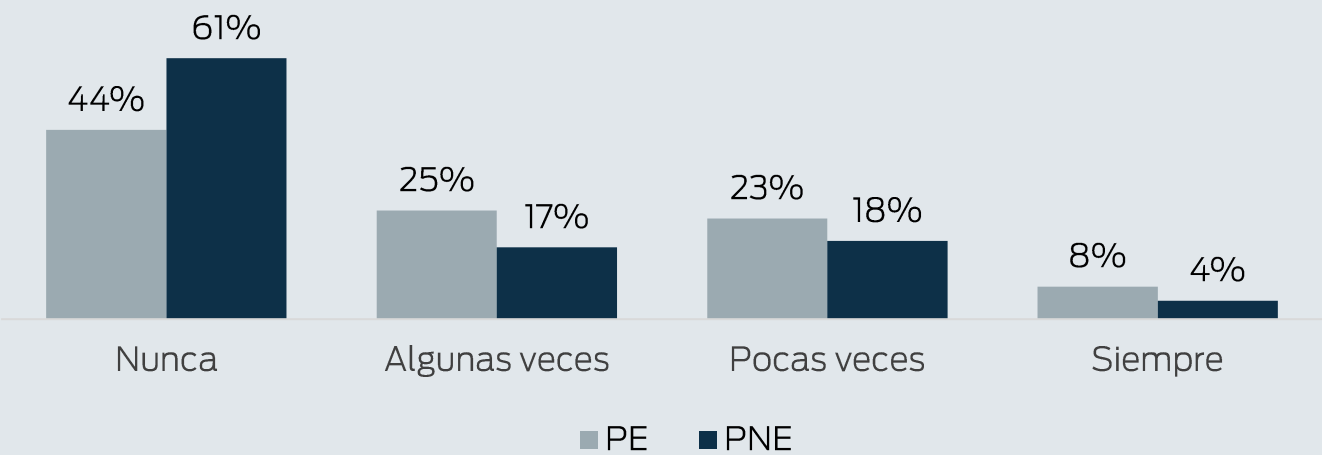


El 74% de las personas envejecientes (PE) afirma que su entidad principal ofrece el servicio de turnos preferenciales, lo que evidencia avances en la atención prioritaria a este segmento.

Por otro lado, el uso de los canales digitales, como la aplicación móvil y la banca en línea, continúa representando una herramienta clave para fortalecer la inclusión financiera de los grupos vulnerables. No obstante, su efectividad depende de que estas soluciones tecnológicas se acompañen de programas de alfabetización digital y educación financiera, que permitan a los usuarios tomar decisiones informadas y seguras.

101. Requerimiento de asistencia en transacciones digitales

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

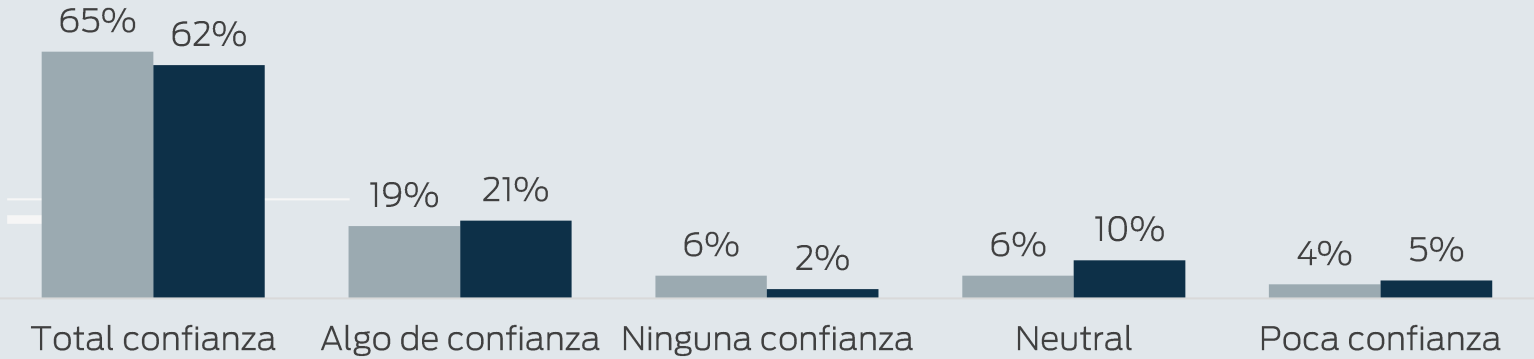


Al analizar el nivel de uso, se observa que solo el 30 % de las personas envejecientes utiliza canales digitales, en contraste con el 63 % de las personas no envejecientes (PNE).

Asimismo, el 44 % de las PE indicó que no requiere asistencia para realizar transacciones digitales, mientras que un 56 % sí ha necesitado apoyo (siempre, pocas o algunas veces), lo que evidencia una brecha en las competencias digitales dentro de este grupo poblacional. En lo que respecta a la página web el 60 % de los PE señalan que es fácil de usar a diferencia de las PNE (80 %).

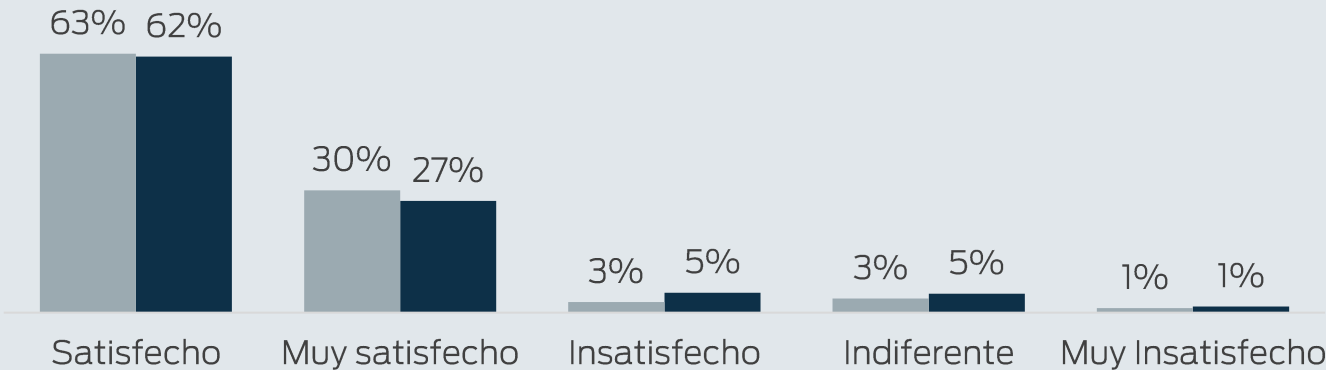
102. Nivel de confianza en su entidad principal por tipo de población

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



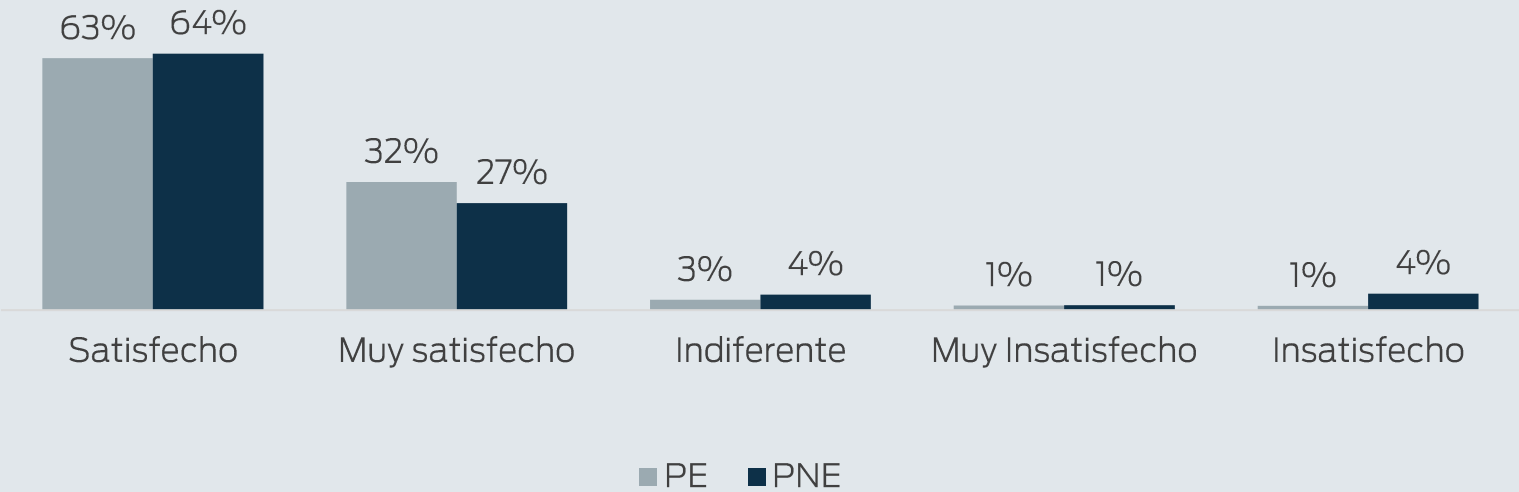
103. Nivel de satisfacción sobre los productos financieros que ofrece su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



104. Nivel de satisfacción sobre el trato recibido por parte de su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Uno de los principales enfoques de la SB es fortalecer la confianza de los usuarios en las entidades financieras. Seis de cada diez encuestados dijo tener una total confianza en su banco principal, con una diferencia notable entre las mujeres (72 %) y los hombres (59 %) dentro de las PE. Al comparar estos resultados con los de la PNE se observa que los niveles de confianza se mantienen en rangos muy similares, lo que sugiere una percepción favorable generalizada hacia las entidades financieras.

Tanto las personas envejecientes como las personas no envejecientes expresaron un alto nivel de satisfacción con el trato recibido y los productos ofrecidos por sus entidades financieras principales. En conjunto, más del 90 % de los encuestados se declaró satisfecho o muy satisfecho, lo que refleja una valoración positiva de la atención, la calidad del servicio y la oferta de productos disponibles en el sistema financiero.

Este resultado sugiere que las EIF han logrado mantener una percepción favorable de confianza y cercanía, especialmente en la atención personalizada. No obstante, persiste el desafío de mantener este nivel de satisfacción a medida que se amplía el uso de canales digitales, asegurando que la experiencia del usuario sea igualmente positiva tanto en los entornos presenciales como en los digitales.

CONCLUSIONES

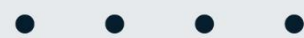
La experiencia financiera de la población envejeciente en la República Dominicana refleja avances importantes, en términos de atención, confianza y oferta básica de productos, pero persisten brechas importantes asociadas a la edad. Aun cuando la mayoría de las PE reporta una buena experiencia en las sucursales, la edad sigue incluyendo en las aprobaciones de créditos.

Así mismo, El uso de recursos digitales también se mantiene bajo, con solo un 30% de las personas envejecientes utilizando los canales digitales como la banca en línea o las aplicaciones móviles, principalmente entre quienes residen en zonas urbanas o poseen mayor nivel educativo. Esto refleja una brecha sobre la alfabetización digital marcada, tanto por ubicación geográfica como por formación. No obstante, entre quienes sí utilizan estos canales, la mayoría no requiere asistencia y valora positivamente su experiencia, calificando las plataformas como “fáciles de utilizar”, especialmente en Santiago, Santo Domingo y el Este.

Otro aspecto relevante es que los usuarios y usuarias valoran positivamente su experiencia de atención presencial en las sucursales y oficinas, destacando la confianza y cercanía que mantienen con sus entidades financieras principales.

En términos generales, el sistema bancario ha avanzado en la implementación de prácticas de atención preferencial hacia la población adulta mayor. Sin embargo, persisten áreas de oportunidad que incluyen: reducir la edad como barrera crediticia, fortalecer la comunicación y disponibilidad de productos especializados, y promover la adopción digital a través de estrategias de educación financiera, alfabetización digital y acompañamiento. Estas acciones son esenciales para garantizar una inclusión financiera plena, equitativa y sostenible para este segmento en crecimiento.

INMIGRANTES



INCLUSIÓN FINANCIERA

Personas Migrantes

En América Latina y el Caribe, la migración continúa configurando dinámicas sociales y económicas de gran impacto. De acuerdo con el informe “Inclusión financiera de las personas inmigrantes en la región de América Latina y el Caribe”¹⁷ de la Alianza para la Inclusión Financiera (pro sus siglas en inglés AFI) la región alberga más de 43 millones de personas migrantes, de las cuales cerca del 60 % se encuentra en edad productiva. Este grupo no solo representa un desafío de integración social, sino también una oportunidad para fortalecer la estabilidad y resiliencia económica de los países receptores a través de su inclusión en el sistema financiero formal.

En este informe se identifican tres barreras principales que limitan la inclusión financiera de los migrantes en América Latina: la falta de reconocimiento de documentos de identidad extranjeros, la ausencia de historial crediticio en los países de acogida y el acceso restringido a canales digitales y productos adaptados a sus necesidades.

Estas limitaciones reducen la capacidad de los migrantes para abrir cuentas, acceder a crédito o enviar y recibir remesas de forma segura y asequible. Sin embargo, en países como República Dominicana, Costa Rica y Paraguay ya han comenzado a implementar enfoques regulatorios inclusivos, como es la creación de la apertura de cuentas básicas y de otros productos de bajo riesgo.

La Superintendencia de Bancos ha dado pasos importantes en esta dirección mediante la emisión de circulares que permiten el uso de documentos de identidad y pasaportes vencidos para los ciudadanos venezolanos mediante la Circular SB No. 012/21 y la Circular 013/22 y el fortalecimiento de las debidas diligencias proporcionales, Circular SB No. 005/22. Estas medidas buscan garantizar un trato equitativo y promover la participación económica de personas migrantes dentro del sistema financiero formal, en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 8 (trabajo decente y crecimiento económico) y 10 (reducción de desigualdades), así como con la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2022–2030.

No obstante, persiste el desafío de profundizar los esfuerzos de medición y segmentación de datos, a fin de evaluar con mayor precisión el nivel real de acceso financiero de esta población y diseñar productos y servicios específicos que faciliten su inclusión efectiva.

¹⁷ [Financial Inclusion of Migrants in the Latin America and the Caribbean Region](#)

DATOS DE LA OFERTA

En cuanto a la información disponible sobre la población migrante, es importante destacar que, por razones de confidencialidad y protección de datos personales, las entidades de intermediación financiera (EIF) no reportan los números de identificación de sus usuarios y usuarias. Sin embargo, desde la SB se están desarrollando mecanismos que permitan incorporar, en el futuro, la cantidad de usuarios por entidad según su país de origen, preservando siempre los estándares de seguridad y anonimización necesarios.

Bajo el esquema actual, esta limitación impide determinar con precisión el tipo de documento utilizado para acceder a productos financieros, ya sea pasaporte, cédula o permiso de residencia dominicano, lo que restringe la posibilidad de realizar análisis más granular sobre los niveles de inclusión financiera de la población migrante.

¹⁸ [Informe de Remesas del Banco Central de la República Dominicana](#)

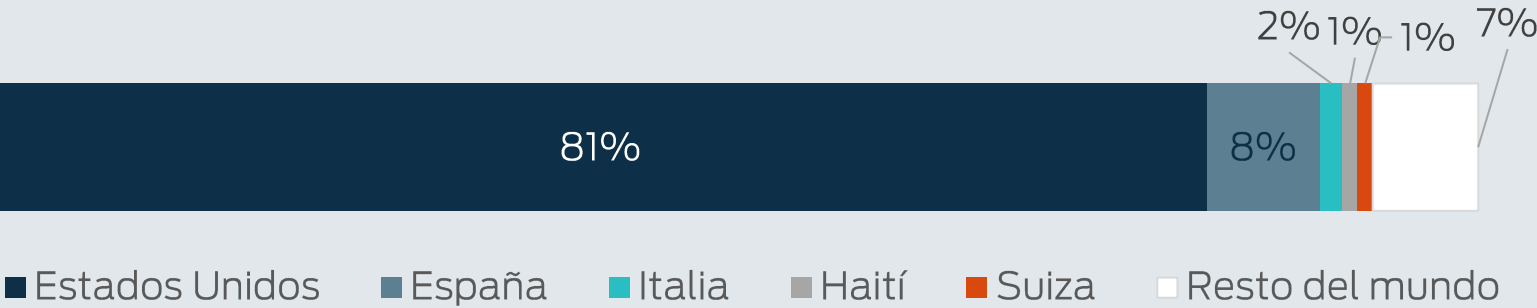
A pesar de estas limitaciones, se continúa avanzando en el diseño de mecanismos que permitan conciliar la protección de la privacidad de los clientes con la generación de información confiable y segmentada. Estos esfuerzos buscan mejorar la comprensión de las dinámicas financieras de la población migrante y, a su vez, proveer insumos más robustos para el diseño de políticas y programas que fortalezcan su inclusión financiera.

A continuación, se presentan los hallazgos de los datos suministrados por las distintas entidades que canalizan remesas a través del Banco Central de la República Dominicana¹⁸.

Las remesas familiares recibidos en el país registraron un incremento del 11 % al corte de septiembre de 2025, en comparación con el mismo período del año anterior. La mayor proporción proviene de los Estados Unidos, con una concentración del 47.2 % en el Distrito Nacional, lo que refleja la alta presencia de la diáspora dominicana en ese país y su continuo impacto en la economía nacional.

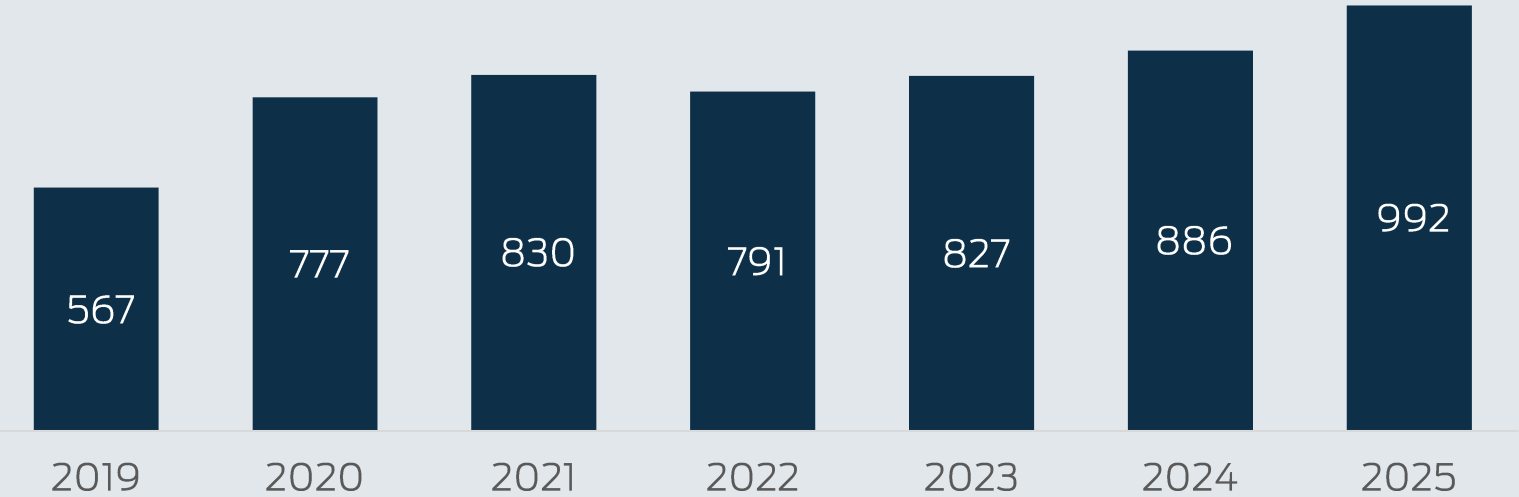
105. Remesas formales recibidas según el país de origen

FUENTE: BANCO CENTRAL RD | VALORES EN PORCENTAJES (%)



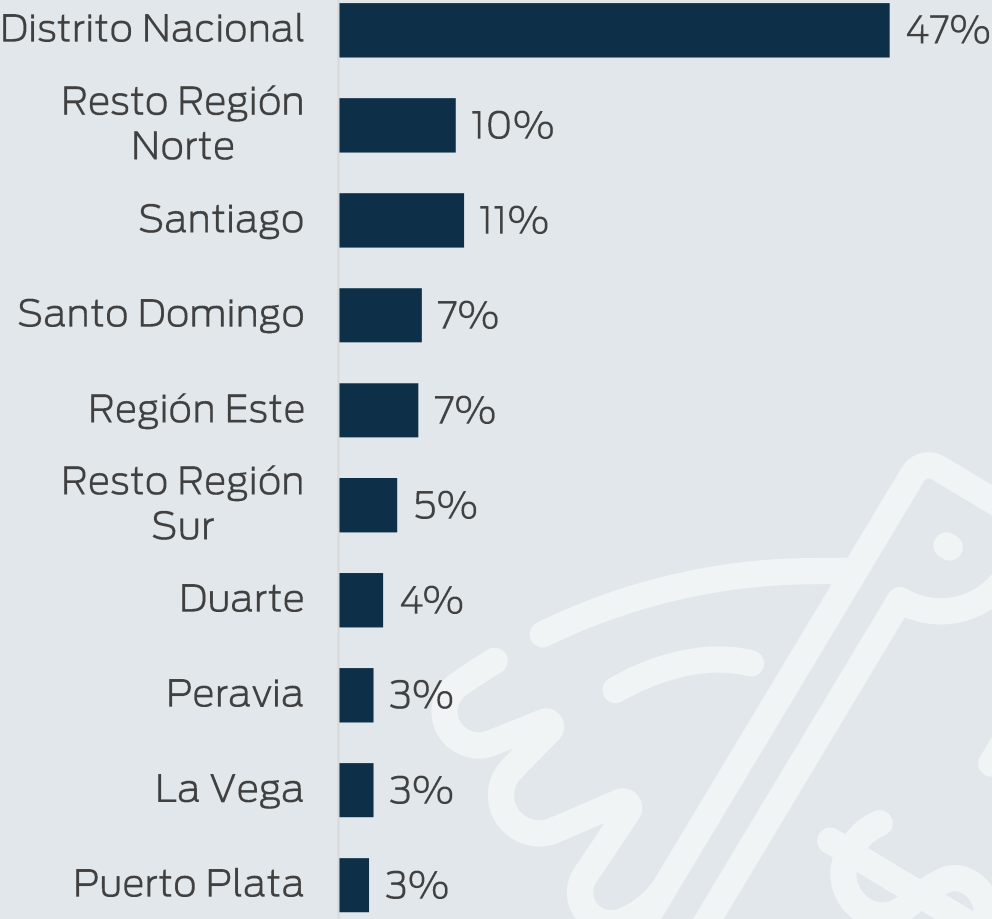
106. Remesas familiares recibidas

FUENTE: BANCO CENTRAL RD | VALORES EN MILLONES US\$



107. Distribución de las remesas recibidas por región o provincia

FUENTE: BANCO CENTRAL RD | VALORES EN PORCENTAJES (%)



DATOS DE LA DEMANDA

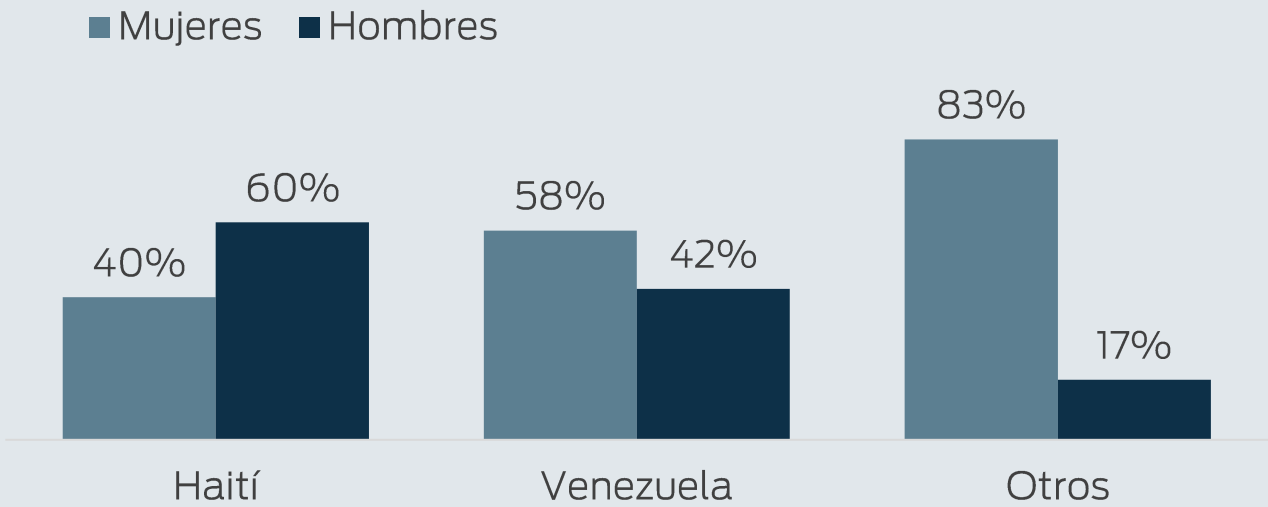
Este grupo, que representa una parte significativa de la fuerza laboral y del tejido económico del país, continúa enfrentando barreras relacionadas con la documentación, la confianza en las instituciones y el conocimiento de las herramientas financieras formales. Analizar sus hábitos, percepciones y nivel de inclusión resulta esencial para diseñar políticas que respondan de manera efectiva a sus necesidades, promoviendo su integración económica y social dentro del sistema financiero dominicano.

Los usuarios y usuarias migrantes encuestados representan el 7 % del total de la muestra encuestada, de los cuales el 24 % no posee cédula de identidad dominicana. La muestra está compuesta por 51 % de hombres y 49 % de mujeres.

En cuanto a la distribución por nacionalidad, predominan personas venezolanas y haitianas. El 90 % de los migrantes encuestados reside en zonas urbanas, principalmente en el Gran Santo Domingo (38 %) y en la región Norte (21 %). Asimismo, el 95 % reporta ingresos mensuales inferiores a 50,000 pesos, lo que refleja una alta concentración en niveles de ingresos bajos.

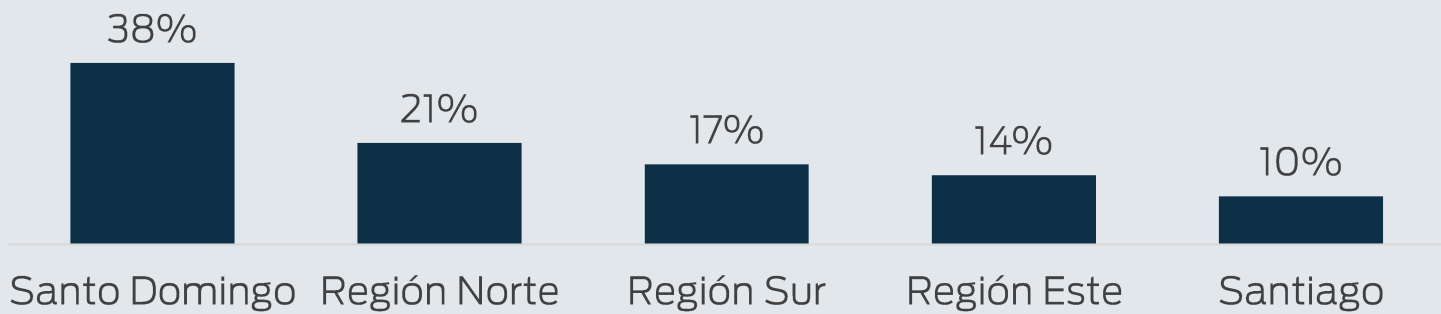
108. Distribución por género y nacionalidad

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



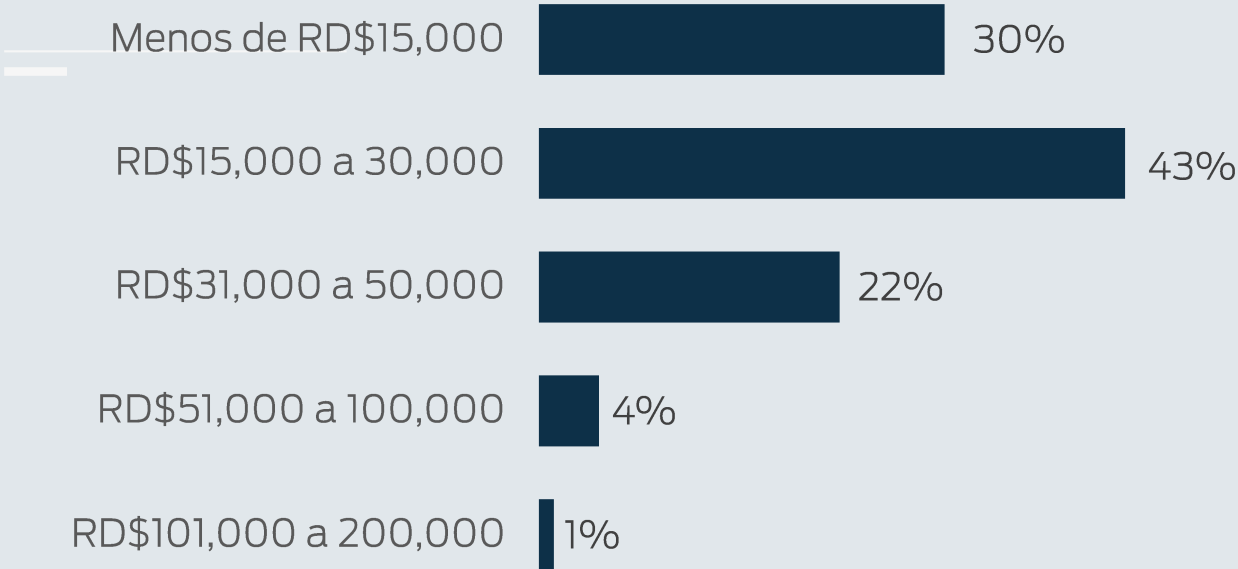
109. Distribución por región

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



110. Distribución por nivel de ingreso

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

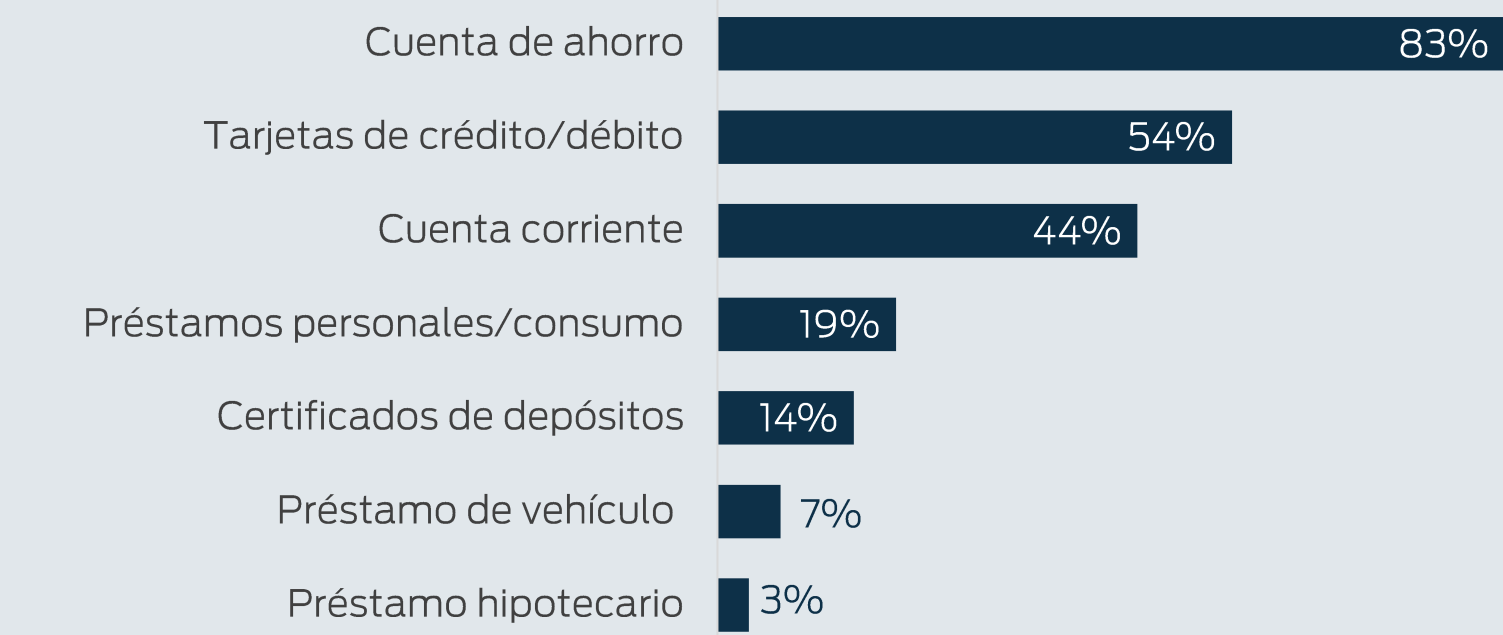


En cuanto a las remesas provenientes de sus países de origen, el 51 % de las personas migrantes (PM) reportó recibir apoyo económico, superando en 16 puntos porcentuales a las personas no migrantes (PNM), de las cuales solo el 35 % indicó recibir remesas del exterior. Este flujo de recursos constituye una fuente clave de ingresos y estabilidad financiera para un gran número de hogares migrantes.

El producto financiero con mayor uso entre los migrantes son las cuentas de ahorro, utilizadas por el 83 % de las PM encuestadas, seguido por las tarjetas de crédito o débito (54 %). Las cuentas corrientes también muestran una presencia importante, alcanzando un 44 % de los encuestados.

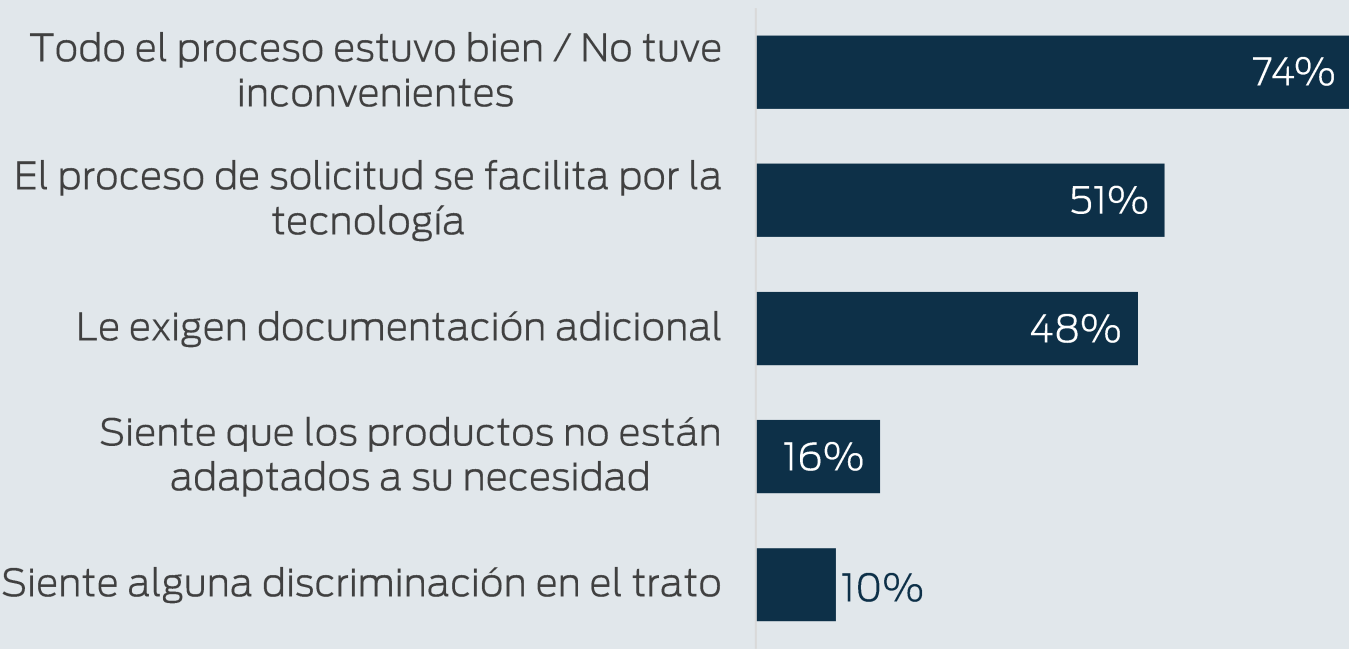
111. Productos financieros utilizados por la PM

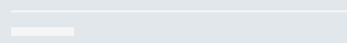
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



112. Experiencias al solicitar productos a las EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)





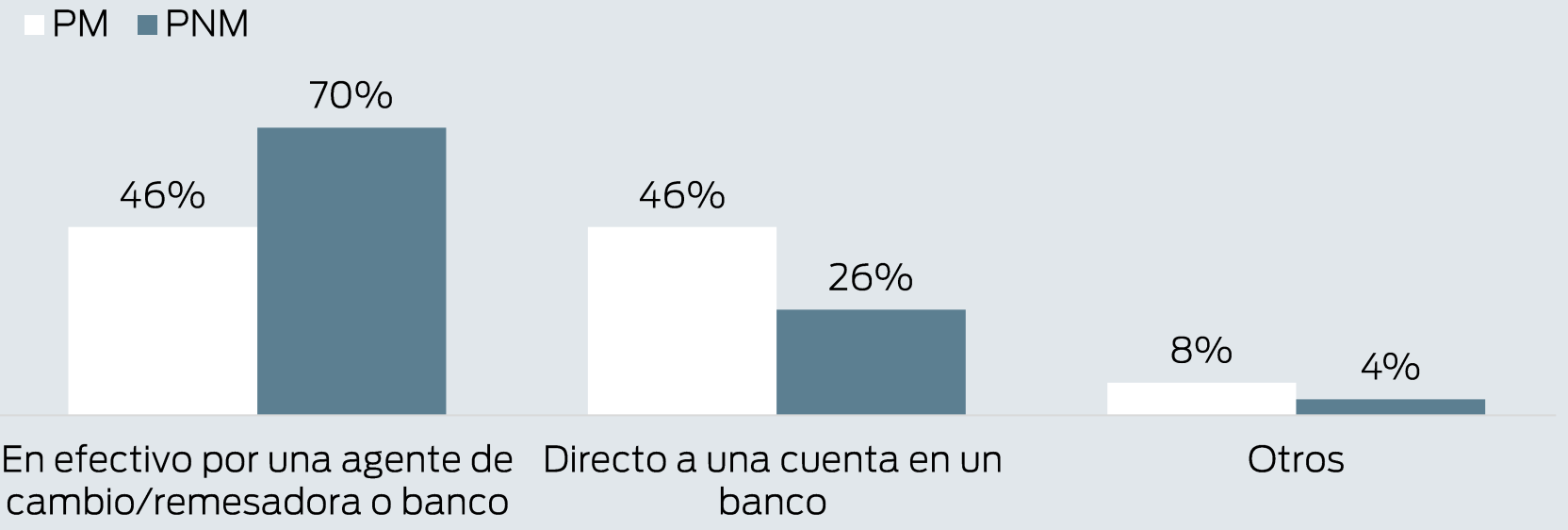
En relación con los canales de recepción de remesas, los resultados indican que el 70 % de las personas no migrantes (PNM) recibe los fondos en efectivo a través de agentes de cambio, remesadoras o bancos, mientras que esta proporción se reduce al 46 % entre las personas migrantes (PM), lo que refleja una mayor diversificación de los mecanismos utilizados en este grupo. Por otro lado, el 46 % de las PM recibe las remesas directamente en cuentas bancarias, frente al 26 % de las PNM, evidenciando una mayor bancarización y confianza en los canales formales dentro de la población migrante.

No obstante, persisten diferencias que sugieren la necesidad de fortalecer la educación financiera y la oferta de productos adaptados a las personas migrantes, promoviendo el uso de canales digitales y seguros para la recepción de remesas y fomentando su integración plena en el sistema financiero formal.

En cuanto al envío de remesas, el 49% de las PM afirmó remitir dinero a sus países de origen, mientras que entre las personas no migrantes este porcentaje se reduce significativamente a solo un 8%. Este comportamiento refleja el vínculo económico y social que mantienen los migrantes con sus familias y comunidades de origen, convirtiendo las remesas en un mecanismo clave de apoyo y solidaridad transnacional.

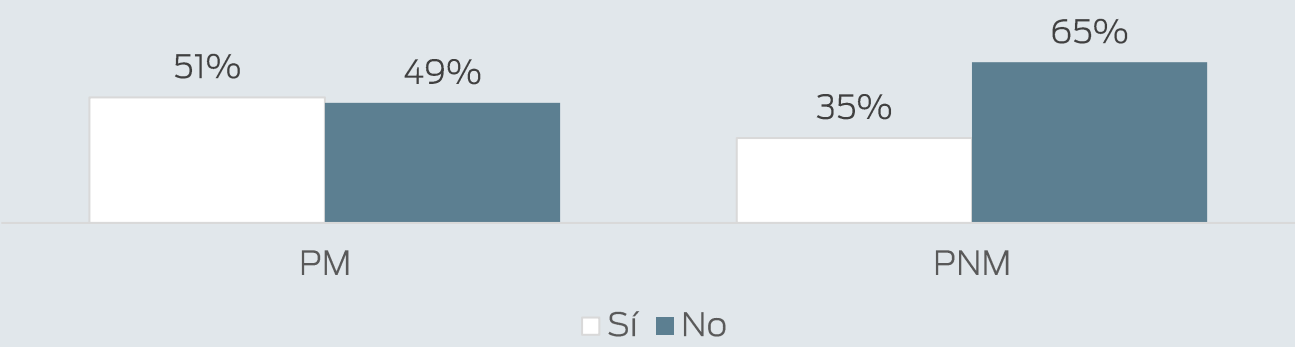
113. Formas de recepción de las remesas

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



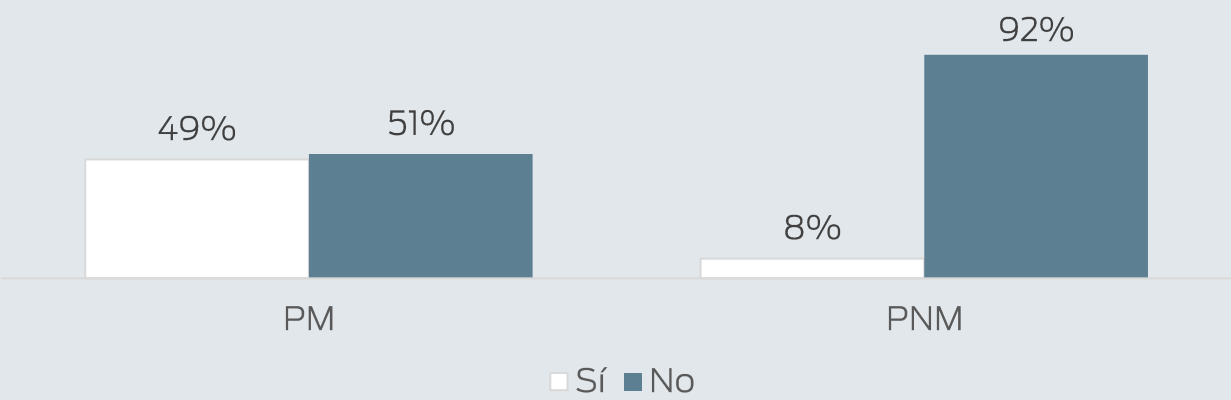
114. Recepción de remesas del exterior

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



115. Envío de remesas

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

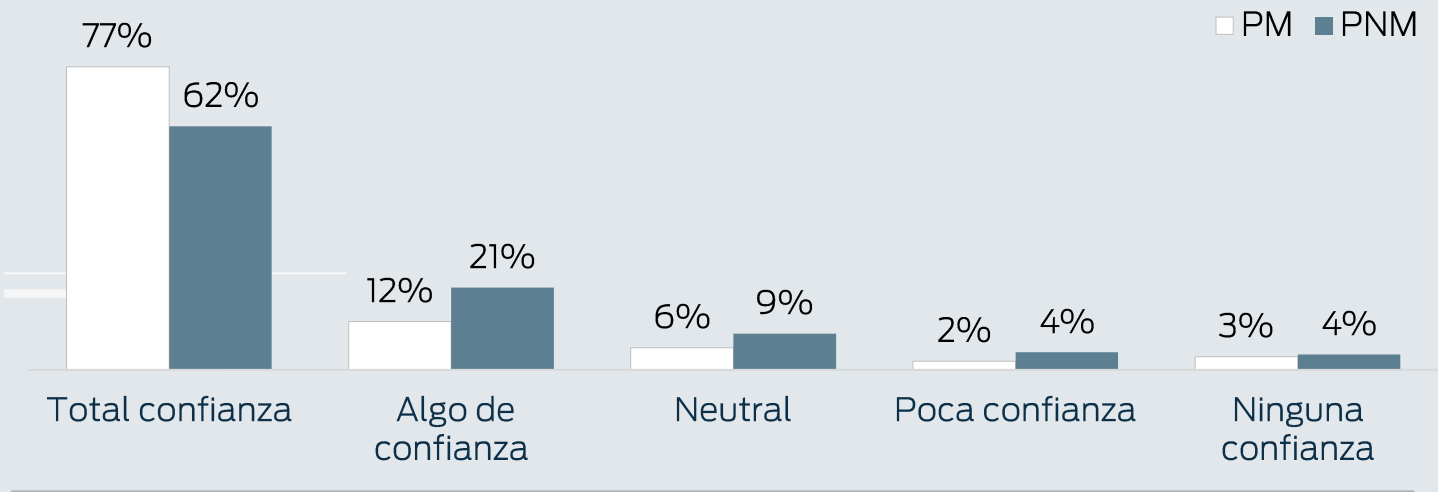


Además de su función como fuente de ingreso para los hogares receptores, las remesas representan un flujo financiero importante para las economías locales, con potencial para promover la inclusión financiera si se canalizan a través de productos formales como cuentas de ahorro o transferencias digitales. Este hallazgo subraya la necesidad de fortalecer las alianzas entre entidades financieras y redes de remesas, facilitando mecanismos más seguros, accesibles y asequibles que promuevan tanto la estabilidad económica de los migrantes como el desarrollo de sus comunidades de origen.

En cuanto a los productos financieros y la experiencia de las personas migrantes con el sistema financiero, el 74% de los encuestados manifestó que no enfrentó inconvenientes al momento de solicitar un producto o servicio financiero. Este resultado refleja una interacción cada vez más positiva entre la población migrante y las entidades financieras, posiblemente asociada al hecho de que el 76% posee doble nacionalidad, incluyendo la dominicana, lo cual facilita el cumplimiento de los requisitos formales.

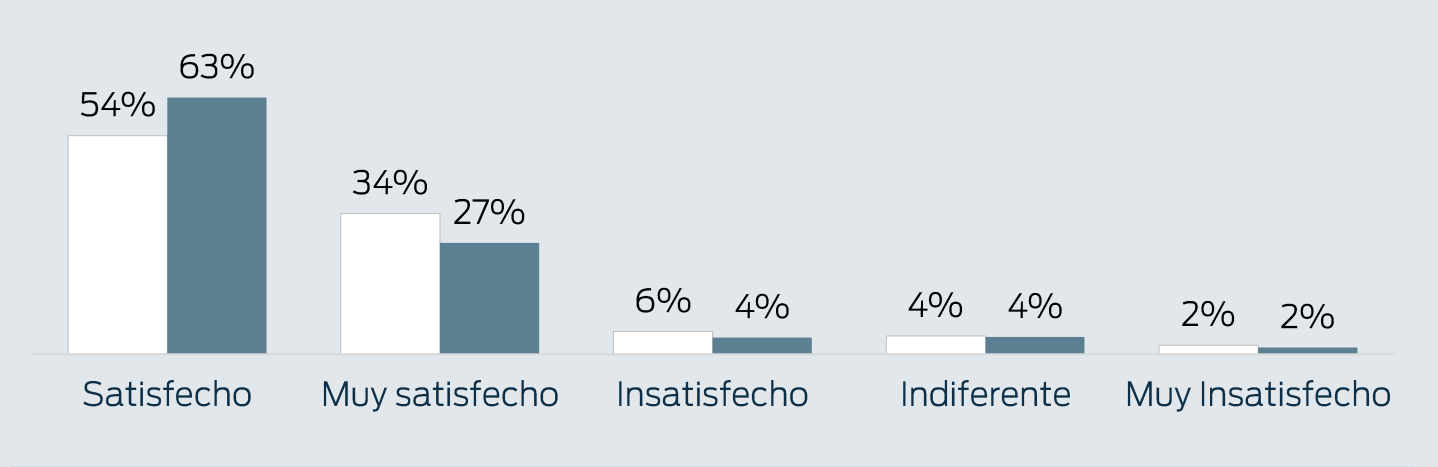
116. Nivel de confianza en su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



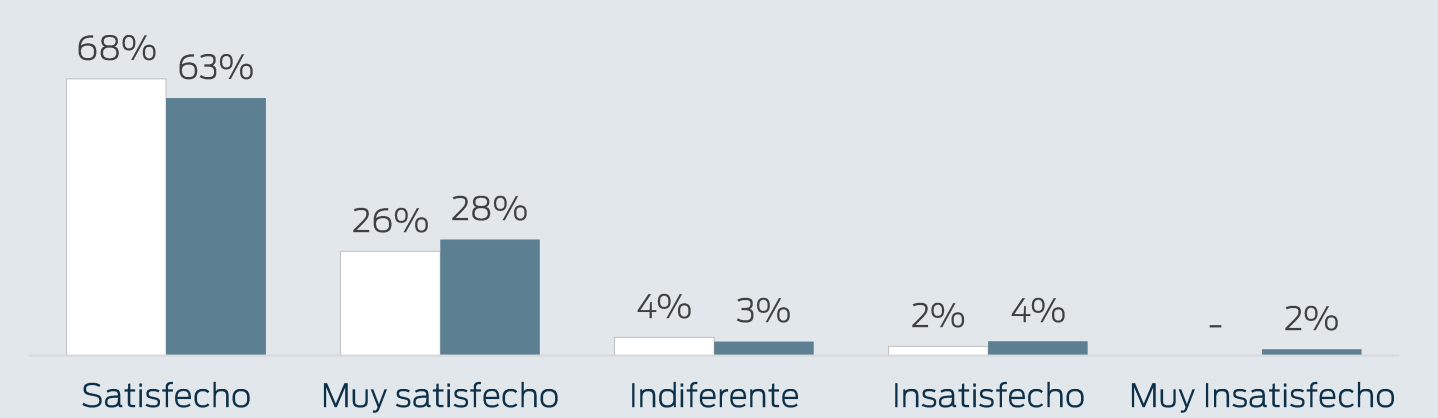
117. Nivel de satisfacción general con los productos financieros que ofrece su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



118. Nivel de satisfacción general con el trato brindado por su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Referente al nivel de satisfacción general con los productos financieros ofrecidos por sus entidades, más del 80 % de las personas migrantes manifestó estar satisfecho o muy satisfecho. Aunque la confianza en las instituciones financieras se mantiene alta para ambos grupos, aún existen oportunidades para mejorar la percepción sobre la adecuación y accesibilidad de los productos ofrecidos a la población migrante.

Por otro lado, al analizar la satisfacción con el trato recibido, la brecha entre ambos grupos se reduce a 3 puntos porcentuales (entre satisfecho y muy satisfecho). Esto evidencia que, en términos generales, las experiencias de atención personal son positivas, aunque podrían fortalecerse mediante estrategias de comunicación y servicio más ajustadas a las particularidades de este segmento.

CONCLUSIONES

En el país se han implementado avances normativos significativos para ampliar el acceso financiero de las personas migrantes, incluyéndolas en regulaciones, instructivos y disposiciones especiales que permiten, por ejemplo, la aceptación temporal de documentación vencida. La Superintendencia de Bancos continúa promoviendo soluciones que fortalezcan la inclusión de este segmento, bajo un enfoque de equilibrio entre flexibilidad regulatoria, gestión de riesgos y estabilidad del sistema financiero.

En términos de comportamiento financiero, los resultados de la encuesta evidencian que casi la mitad de las personas migrantes reciben remesas del exterior, con una mayor concentración en las regiones Norte y Sur, así como en las zonas rurales. Los canales de recepción más utilizados son las cuentas bancarias y el pago en efectivo a través de remesadoras, lo que refleja una coexistencia entre la bancarización formal y el uso de mecanismos tradicionales.

Por su parte, el envío de remesas hacia el extranjero mantiene diferencias por género, aunque la muestra no permite establecer una brecha estadísticamente significativa, lo que sugiere la necesidad de seguir monitoreando este indicador. A pesar de los avances, persisten desafíos relacionados con la documentación, la educación financiera y la confianza en los canales digitales. Fortalecer los procesos de identificación, alfabetización digital y acceso a servicios financieros formales podría contribuir a una inclusión más efectiva y sostenible de este grupo poblacional.

Finalmente, el alto nivel de confianza y satisfacción reportado en el trato recibido y en los productos ofrecidos por las entidades financieras constituye un indicio positivo del progreso hacia una banca más inclusiva y adaptada a las necesidades de la población migrante, consolidando su rol como un actor clave en el desarrollo económico y social.

SOSTENIBILIDAD



.....



.....



.....



.....



.....



.....

INCLUSIÓN FINANCIERA Sostenible

La República Dominicana avanza en la consolidación de un sistema financiero más sostenible y alineado con los compromisos internacionales sobre cambio climático y finanzas verdes. En 2024, la Superintendencia de Bancos a través de la Dirección de Monitoreo de Riesgos, realizó la publicación del Informe de Encuesta sobre Taxonomía Verde y Gestión de Riesgos Ambientales y Sociales¹⁹, en la que participaron 43 entidades de intermediación financiera (EIF), equivalentes al 95.6 % del total supervisado.

El estudio evidenció que el 44 % de las entidades ya ha designado estructuras o responsables para la gestión de riesgos ambientales y sociales (ASG), mientras que el 32 % integra criterios ASG en sus estrategias y planificación financiera.

Además, el 26 % cuenta con un Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS) y un 63 % reconoce que los riesgos climáticos físicos y de transición afectarán sus carteras en el futuro.

Durante 2024, la SB también concluyó su proyecto piloto de implementación de la taxonomía verde, desarrollado con el apoyo de la Corporación Financiera Internacional (IFC) y el Banco Mundial. En esta etapa participaron seis entidades financieras, clasificándose 7,545 operaciones de crédito conforme a los criterios de sostenibilidad definidos en la taxonomía nacional, lo que convierte este ejercicio en el más amplio de América Latina y el segundo en toda la región²⁰.



El piloto permitió identificar buenas prácticas, tales como la implementación de comités internos para la gobernanza ambiental, el desarrollo de productos financieros verdes y la integración de sistemas de gestión de riesgos ambientales.

¹⁹ [Informe de encuesta Taxonomía Verde y Gestión de Riesgos Ambientales y Sociales. 2024.](#)

²⁰ [SB concluye proyecto piloto para implementar la taxonomía verde. 2025](#)

El piloto permitió identificar buenas prácticas, tales como la implementación de comités internos para la gobernanza ambiental, el desarrollo de productos financieros verdes y la integración de sistemas de gestión de riesgos ambientales. Por otro lado, como oportunidades de mejora se destacan la necesidad de fortalecer las capacidades técnicas específicas, optimizar los sistemas de información y desarrollar una oferta de productos financieros alineada con los objetivos de la Taxonomía Verde, factores que actualmente limitan una evaluación integral de las operaciones crediticias.

La Superintendencia de Bancos continúa ampliando su marco de supervisión basado en riesgos, incorporando la variable climática y ambiental dentro de la gestión prudencial.

Estos esfuerzos se alinean con la Estrategia Nacional de Cambio Climático (ENCC 2050) y con la Taxonomía Verde de la República Dominicana, liderada por la Superintendencia del Mercado de Valores (SIMV) y el Ministerio de Medio Ambiente, la cual busca canalizar financiamiento hacia actividades bajas en carbono y resilientes al clima. De este modo, el sistema financiero dominicano se consolida como un actor clave en la transición hacia una economía sostenible, mediante la movilización de crédito verde, la reducción de la huella ambiental en las operaciones bancarias y la promoción de la educación financiera climática entre sus usuarios y usuarias.

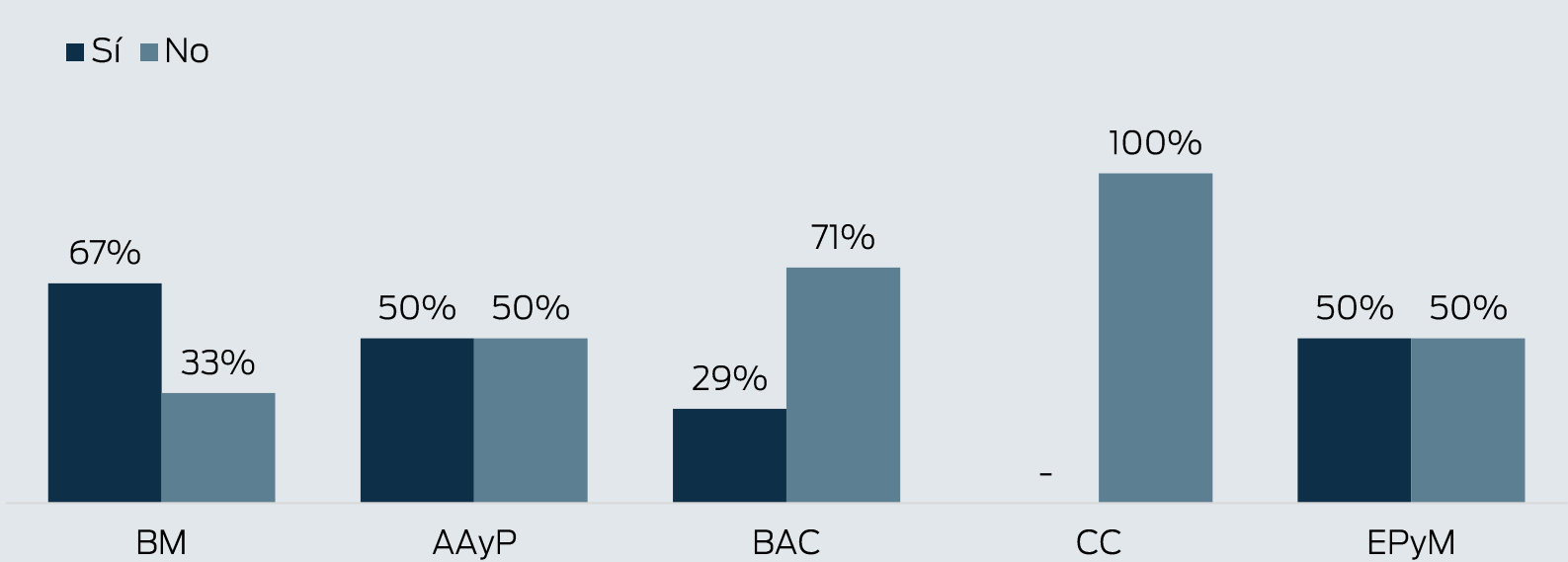
DATOS DE LA OFERTA

El 45 % de las EIF cuenta con políticas vinculadas a temas de sostenibilidad, predominando entre los BM y las AAyP. Dentro de estas políticas, el 34 % está orientado a la responsabilidad social y al vínculo con la comunidad, siendo los BM los que lideran este enfoque con un 53 % de participación.

Otras áreas de acción se relacionan con la oferta de productos y servicios sostenibles, así como con la infraestructura y los procesos internos, ambos con una presencia del 25 %. Estos resultados evidencian que, aunque el tema de sostenibilidad ha ganado relevancia en el sector financiero, aún existe espacio para fortalecer estrategias integrales que aborden de forma equilibrada los tres pilares de la sostenibilidad: social, ambiental y económica.

119. Cantidad de entidades con políticas de sostenibilidad, por tipo de EIF

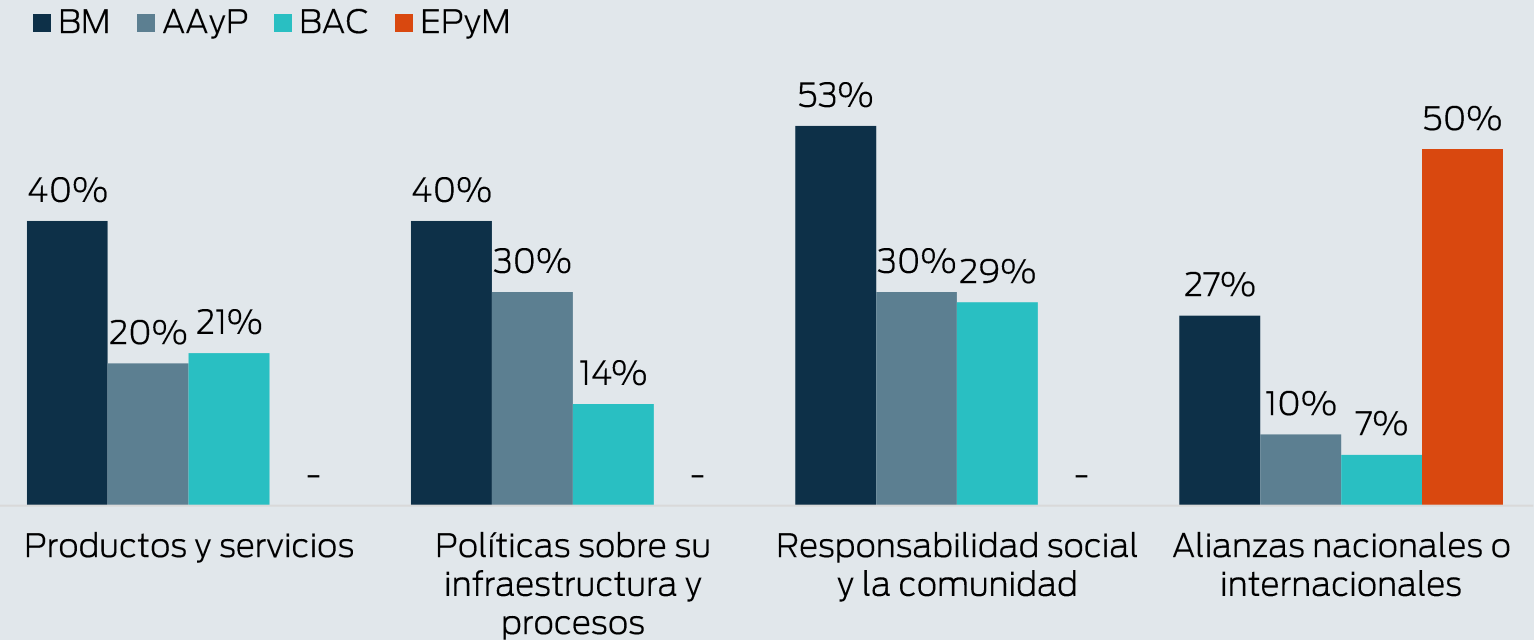
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



En cuanto a las soluciones disponibles para los usuarios y usuarias, el 73 % de las EIF ofrece el envío de estados de cuenta digitales, siendo esta la práctica más extendida entre los distintos subsectores. Le siguen las campañas de concientización sobre la sostenibilidad y uso responsable de los recursos, implementadas por el 32 % de las entidades, y los contratos digitales y la firma electrónica, presentes en un 30 % respectivamente.

120. Temas a los que están relacionadas las políticas de sostenibilidad, por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Estos resultados reflejan un avance hacia la digitalización de los procesos y la reducción de papel, contribuyendo a una mayor eficiencia operativa de las entidades.

Una de las iniciativas con mayor impacto en sostenibilidad surge cuando las propias entidades financieras asumen un rol activo en el cambio, no solo a través de la oferta de productos y servicios financieros sostenibles, sino también mediante acciones concretas dentro de su gestión interna.

El compromiso institucional se hace más tangible cuando las entidades invierten en su infraestructura, operaciones y prácticas corporativas para reducir su huella ambiental, promover la eficiencia energética, optimizar el consumo de recursos y fomentar una cultura organizacional orientada al desarrollo sostenible.

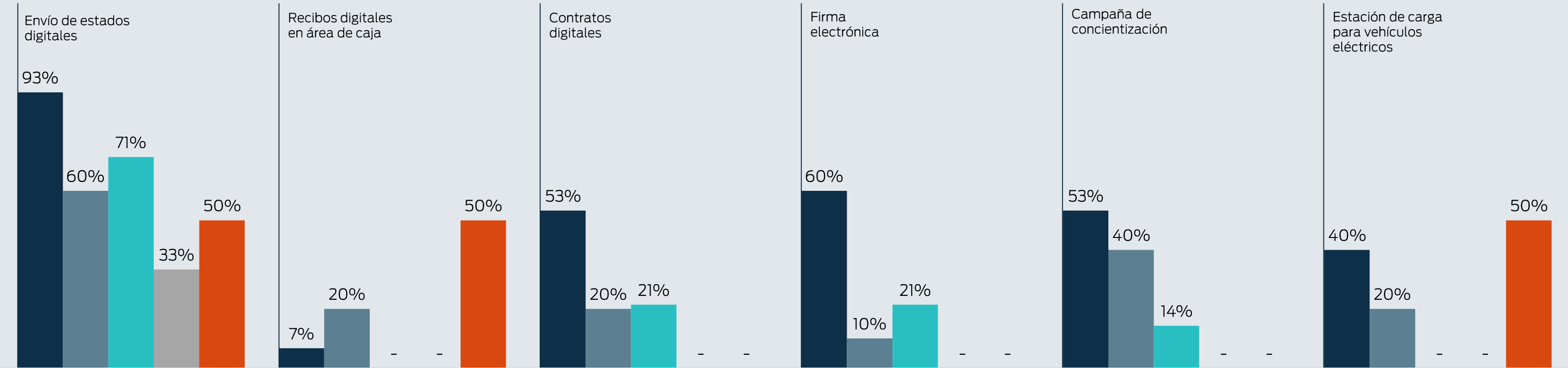
De esta forma, la sostenibilidad deja de ser únicamente una estrategia de negocio o una herramienta reputacional y se convierte en un principio transversal que fortalece la resiliencia, la innovación y la confianza del sector financiero en su conjunto.

La eficiencia energética se posiciona como una de las iniciativas más relevantes implementadas por las entidades, con una adopción general del 66 %, destacando su presencia en el 80 % de las AApP, el 73 % de los BM y el 64 % de los BAC.

121. Soluciones sostenibles ofrecidas por las entidades, por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

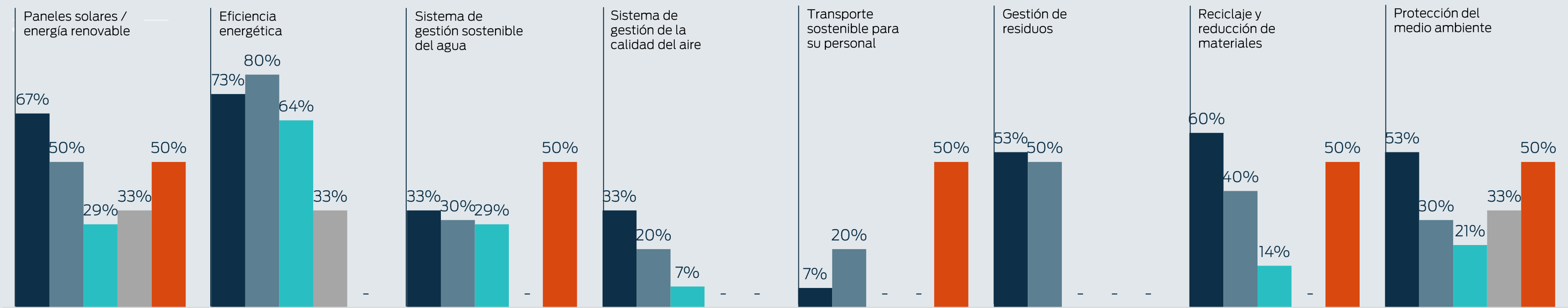
■ BM ■ AApP ■ BAC ■ CC ■ EPyM



122. Iniciativas sostenibles en la infraestructura, por tipo de EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)

■ BM ■ AAYP ■ BAC ■ CC ■ EPyM



Entre las acciones vinculadas al uso de energías limpias, el 48 % de las entidades ha incorporado paneles solares o sistemas de energía renovable, con una mayor implementación en los BM (67 %) y las AAYP (50 %).

Otras prácticas sostenibles incluyen programas de reciclaje y reducción de materiales (36 %), gestión eficiente del agua (30 %) y manejo responsable de residuos (30 %).

Desde la SB también asumimos un compromiso con el medio ambiente, a través del proyecto SB Green ²¹ nos hemos esforzado en cumplir con una amplia gama de iniciativas clave de gestión ambiental y que buscan proteger el planeta. Estas iniciativas nos han valido la certificación de sostenibilidad 3rs en grado oro, entre estas iniciativas podemos destacar:

- Políticas de gestión integrada de seguridad, salud y medioambiente
- Gestión de residuos
- Comité de seguridad, salud y gestión ambiental.

²¹ Portal Web de la Superintendencia de Bancos de la Rep. Dom. Sección de Sostenibilidad.

Informe SB Green

Resultados acumulado al corte: 31-oct-25



INFORME SB GREEN | HACIA UN FUTURO MÁS SOSTENIBLE



① Consumo de papel
Comparativa del consumo promedio acumulado 2024 con el consumo a la fecha de corte.

2,4 mil

① KG de papel y cartón reciclado por colaboradores de la SB desde mayo 2022.



① KG de Co2 compensado por árboles salvados y plantados.



① Consumo energía
Comparativa del consumo acumulado del año actual con el promedio de la línea base de julio 2022 a junio 2023, frente al resultado acumulado al corte.

917
① KG de plástico reciclado
Comparativa del periodo con el consumo promedio del año.



① Consumo botellas plásticas
Comparativa del consumo acumulado del periodo con el consumo promedio del año 2024 y el mes del corte.

8
① M³ de residuos RAEE reciclados en la Institución desde mayo 2023.

103
① Árboles salvados por cada 58.8 kg de papel que dejamos de imprimir salvamos un árbol.

550
① Cantidad de árboles plantados por voluntarios de la SB desde noviembre 2024.

402
① Voluntarios/as SB Participaron en actividades ambientales.

1.379
① KG de basura recogida en 5 jornadas de limpieza de playas realizadas.

Otro de los aspectos analizados en la encuesta a las entidades se refiere a la existencia de estructuras dedicadas a los temas de sostenibilidad. Los resultados muestran que el 23 % de las entidades cuenta con un departamento o unidad, mientras que el 27 % dispone de un personal enfocado a atender estos temas.

El 39% de las EIF ofrecen productos y servicios financieros vinculados a la sostenibilidad, siendo los préstamos verdes los más destacados, presentes en el 39 % de las entidades. Este tipo de financiamiento está disponible en el 100 % de las EPyM y en el 60 % de los BM.

Estos préstamos están orientados principalmente a proyectos de instalación de paneles solares, mejoras estructurales para edificaciones sostenibles, y otras iniciativas que promueven la eficiencia energética y la protección ambiental, evidenciando el creciente compromiso del sector financiero con la transición hacia modelos más sostenibles y responsables.

“El 50% de las entidades indican tener un departamento o personal dedicados a temas de sostenibilidad”

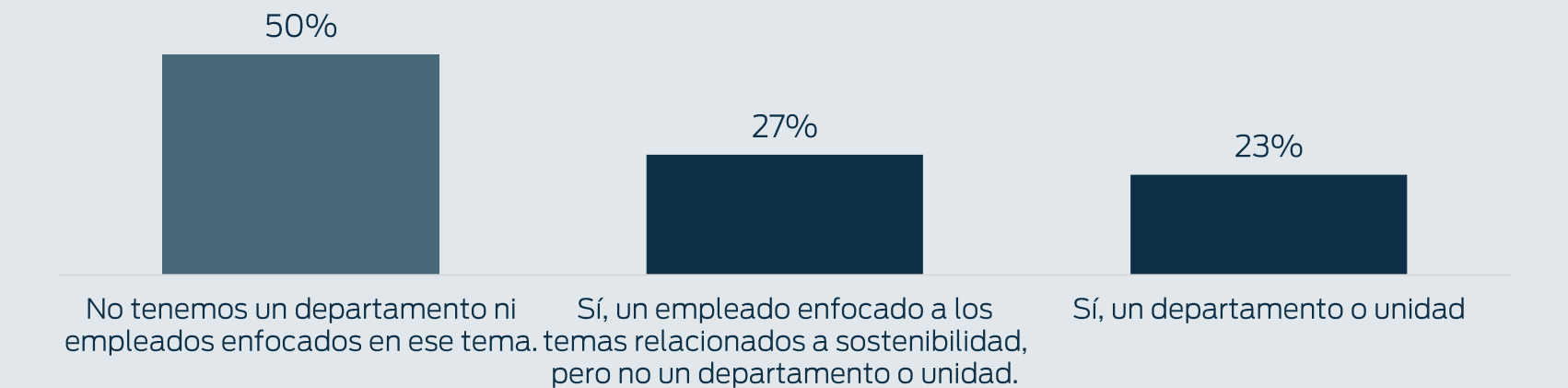
123. Productos sostenibles disponibles en las EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



124. Departamento o personal dedicado a temas de sostenibilidad en las EIF

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LAS EIF | VALORES EN PORCENTAJES (%)



En cuanto a la cartera de créditos con garantía vinculada a eficiencia energética en el sector financiero, se observa un crecimiento sostenido en los últimos tres años. Durante el periodo enero – septiembre 2022, el saldo ascendía a RD\$14,236 millones, mientras que para el mismo periodo de 2025 alcanzó RD52,591 millones, lo que representa un incremento absoluto de RD\$38,355 millones.

Este comportamiento refleja una mayor utilización de productos financieros orientados a la sostenibilidad, los cuales contribuyen de manera positiva a la mitigación del cambio climático.

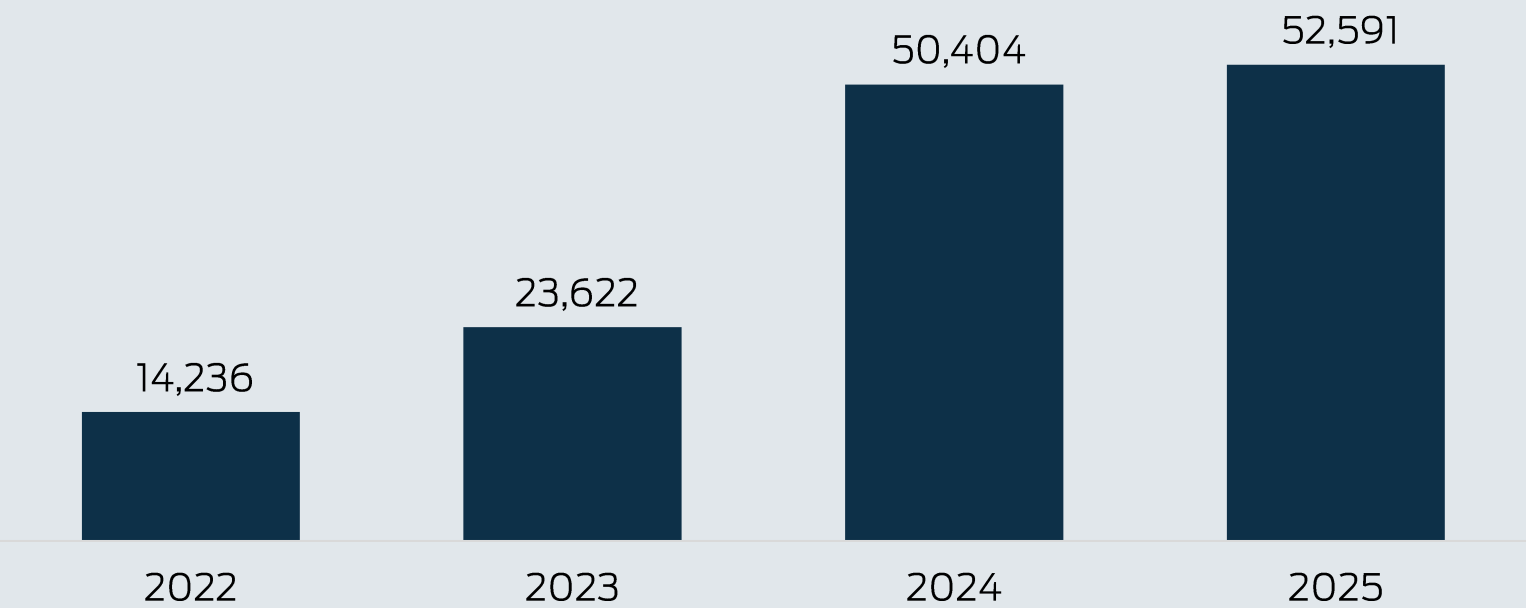
Asimismo, la cantidad de créditos con garantía vinculada a eficiencia energética mostró un incremento durante el período analizado. En 2022 se aprobaron 598 créditos, cifra que aumentó a 1,011 en 2025, lo que representa 413 créditos adicionales, equivalente a un crecimiento del 69 %.

Para 2025, las garantías asociadas a estos créditos muestran una clara concentración en tecnologías solares. El 76 % correspondió a paneles fotovoltaicos, consolidándose como el principal activo respaldado por este tipo de financiamiento.

El 24 % restante se distribuyó entre otros equipos y tecnologías vinculadas a generación y almacenamiento de energía, destacándose las plantas de generación eléctrica (15 %) y los equipos de conversión para sistemas solares (6 %), junto con una variedad de soluciones de menor participación como equipos eólicos, sistemas de concentración solar, almacenamiento energético, biomasa y tecnologías asociadas.

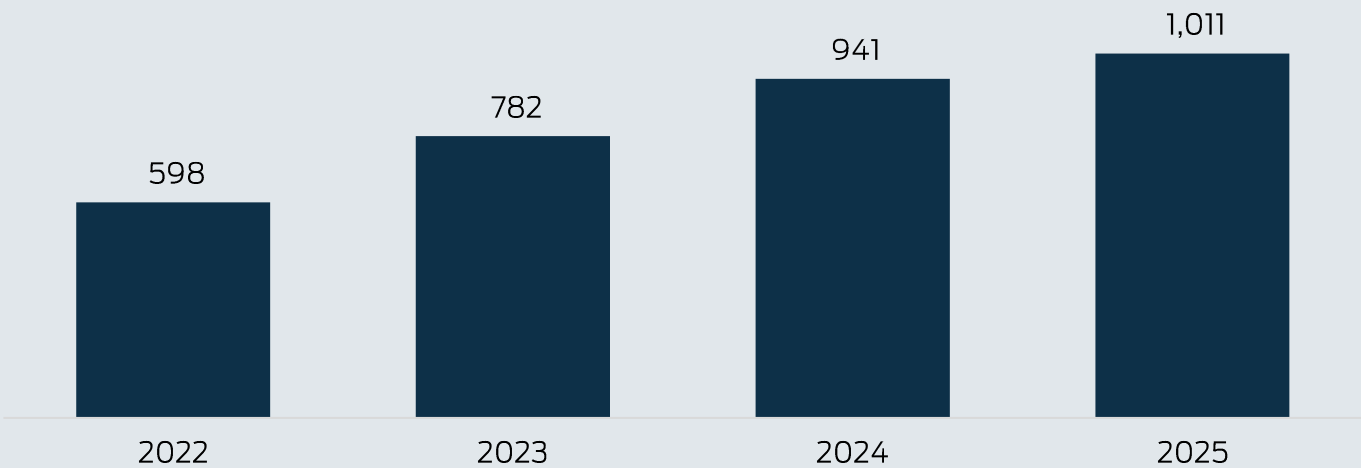
125. Créditos aprobados con garantía vinculada a eficiencia energética en el sector financiero
sep. 2022 – sep. 2025

FUENTE: REPORTE REGULATORIO | VALORES EN MILLONES DOP



126. Cantidad de créditos aprobados con garantía vinculada a eficiencia energética en el sector financiero
sep. 2022 - sep. 2025

FUENTE: REPORTE REGULATORIO | VALORES EN UNIDADES



DATOS DE LA DEMANDA

Desde la perspectiva de la demanda, los resultados de la encuesta permiten analizar el nivel de conocimiento de los usuarios y usuarias sobre la oferta de productos financieros sostenibles, así como la percepción que tienen respecto al compromiso de sus entidades. Este enfoque ofrece una visión integral sobre cómo las personas identifican, valoran y se relacionan con las iniciativas sostenibles impulsadas por el sistema financiero, poniendo en evidencia avances en sensibilización, pero también brechas importantes en materia de información y acceso.

En este sentido, solo el 30 % de los usuarios y usuarias manifestó conocer si su entidad principal ofrece productos financieros sostenibles, mientras que un 43 % indicó no tener certeza al respecto. Este hallazgo revela una oportunidad para las EIF de fortalecer la divulgación y promoción de su oferta sostenible, incentivando así su uso y posicionamiento entre los usuarios y usuarias.

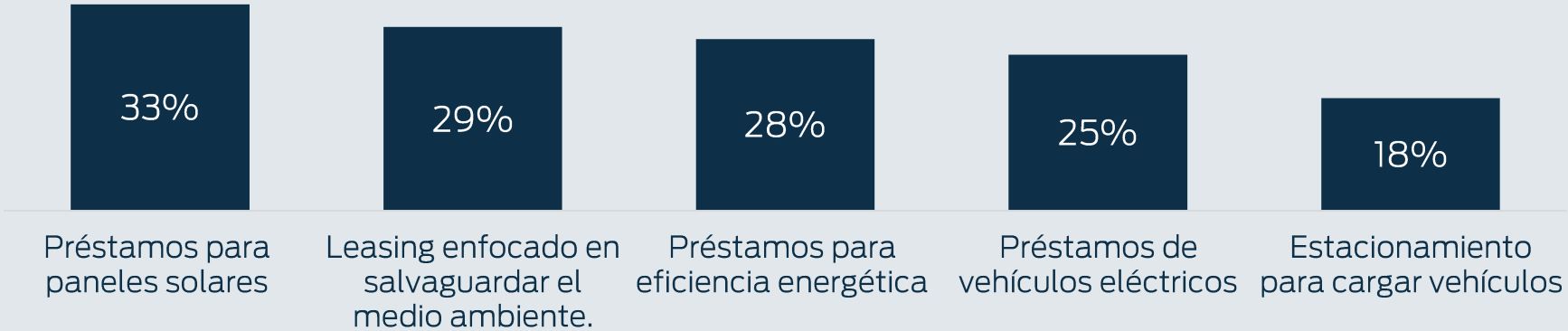
127. Conocimiento de los usuarios y usuarias sobre la oferta de productos financieros sostenibles

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



128. Productos sostenibles que identifican los usuarios y usuarias en su entidad principal

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



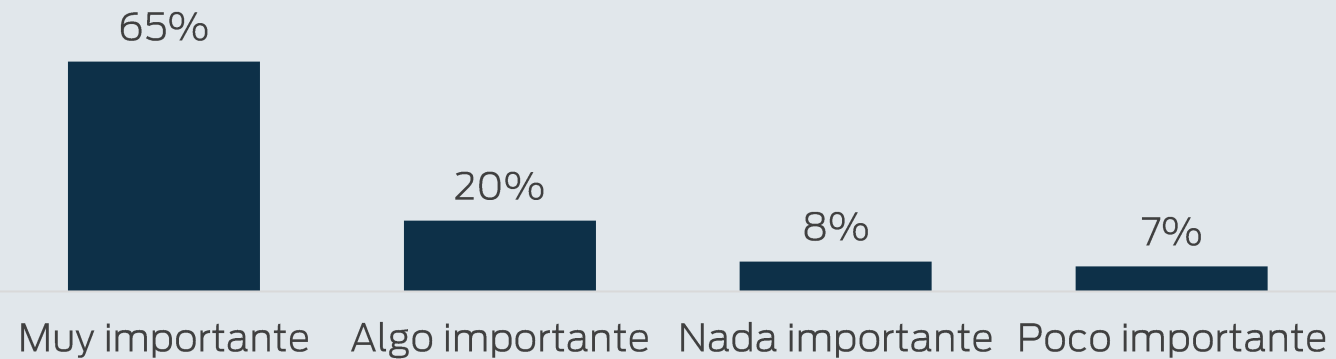


Entre los productos más reconocidos por estos, se destacan los préstamos para la instalación de paneles solares (33 %), seguidos del leasing orientado a la protección ambiental (29 %) y los préstamos para eficiencia energética (28 %). Asimismo, los préstamos para la adquisición de vehículos eléctricos (25 %) comienzan a ganar visibilidad, reflejando un cambio gradual en la adopción de tecnologías limpias, aunque todavía persiste cierta reserva en su uso por parte de la ciudadanía.

En cuanto al nivel de importancia que los usuarios y usuarias otorgan a la sostenibilidad en los servicios financieros, el 65 % la considera “muy importante”, lo que refleja una creciente conciencia ambiental y una expectativa clara hacia las entidades financieras para que integren este enfoque en su gestión. Este resultado sugiere la necesidad de que las entidades comuniquen con mayor visibilidad las acciones sostenibles que implementan, tanto en materia de infraestructura como en la oferta e incentivo de productos financieros sostenibles.

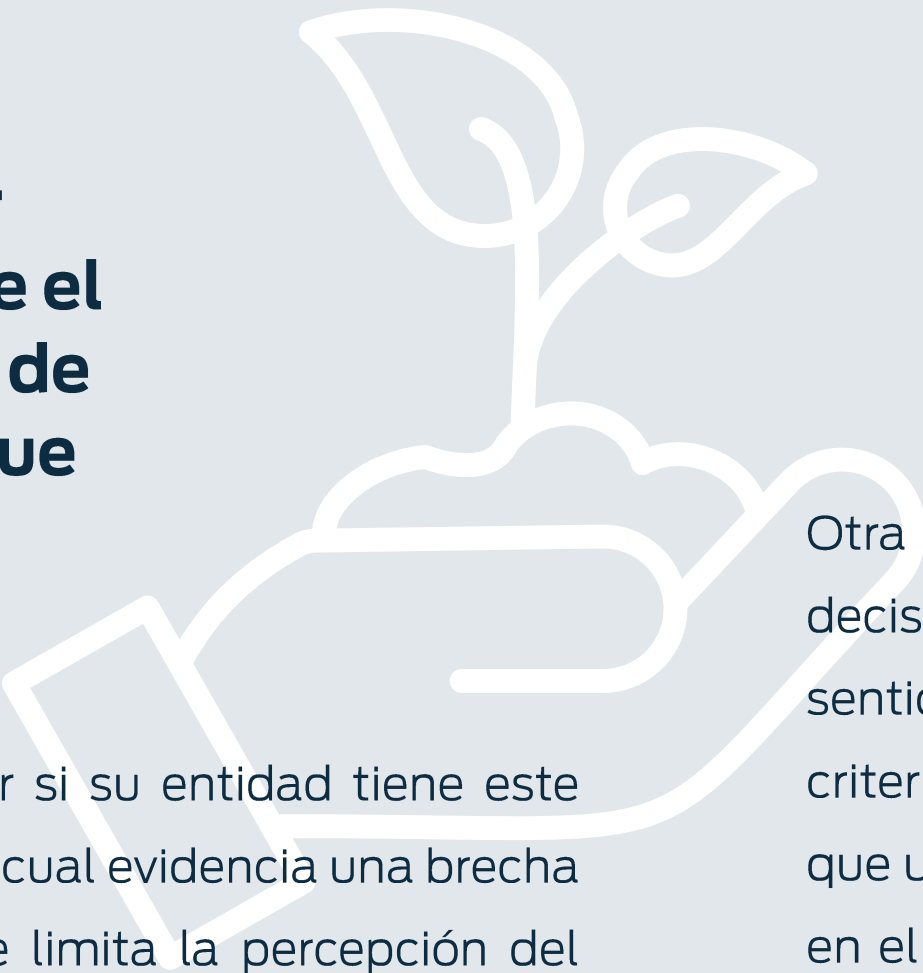
129. Nivel de importancia que los usuarios y usuarias otorgan a la sostenibilidad en los servicios financieros

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



Asimismo, al consultar sobre el compromiso ambiental de su entidad principal, el 69 % de los usuarios afirmó percibir que su institución mantiene un compromiso activo con la protección del medio ambiente.

“El 73 % de los usuarios y usuarias les gustaría recibir información periódica sobre el impacto ambiental y social de los productos financieros que utilizan.”



No obstante, un 31 % indicó desconocer si su entidad tiene este enfoque o consideró que no lo aplica, lo cual evidencia una brecha de comunicación y posicionamiento que limita la percepción del impacto real de las políticas sostenibles del sector.

Otra de las preguntas de la encuesta estuvo relacionada con la toma de decisiones financieras basada en criterios de sostenibilidad. En este sentido, el 34 % de los usuarios y usuarias indicó que ya incorpora estos criterios al momento de elegir un producto o servicio financiero, mientras que un 15 % manifestó no hacerlo actualmente, aunque le gustaría hacerlo en el futuro, lo que refleja un interés creciente hacia prácticas financieras responsables.

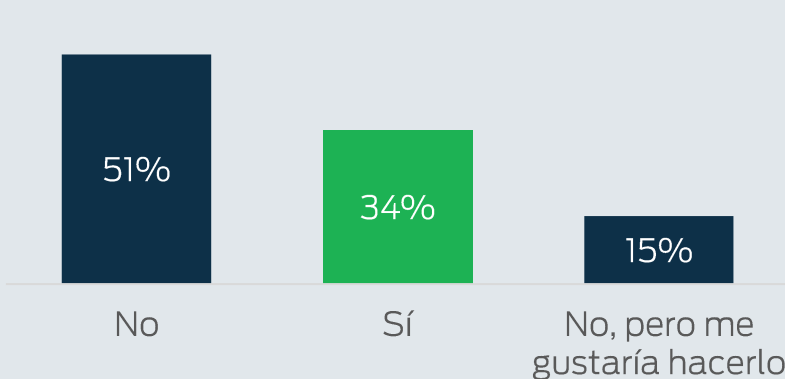
130. Los usuarios y usuarias consideran que su entidad tiene un compromiso sostenible

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



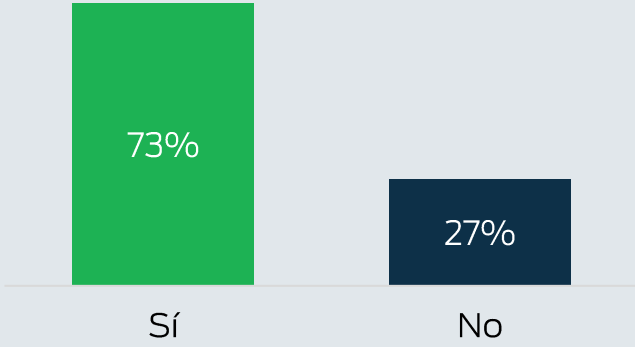
131. Han tomado decisiones financieras basadas en criterios de sostenibilidad

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



132. Le gustaría recibir información periódica sobre el impacto ambiental y social de los productos financieros que utiliza

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)

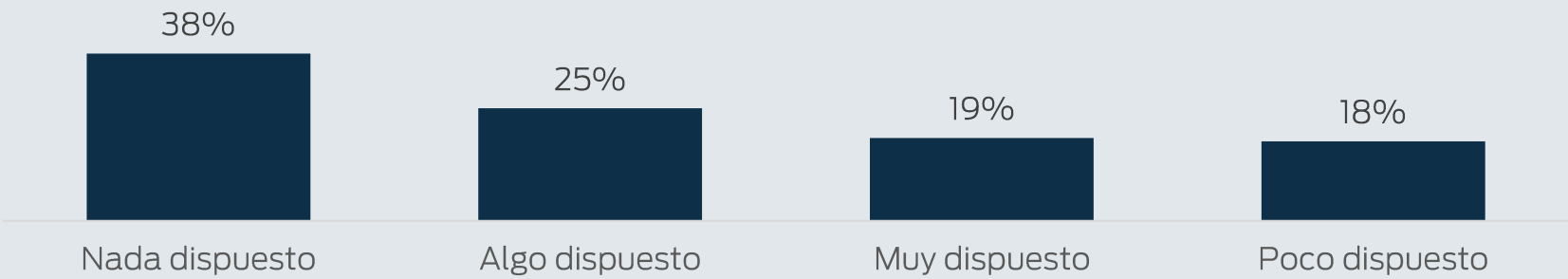


“El 44 % de los usuarios y usuarias estaría dispuesto a pagar una tasa mayor por un producto sostenible”

Entre los factores más valorados al seleccionar un producto financiero sostenible, el 47 % destacó la transparencia en el uso de los fondos, especialmente en cuanto a las razones que justifican un costo más elevado o el impacto social que genera (43 %). Otros elementos considerados relevantes son la rentabilidad del producto (28 %) y la reputación de la entidad (26 %), esta última asociada tanto a la coherencia de su oferta sostenible como a la implementación de infraestructura y políticas alineadas con la sostenibilidad.

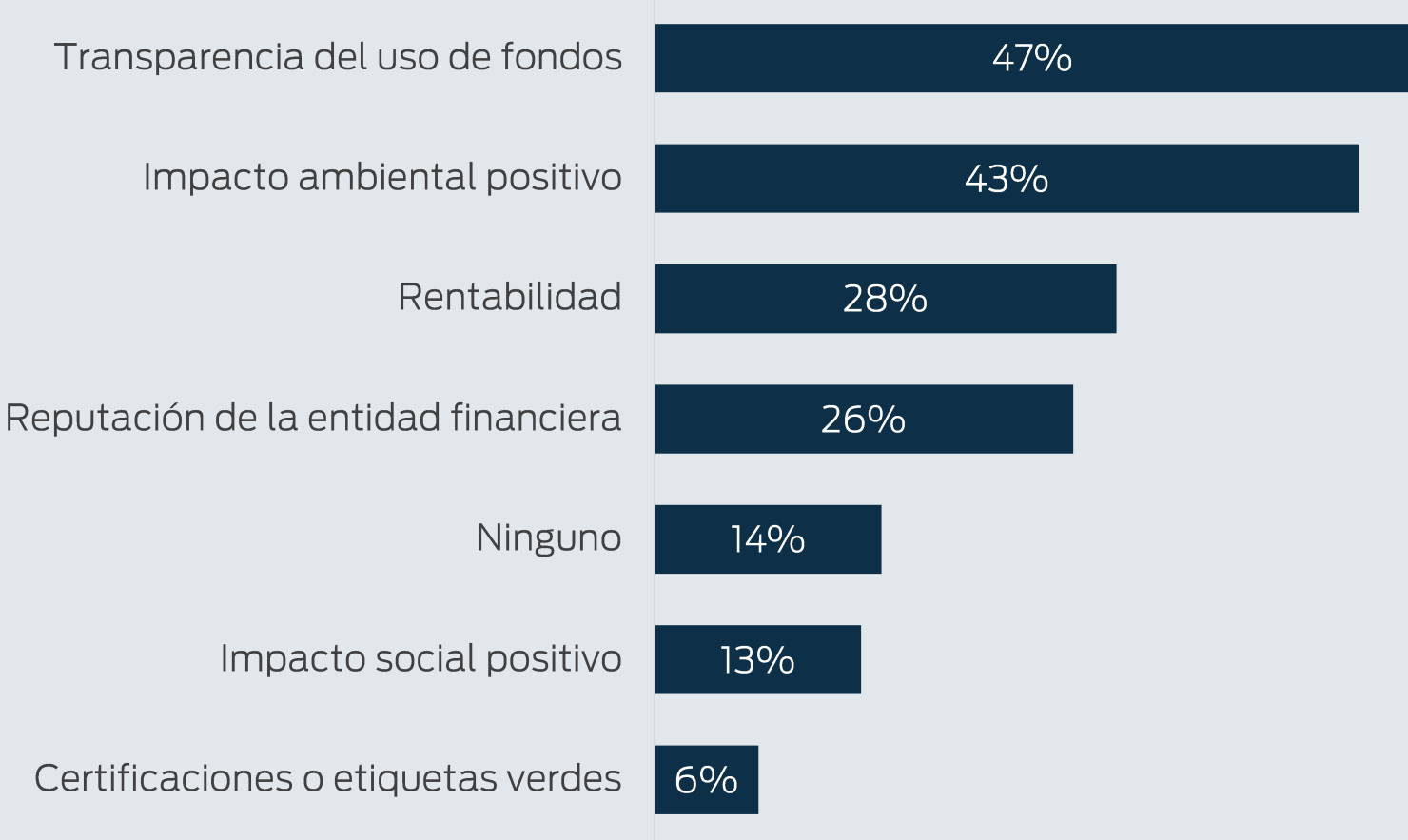
133. Disposición de los usuarios y usuarias de pagar una tasa mayor por un producto sostenible

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



134. Factores que considera más importantes al elegir un producto financiero sostenible

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



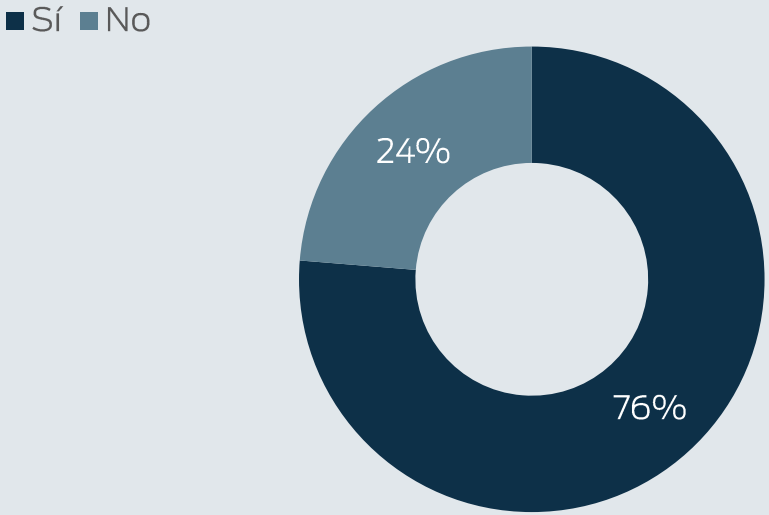
“El 76 % de los usuarios estaría dispuesto a participar en programas de educación financiera enfocados en sostenibilidad”

Entre las acciones más relevantes que el sistema financiero debería implementar para contribuir a un desarrollo más sostenible, los usuarios y usuarias destacan en primer lugar la educación y sensibilización de la sociedad sobre sostenibilidad (62 %), como un pilar fundamental para generar cambios duraderos en los hábitos financieros y de consumo.

Asimismo, un 51 % considera prioritario ampliar la oferta de productos financieros verdes, tales como créditos y seguros sostenibles, que incentiven inversiones responsables. Otras acciones valoradas incluyen el apoyo a las comunidades mediante proyectos sostenibles y la mejora en la transparencia sobre el impacto ambiental y social de las entidades (46 %), aspectos que refuerzan la confianza y la participación ciudadana en la transición hacia una economía más sostenible.

135. Disposición a participar en programas de educación financiera sobre sostenibilidad

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



136. Acciones que debería tomar el sistema financiero para contribuir a un desarrollo más sostenible

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS FINANCIEROS | VALORES EN PORCENTAJES (%)



CONCLUSIONES

El sistema financiero dominicano presenta una base sólida para avanzar hacia la sostenibilidad, aunque persisten brechas significativas entre la intención, el conocimiento y el comportamiento sostenible de los usuarios y usuarias y las entidades. La mayoría de la población (85 %) reconoce la importancia de la sostenibilidad en los productos y servicios financieros, y un 69 % percibe un compromiso ambiental por parte de su entidad principal. Sin embargo, esta percepción positiva no siempre se traduce en conocimiento o acción concreta.

Solo el 30 % de los usuarios y usuarias identifica productos financieros sostenibles ofrecidos por su banco, principalmente préstamos para paneles solares, eficiencia energética, leasing verde y vehículos eléctricos. Este conocimiento es más alto entre los segmentos con mayor nivel educativo y de edad intermedia, lo que evidencia desigualdades en el acceso y visibilidad de la oferta sostenible.

En cuanto al comportamiento financiero sostenible, los resultados reflejan un desfase entre la conciencia y la acción: solo tres de cada diez personas toman decisiones financieras basadas en criterios verdes, aunque un 44 % estaría dispuesto a pagar una tasa más alta por productos con impacto ambiental o social positivo. Estas decisiones están influenciadas por variables como género, edad, nivel educativo y región.

Finalmente, el alto interés (76 %) por participar en programas de educación financiera con enfoque de sostenibilidad confirma una demanda creciente de información y orientación, especialmente en zonas urbanas. Este hallazgo subraya la necesidad de fortalecer la comunicación, educación y transparencia del sistema financiero, para que la sostenibilidad deje de ser un valor aspiracional y se consolide como un pilar transversal del desarrollo financiero, económico y social del país.



Ranking



Ranking de Inclusión Financiera

Este ranking estará evaluando tres dimensiones, cada una con un valor específico del total de 100 puntos:

- **Acceso y uso**, con un valor máximo de 40 puntos.
- **Calidad**, con un valor máximo de 40 puntos.
- **Estrategias Instituciones**, con un valor máximo de 20 puntos.

Cada dimensión integra las preguntas contenidas en la encuesta aplicada a las EIF para el levantamiento de este informe, así como la información reportada de manera periódica a través de los informes regulatorios establecidos en el Manual de Requerimientos de Información de la Administración Monetaria y Financiera (MRI).

A partir de estas fuentes, se aplica un sistema estructurado de puntuación por componentes que permite evaluar y comparar el desempeño de las EIF en materia de inclusión financiera dirigida hacia los segmentos vulnerables de la población dominicana.

El resultado se expresa en una escala de 0 a 100 puntos, donde valores más altos reflejan un mayor nivel de desarrollo en materia de inclusión financiera.

Acceso y uso

Este componente evalúa la disponibilidad y facilidad con que las personas pueden acceder y utilizar los productos, servicios y canales financieros ofrecidos por las entidades. Considera tanto el acceso físico a las sucursales, cajeros automáticos y otros puntos de atención, como el acceso digital, mediante aplicaciones móviles, banca en línea y canales alternos. Asimismo, contempla la disponibilidad de atención presencial inclusiva, asegurando la presencia de personal capacitado para brindar un servicio adecuado a personas con discapacidad (PCD) y a la población envejeciente.

De igual forma, se toma en cuenta el ingreso de nuevos deudores al sistema financiero, aquellas personas que acceden por primera vez a un producto de crédito formal.

Otro componente del análisis corresponde a la evaluación de la brecha de género en el acceso al crédito. Para ello, se utiliza como referencia la mediana sectorial de la brecha de género en los préstamos, excluyendo las tarjetas de crédito, con el fin de establecer un punto de comparación coherente y representativo del comportamiento general del sistema financiero.

A partir de esta referencia, se examina la composición por género de los créditos otorgados por cada entidad. Las EIF cuya brecha se ubique dentro del umbral sectorial definido reciben la totalidad de los puntos asignados para este indicador.

De manera complementaria, se evalúa la existencia de funcionalidades o servicios de accesibilidad en los canales digitales (banca en línea, aplicación móvil o página web), siempre que estén disponibles en al menos uno de estos canales.

La evaluación de este componente se determina mediante la sumatoria de los criterios establecidos, con un puntaje máximo de 40 puntos, distribuidos como se muestra a continuación.

SUPERINTENDENCIA DE BANCOS	SSB	HACIA UN SISTEMA FINANCIERO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE 2025	COMPONENTE	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR MÁX. 40
			Medidas de accesibilidad implementadas por las EIF	Este criterio identifica las medidas de accesibilidad implementadas por las EIF para garantizar que las personas con discapacidad puedan acceder y usar los servicios financieros. Incluye adecuaciones físicas, señalización accesible, adaptaciones tecnológicas y facilidades de atención preferencial. Cada medida reportada tiene un valor de 0.5 puntos.	7.5
			Nuevo ingreso de deudores al sistema financiero	Mide la capacidad de las EIF para incorporar nuevos clientes al crédito formal. Se toma del indicador que publica SIMBAD conforme a los datos recibidos de las EIF a través del MRI.	7
			Funcionalidades o servicios que ofrecen las EIF en los canales digitales (banca en línea, aplicación móvil, página web)	Este criterio evalúa las medidas de accesibilidad que las entidades incorporan en sus canales digitales para facilitar el uso de los servicios financieros a las personas con discapacidad. Entre las funcionalidades consideradas se encuentran la asistencia auditiva, subtítulos, contraste de colores, ajuste de tamaño y espaciado del texto, opciones amigables para la dislexia, navegación mediante teclado, alertas de tiempo de espera, descripciones de audio sincronizadas y videos con intérprete de lengua de señas (VRS). Cada funcionalidad implementada aporta 0.5 puntos.	5
			Reducción de la brecha de género en el acceso al crédito	Basado en los datos del Global Findex 2024 (GFx) para la República Dominicana, el porcentaje de personas que han solicitado préstamos a instituciones financieras formales es de 24.8% en el caso de las mujeres y 34.0% en el caso de los hombres, lo que evidencia una brecha de género de 9.2 puntos porcentuales. Para este componente se usa como referencia la mediana sectorial de la brecha de género en los créditos otorgados a personas físicas, excepto las tarjetas de crédito, la cual asciende a 13.6 puntos porcentuales según datos reportados por las EIF a dic. 2024. Este valor es 4.4 puntos porcentuales mayor que la brecha estimada por el GFx, se prioriza la información proveniente del propio sistema financiero dominicano. La elección de la mediana, responde a su mayor estabilidad frente a valores extremos y a su capacidad para reflejar el comportamiento típico del sector. Las EIF cuya brecha se sitúe por debajo o igual a este valor reciben la totalidad de los puntos establecidos para este indicador.	5
			Personal capacitado en lengua de señas	Se evalúa el alcance de la capacitación y la disponibilidad de personal en lengua de señas dentro de la entidad, considerada una medida clave para garantizar la accesibilidad e inclusión de las personas con discapacidad auditiva. Las entidades que cuentan con este personal únicamente en su oficina principal reciben 2 puntos; aquellas que lo tienen en algunas sucursales obtienen 3 puntos; y las que disponen de esta capacidad en todas sus sucursales alcanzan el puntaje máximo de este componente, 4 puntos.	4
			Facilidades físicas ofrecidas por las EIF para que las PE puedan acceder a sus productos y servicios financieros	Se consideran facilidades para las PE, como: ventanillas preferenciales, atención personalizada en sucursal, asistencia telefónica exclusiva, turnos preferenciales y asesoría a domicilio. Cada facilidad tiene un valor de 0.8 puntos.	4
			Canales digitales accesibles (banca en línea, aplicación móvil, página web)	Este criterio evalúa la cantidad de canales digitales de la entidad que cuentan con condiciones de accesibilidad. Se entiende por accesibilidad el conjunto de tecnologías, normas de diseño y buenas prácticas que facilitan el uso de los canales digitales bajo el enfoque de “diseño para todos”, incluyendo a personas con dificultades para ver, escuchar, moverse o comprender información compleja. Por cada canal accesible se asigna un (1) punto.	3
			Funcionalidades o servicios que ofrecen los cajeros automáticos	Se evalúan las funcionalidades de accesibilidad disponibles en los cajeros automáticos de la entidad, tales como dígitos en braille, identificación sin contacto, asistencia auditiva, contraste de colores, opciones multilenguaje y altura adecuada de los cajeros. Cada funcionalidad o servicio tiene un valor de 0.5 puntos.	3
			Adaptaciones tecnológicas en la aplicación móvil y/o banca en línea para la población envejeciente (PE)	Evalúa si la entidad incorpora ajustes en sus canales digitales para facilitar el uso por parte de personas envejecientes. Se consideran tres posibles adaptaciones: letra grande, navegación simplificada y accesibilidad con voz. Cada adaptación implementada tiene un valor de 0.5 puntos.	1.5



Calidad

Este componente se evalúa en función de la existencia de un producto de inclusión financiera con características que favorezcan a segmentos vulnerables, como un producto de depósito de bajo costo o una cuenta básica. Dicho producto debe cumplir con los criterios mínimos establecidos en la Circular SIB No. 029/20, que define las cuentas básicas como instrumentos destinados a promover la inclusión financiera mediante requisitos simplificados de apertura, montos mínimos reducidos, costos de mantenimiento bajos o nulos y condiciones accesibles para personas con ingresos limitados o con dificultades para cumplir los requisitos tradicionales del sistema financiero.

La evaluación considera tanto la disponibilidad del producto como el grado en que sus características reflejan el enfoque inclusivo y asequible establecido en la normativa.

COMPONENTE	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR MÁX. 40
Evaluación de las características del producto de inclusión financiera	Se evalúa el cumplimiento de los criterios mínimos de la Circular SIB No. 029/20: - Documentos mínimos requeridos (proceso de apertura simplificado). - Monto mínimo de apertura reducido o nulo. - Saldo mínimo de mantenimiento bajo o inexistente. - Costo de mantenimiento bajo o exento. Por el cumplimiento de cada criterio mínimo se otorgan 7.5 puntos.	30
Producto de inclusión financiera para segmentos vulnerables	Este componente se evalúa mediante un criterio binario (cumple o no cumple), considerando la disponibilidad de un producto diseñado para promover la inclusión financiera, como una cuenta básica o un producto de depósito de bajo costo, conforme a lo establecido en la Circular SIB No. 029/20. Si la entidad dispone de este producto, se le asignan 10 puntos.	10

Estrategias institucionales

Este componente se divide en dos partes: el 15 % de la puntuación se asigna a las estrategias de gobernanza relacionadas con políticas de inclusión financiera dirigida a segmentos vulnerables, mientras que el 5 % restante se evalúa a partir de las iniciativas o programas de educación financiera que tienen disponible las entidades financieras y que ofrecen tanto a sus empleados como a los segmentos vulnerables de la población.

COMPONENTE	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR MÁX. 20
Evaluación de los aspectos clave de la política o estrategia institucional	Se otorgan puntos basados en la evaluación de la evidencia presentada por la entidad, la cual debe describir los elementos esenciales de la política, tales como: – Segmentos vulnerables priorizados (PCD, PE Migrantes, Enfoque de Género, PCD, Mipymes). – Estrategias implementadas. – Productos o servicios asociados. – Acciones o metas institucionales.	8
Implementación de política de inclusión financiera dirigida a los segmentos vulnerables de la población	Este componente evalúa la existencia de una política de inclusión financiera que esté actualmente implementada: Puede estar dirigida a al menos uno de los segmentos vulnerables (PCD, PE Migrantes, Enfoque de Género, PCD, Mipymes).	5
Programas de educación financiera y mentoría	Se evalúa si la entidad cuenta con al menos una iniciativa o programa vigente de educación financiera o mentoría dirigido a cualquier segmento de la población vulnerable (PCD, PE Migrantes, Enfoque de Género, PCD, Mipymes).	5
Medición del impacto de políticas o estrategias implementadas	Se verifica que la entidad reporte la cantidad de personas impactadas por la política o estrategia implementada.	2

Insignias



Cuenta accesible

se estará otorgando esta insignia a las entidades que tengan un producto de inclusión donde el costo de mantenimiento de la cuenta sea cero y no requiera monto de apertura ni balance promedio.



Espacio sin barreras

hace referencia a un entorno accesible e inclusivo que permita a todas las personas, sin importar sus capacidades, un acceso funcional y seguro. Debe cumplir con al menos un 80% de la puntuación de los componentes de medidas de accesibilidad.

Resultados Ranking de Inclusión Financiera

Basado en el análisis de los datos compartidos por las EIF durante la encuesta realizada, aquí se muestra la valoración de su nivel de inclusión financiera.

Para esta primera evaluación del nivel de inclusión financiera se priorizó a los Bancos Múltiples, las Asociaciones de Ahorro y Préstamo y los Bancos de Ahorro y Crédito, debido a su peso sistémico dentro del sistema financiero dominicano, su amplia cobertura territorial y la diversidad de productos que ofrecen a personas físicas y Mipymes. Estas entidades concentran la mayor proporción de depósitos y créditos, lo que permite obtener una visión representativa y comparativa del desempeño inclusivo del sector.

En las próximas entregas del informe, se estarán incorporando las entidades especializadas (como Entidades Públicas y Mixtas y las Corporaciones supervisadas) para ampliar el alcance y reflejar de manera más completa la contribución del sistema financiero en su conjunto a la inclusión y sostenibilidad.

ESCALA DE EVALUACIÓN DEL NIVEL DE INCLUSIÓN FINANCIERA

La metodología incorpora referencias de estándares internacionales en materia de evaluación de niveles de inclusión financiera. Se tomó como referencia la guía metodológica desarrollada por el grupo de trabajo de Datos e Impacto de Inclusión financiera (Financial Inclusion Data and Impact Working Group, FIDWG) de la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI), titulada “Índice para medir el progreso de la inclusión financiera”²². Este documento sirve como base conceptual para la construcción de índices que permiten monitorear el avance de la inclusión financiera en distintos países.

²² [An index to measure the progress of financial inclusion AFI Guideline Note. 2016](#)

Resultados | Ranking de Inclusión Financiera

Rango	Nivel de inclusión financiera	Definición	
80-100	Inclusión financiera alta	La entidad evidencia una integración sólida y consistente de todos los componentes de inclusión financiera: amplio acceso, alto uso, calidad del servicio, educación financiera continua, digitalización robusta y estrategias institucionales consolidadas orientadas a segmentos vulnerables.	
60-79	Inclusión financiera por encima del promedio	La entidad presenta avances importantes y resultados superiores al promedio del sistema, aunque aún existen brechas puntuales en uno o varios componentes, tales como educación financiera, inclusión digital o adaptación para grupos vulnerables	
40-59	Inclusión financiera intermedia	La entidad muestra un desarrollo moderado. Si bien existen iniciativas activas, el alcance, consistencia o profundidad de las políticas aún requiere fortalecimiento, especialmente en accesibilidad, digitalización o programas focalizados.	
20-39	Bajo nivel de inclusión financiera	La entidad cuenta con esfuerzos limitados, poco estructurados o de bajo alcance en materia de inclusión. Se evidencian importantes brechas en programas de educación financiera, canales accesibles, estrategias para segmentos vulnerables o en adopción digital.	
0-19	Inclusión financiera muy baja o inexistente	No se identifican políticas, estrategias, programas o iniciativas orientadas a la inclusión financiera. La entidad carece de acciones para facilitar el acceso, el uso, la educación o la atención de segmentos vulnerables.	

Bancos Múltiples

• • • • •

RANKING DE INCLUSIÓN FINANCIERA 2025

TABLA DE POSICIONES

#	Entidad	Puntos
1º	 Banco de Reservas 	89.4
2º	 Banco BHD 	88.3
3º	 Banco Popular 	83.9
4º	 Banco Ademi 	78.2
5º	 Banco BDI 	65.9
6º	 Banco Promerica 	61.6
7º	 Banco Caribe	59.4
8º	 Banesco 	56.6
9º	Scotiabank	30.8
10º	Banco Santa Cruz	21.0
11º	Banco López de Haro	16.4
12º	Banco Vimenca	12.4
13º	JMMB Bank	11.4
14º	Banco Lafise	10.8

Asociaciones de Ahorro y Préstamo

TABLA DE POSICIONES

#	Entidad	Puntos
1º	 Asociación La Nacional	84.4
2º	 Asociación Cibao	70.3
3º	 Asociación Mocana	58.6
4º	 Asociación Popular 	45.9
5º	Asociación Duarte	29.6
6º	Asociación La Vega Real	26.6
7º	Asociación Romana	20.9
8º	Asociación Bonao	18.3
9º	Asociación Maguana	16.9
10º	Asociación Peravia	16.6

Bancos de Ahorro y Crédito



RANKING DE INCLUSIÓN FINANCIERA 2025

TABLA DE POSICIONES

#	Entidad	Puntos
1º	 Adopem	82.9
2º	 Banco Unión 	74.6
3º	 Banfondesa 	73.6
4º	 Motor Crédito 	55.1
5º	 Fihogar 	49.8
6º	Banco Confisa	17.8
7º	Banco Leasing Confisa	17.8
8º	Banco Atlántico	15.9
9º	Banco BACC	14.1
10º	Bancotui	12.4
11º	Banco Gruficorp	11.6
12º	Banco Cofaci	9.3
13º	Banco Optima	8.3
14º	Banco Bonanza	7



Anexos



Anexos

1. Resumen características demográficas

Valores en unidades

Variable evaluada	Mujeres	Hombres	Variable evaluada	Mujeres	Hombres
CIUDAD O ZONA	610	592	EDAD	610	592
Santo Domingo	235	210	18-24	60	42
Santiago	58	67	25-34	127	93
Región Norte	141	133	35-44	109	108
Región Este	85	84	45-54	72	70
Región Sur	91	98	55-64	49	58
			65+	193	221
EDUCACIÓN			NIVEL DE INGRESOS		
Sin Estudios	91	103	Menos de RD\$15,000	233	154
Primarios	132	151	RD\$15,000 a 30,000	213	225
Secundarios	226	212	RD\$31,000 a 50,000	88	112
Técnicos	9	12	RD\$51,000 a 100,000	44	65
Universitario	111	84	RD\$101,000 a 200,000	21	18
Maestría o postgrado	41	26	Más de RD\$200,000	11	18
Doctorado	0	4			

2. Desagregación por sexo, edad, ciudad o zona, nivel de educación e ingresos de las personas migrantes (PM) y nacionales (PN)

Valores en unidades

Variable evaluada	PN	PM	Variable evaluada	PN	PM
CIUDAD O ZONA	1,112	90	GÉNERO	1,112	90
Santo Domingo	411	34	Masculino	546	46
Santiago	116	9	Femenino	566	44
Región Norte	255	19	18-24	88	14
Región Este	156	13	25-34	199	21
Región Sur	174	15	35-44	183	34
			45-54	128	14
EDUCACIÓN	1,112	90	55-64	107	0
Sin Estudios	192	2	65+	407	7
Primarios	272	11	NIVEL DE INGRESOS	1,112	90
Secundarios	397	41	Menos de RD\$15,000	361	26
Técnicos	20	1	RD\$15,000 a 30,000	399	39
Universitario	163	32	RD\$31,000 a 50,000	180	20
Maestría o postgrado	65	2	RD\$51,000 a 100,000	105	4
Doctorado	3	1	RD\$101,000 a 200,000	38	1
			Más de RD\$200,000	29	0

3. Desagregación por sexo, ciudad o zona, nivel de educación e ingresos de las personas envejecientes (PE) y no envejecientes (PNE)

Valores en unidades

Variable evaluada	PNE	PE	Variable evaluada	PNE	PE
CIUDAD O ZONA	851	351	GÉNERO	851	351
Santo Domingo	329	116	Masculino	406	186
Santiago	78	47	Femenino	445	165
Región Norte	201	73			
Región Este	118	51	PCD	204	56
Región Sur	125	64	PSD	647	295
EDUCACIÓN	851	351	NIVEL DE INGRESOS	851	351
Sin Estudios	78	116	Menos de RD\$15,000	246	141
Primarios	189	94	RD\$15,000 a 30,000	314	124
Secundarios	351	87	RD\$31,000 a 50,000	158	42
Técnicos	13	8	RD\$51,000 a 100,000	73	36
Universitario	157	38	RD\$101,000 a 200,000	33	6
Maestría o postgrado	59	8	Más de RD\$200,000	27	2
Doctorado	4	0			

4. Desagregación por sexo, edad, ciudad o zona, nivel de educación e ingresos de las personas con discapacidad (PCD) y sin discapacidad (PSD)

Valores en unidades

Variable evaluada	PSD	PCD	Variable evaluada	PSD	PCD
CIUDAD O ZONA	851	260	GÉNERO	942	260
Santo Domingo	361	84	Masculino	462	130
Santiago	97	28	Femenino	480	130
Región Norte	217	57	18-24	76	26
Región Este	126	43	25-34	174	46
Región Sur	141	48	35-44	169	48
			45-54	99	43
EDUCACIÓN	942	260	55-64	66	41
Sin Estudios	151	43	65+	358	56
Primarios	219	64	NIVEL DE INGRESOS	942	260
Secundarios	333	105	Menos de RD\$15,000	285	102
Técnicos	17	4	RD\$15,000 a 30,000	341	97
Universitario	156	39	RD\$31,000 a 50,000	160	40
Maestría o postgrado	64	3	RD\$51,000 a 100,000	91	18
Doctorado	2	2	RD\$101,000 a 200,000	38	1
			Más de RD\$200,000	27	2

5. Resumen alianzas estratégicas de las EIF para iniciativas de inclusión financiera

Entidad	Alianza
ALNAP	Programa Supérate.
Adopem	Fiscalía General de la República, BID Lab y BID Invest, Centro de Desarrollo e Innovación (CEDI Mujer) y el Ministerio de la Mujer.
Banfondesa	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MMARN), el Global Green Growth Institute (GGGI).
Banreservas	Corporación Financiera Internacional para el Desarrollo de Estados Unidos (DFC), Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF).
Banco Promerica	Cámara de Comercio de Santo Domingo, Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes, Diplomado junto al Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC).
Banco Popular	PACAM (Patronato de Ayuda a Casos de Mujeres Maltratadas) y ENLACES (Red de Inversionistas Ángeles).
Banco BHD	Centros Mipymes bajo la sombrilla del Ministerio de Industria y Comercio y la Fundación Flor INCAE.
Bandex	Alianza con ProDominicana para referimiento de potenciales clientes.
Banco Agrícola	Programa de financiamiento de inversiones sostenibles en el sector agropecuario BID AFD.

Índice Gráficas

Número	Ubicación	Nombre
Gráfica 1	Página 11	Indicadores utilizados por las EIF para medir el impacto de sus programas de inclusión financiera
Gráfica 2	Página 12	Presupuesto dedicado a algún aspecto de inclusión o sostenibilidad en las EIF
Gráfica 3	Página 12	Alianzas estratégicas o asistencia internacional en temas de inclusión o sostenibilidad en las EIF
Gráfica 4	Página 13	Acreditaciones obtenidas por las EIF en materia de inclusión financiera, igualdad de género, discapacidad y sostenibilidad
Gráfica 5	Página 14	Disponibilidad de productos de inclusión financiera para segmentos vulnerables por tipo de EIF
Gráfica 6	Página 18	Evolución del balance promedio de los depósitos por género junio 2019 - junio 2025
Gráfica 7	Página 18	Balance de captaciones por tipos de depósitos según género Junio 2025
Gráfica 8	Página 19	Balance promedio en cuentas de ahorro por género junio 2019 - junio 2025
Gráfica 9	Página 19	Balance promedio en depósitos a plazos por género junio 2019 - junio 2025
Gráfica 10	Página 20	Cantidad de usuarias y usuarios que poseen cuenta de ahorro
Gráfica 11	Página 20	Usuarias y usuarios que poseen cuenta de ahorro por tipo de EIF
Gráfica 12	Página 21	Acceso al crédito de la población económicamente activa
Gráfica 13	Página 21	Actividad en el sistema financiero dic. 2019 – dic. 2024
Gráfica 14	Página 22	Disponibilidad de políticas de igualdad de género por tipo de EIF
Gráfica 15	Página 22	EIF que cuentan con área de lactancia
Gráfica 16	Página 23	Productos o servicios diseñados para la mujer por tipo de EIF
Gráfica 17	Página 23	Oferta de productos financieros con enfoque de género
Gráfica 18	Página 24	Tipos de beneficios asociados a los productos de crédito para las mujeres en las EIF
Gráfica 19	Página 25	Cantidad de entidades que poseen iniciativas o programas de educación financiera con enfoque de género, por tipo de EIF
Gráfica 20	Página 26	Facilidades para asistencia de usuarias/os y personal de las EIF
Gráfica 21	Página 27	Distribución del personal según nivel, desagregados por sexo y tipo de EIF
Gráfica 22	Página 28	Distribución de usuarios y usuarias por rango de ingresos
Gráfica 23	Página 29	Ocupación principal de los usuarios y usuarias encuestados
Gráfica 24	Página 29	Mujeres que conocen la oferta exclusiva para ellas en su EIF principal
Gráfica 25	Página 30	Productos que ofrece su EIF principal diseñados para mujeres

Índice Gráficas

Número	Ubicación	Nombre
Gráfica 26	Página 31	Usuarías que poseen productos diseñados para mujeres
Gráfica 27	Página 31	Requisitos adicionales solicitados por ser mujeres
Gráfica 28	Página 32	Productos o servicios contratados o gestionados por un tercero
Gráfica 29	Página 33	Nivel de confianza en su entidad principal
Gráfica 30	Página 33	Nivel de satisfacción sobre los productos financieros que ofrece su entidad principal
Gráfica 31	Página 33	Nivel de satisfacción sobre el trato recibido por parte de su entidad principal
Gráfica 32	Página 38	Oferta de productos o servicios diseñados específicamente para Mipymes lideradas por mujeres, por tipo de EIF
Gráfica 33	Página 39	Tipo de productos o servicios ofrecida las Mipymes lideradas por mujeres, por tipo de EIF
Gráfica 34	Página 40	Beneficios ofrecidos por las EIF a Mipymes lideradas por mujeres
Gráfica 35	Página 41	Programas de capacitación o mentoría dedicadas a mujeres emprendedoras por tipo de EIF
Gráfica 36	Página 41	Disponibilidad de programas de educación financiera enfocados a mujeres emprendedoras por tipo de EIF
Gráfica 37	Página 41	Programas de mentoría, asesoría o acompañamiento para Mipymes lideradas por mujeres
Gráfica 38	Página 44	Impacto de los programas de capacitación y mentoría por tipo de EIF
Gráfica 39	Página 44	Disponibilidad de indicadores sobre Mipymes lideradas por mujeres en la base de clientes por tipo de EIF
Gráfica 40	Página 45	Seguimiento del impacto de los productos y servicios ofrecidos a las Mipymes lideradas por mujeres, por las EIF
Gráfica 41	Página 45	Seguimiento del impacto de los productos y servicios ofrecidos a las Mipymes lideradas por mujeres por tipo de EIF
Gráfica 42	Página 48	Principales barreras que enfrentan Mipymes lideradas por mujeres al acceder a productos financieros, según las EIF
Gráfica 43	Página 48	Principales barreras que enfrentan las Mipymes lideradas por mujeres al acceder a productos financieros, por tipo de EIF
Gráfica 44	Página 49	Distribución de la muestra según tipo de empresa
Gráfica 45	Página 49	Distribución de la muestra según ciudad o zona de residencia
Gráfica 46	Página 49	Zona de residencia de las Mipymes lideradas por mujeres
Gráfica 47	Página 50	Productos financieros utilizados por las Mipymes lideradas por mujeres
Gráfica 48	Página 51	Dificultad de las Mipymes lideradas por mujeres para acceder a servicios financieros, por tipo de empresa
Gráfica 49	Página 51	Barreras identificadas por las Mipymes lideradas por mujeres para acceder a servicios financieros
Gráfica 50	Página 52	Resultado en la solicitud de crédito de las Mipymes en el último año

Índice Gráficas

Número	Ubicación	Nombre
Gráfica 51	Página 52	Razones de rechazo de crédito de las Mipymes lideradas por mujeres
Gráfica 52	Página 53	Los programas ofrecidos por las entidades ayudaron a mejorar las finanzas de sus empresas
Gráfica 53	Página 54	Temas de las capacitaciones a las empresas lideradas por mujeres
Gráfica 54	Página 54	Productos o servicios financieros más útiles para su empresa
Gráfica 55	Página 54	Canales preferidos por las Mipymes para recibir capacitaciones
Gráfica 56	Página 55	Conocimiento de las Mipymes lideras por mujeres de los programas ofrecidos por las agencias gubernamentales
Gráfica 57	Página 56	Razones por las que el ser mujer se percibe como barrera para acceder al crédito o servicios financieros
Gráfica 58	Página 56	Canales que utilizan las Mipymes lideradas por mujeres
Gráfica 59	Página 57	Nivel de seguridad percibido por las Mipymes lideradas por mujeres sobre los canales ofrecidos por su entidad
Gráfica 60	Página 57	Canales digitales por el que las Mipymes lideradas por mujeres realizan reclamaciones
Gráfica 61	Página 58	Formas de pago utilizadas por Mipymes lideradas por mujeres
Gráfica 62	Página 58	Razón por la que estas empresas utilizan cheques como medio de pago
Gráfica 63	Página 64	Canales digitales accesibles en las EIF
Gráfica 64	Página 64	Canales digitales accesibles por tipo de EIF
Gráfica 65	Página 65	Funcionalidades y servicios accesibles que ofrecen las EIF en sus cajeros automáticos
Gráfica 66	Página 66	EIF que cuentan con accesibilidad en sus sucursales
Gráfica 67	Página 67	Disponibilidad de personal capacitado en lengua de señas en las sucursales
Gráfica 68	Página 67	Disponibilidad de personal capacitado en lengua de señas en las sucursales, por tipo de EIF
Gráfica 68	Página 67	Requisitos adicionales solicitados a las PCD, por las EIF
Gráfica 70	Página 68	EIF con programas de inclusión laboral para PCD
Gráfica 71	Página 69	PCD empleadas en las EIF, por género y tipo de discapacidad
Gráfica 72	Página 69	Acreditaciones en inclusión para PCD por tipo de EIF
Gráfica 73	Página 71	Tipo de discapacidad de los encuestados, por género
Gráfica 74	Página 71	Nivel de estudios de los encuestados
Gráfica 75	Página 71	Rango de edad de los encuestados

Índice Gráficas

Número	Ubicación	Nombre
Gráfica 76	Página 72	Tenencia de productos financieros en PCD y PSD
Gráfica 77	Página 73	Disponibilidad de los canales digitales en su entidad principal (banca en línea y aplicación móvil)
Gráfica 78	Página 73	Canales más utilizados para realizar transacciones financieras
Gráfica 79	Página 74	Facilidades de infraestructura para PCD motora en su entidad principal
Gráfica 80	Página 75	Facilidades de infraestructura para PCD visual en su entidad principal
Gráfica 81	Página 76	Funcionalidades que ofrecen las EIF en sus canales digitales
Gráfica 82	Página 77	Nivel de seguridad percibido por las PCD al utilizar los canales alternos
Gráfica 83	Página 78	Nivel de confianza respecto a su entidad principal
Gráfica 84	Página 78	Nivel de satisfacción general con los productos financieros que ofrece su entidad principal
Gráfica 85	Página 78	Nivel de satisfacción general con el trato recibido por su entidad principal
Gráfica 86	Página 83	Distribución de los créditos por tipo de población
Gráfica 87	Página 84	Distribución de los créditos por tipo de población
Gráfica 88	Página 85	Usuarios y usuarias de 65 años o más de las EIF, por género
Gráfica 89	Página 86	EIF que tienen productos diseñados para PE
Gráfica 90	Página 86	Productos o servicios disponibles en las EIF para PE
Gráfica 91	Página 87	Facilidades disponibles en las EIF para las PE acceder a sus servicios
Gráfica 92	Página 88	Adaptaciones tecnologías de las EIF en sus canales digitales (banca en línea y aplicación móvil)
Gráfica 93	Página 89	Distribución de la muestra por tipo de población
Gráfica 94	Página 89	Cantidad de PE, por género
Gráfica 95	Página 89	Nivel de ingresos por tipo de población
Gráfica 96	Página 90	Sector económico de las PE
Gráfica 97	Página 90	Percepción de la PE sobre las EIF que toman en cuenta la edad de los clientes para autorizarles productos financieros
Gráfica 98	Página 91	Productos utilizados por las PNE y PE
Gráfica 99	Página 91	Productos financieros denegados por edad según las PE
Gráfica 100	Página 92	Uso de los canales digitales (banca en línea y aplicación móvil)

Índice Gráficas

Número	Ubicación	Nombre
Gráfica 101	Página 92	Requerimiento de asistencia en transacciones digitales
Gráfica 102	Página 93	Nivel de confianza en su entidad principal por tipo de población
Gráfica 103	Página 93	Nivel de satisfacción sobre los productos financieros que ofrece su entidad principal
Gráfica 104	Página 93	Nivel de satisfacción sobre el trato recibido por parte de su entidad principal
Gráfica 105	Página 98	Remesas formales recibidas según el país de origen
Gráfica 106	Página 98	Remesas familiares recibidas
Gráfica 107	Página 98	Distribución de las remesas recibidas por región o provincia
Gráfica 108	Página 99	Distribución por género y nacionalidad
Gráfica 109	Página 99	Distribución por región
Gráfica 110	Página 100	Distribución por nivel de ingreso
Gráfica 111	Página 100	Productos financieros utilizados por la PM
Gráfica 112	Página 100	Experiencias al solicitar productos a las EIF
Gráfica 113	Página 101	Formas de recepción de las remesas
Gráfica 114	Página 102	Recepción de remesas del exterior
Gráfica 115	Página 102	Envío de remesas
Gráfica 116	Página 103	Nivel de confianza en su entidad principal
Gráfica 117	Página 103	Nivel de satisfacción general con los productos financieros que ofrece su entidad principal
Gráfica 118	Página 103	Nivel de satisfacción general con el trato brindado por su entidad principal
Gráfica 119	Página 108	Cantidad de entidades que poseen políticas de sostenibilidad, por tipo de EIF
Gráfica 120	Página 108	Temas a los que están relacionadas las políticas de sostenibilidad, por tipo de EIF
Gráfica 121	Página 109	Soluciones sostenibles ofrecidas por las entidades, por tipo de EIF
Gráfica 122	Página 110	Iniciativas sostenibles en la infraestructura, por tipo de EIF
Gráfica 123	Página 112	Productos sostenibles disponibles en las EIF
Gráfica 124	Página 112	Departamento o personal dedicado a temas de sostenibilidad en las EIF
Gráfica 125	Página 113	Créditos aprobados con garantía vinculada a eficiencia energética en el sector financiero

Índice Gráficas

Número	Ubicación	Nombre
Gráfica 126	Página 113	Cantidad de créditos aprobados con garantía vinculada a eficiencia energética en el sector financier
Gráfica 127	Página 114	Conocimiento de los usuarios y usuarias sobre la oferta de productos financieros sostenibles
Gráfica 128	Página 114	Productos sostenibles que identifican los usuarios y usuarias en su entidad principal
Gráfica 129	Página 115	Nivel de importancia que los usuarios y usuarias otorgan a la sostenibilidad en los servicios financieros
Gráfica 130	Página 116	Los usuarios y usuarias consideran que su entidad tiene un compromiso sostenible
Gráfica 131	Página 116	Han tomado decisiones financieras basadas en criterios de sostenibilidad
Gráfica 132	Página 116	Le gustaría recibir información periódica sobre el impacto ambiental y social de los productos financieros que utiliza
Gráfica 133	Página 117	Disposición de los usuarios y usuarias de pagar una tasa mayor por un producto sostenible
Gráfica 134	Página 117	Factores que considera más importantes al elegir un producto financiero sostenible
Gráfica 135	Página 118	Disposición a participar en programas de educación financiera sobre sostenibilidad
Gráfica 136	Página 118	Acciones que deberían tomar el sistema financiero para contribuir a un desarrollo más sostenible
Tabla 1	Página 132	Resumen características demográficas
Tabla 2	Página 132	Desagregación por sexo, edad, ciudad o zona, nivel de educación e ingresos de las personas migrantes (PM) y nacionales (PN)
Tabla 3	Página 132	Desagregación por sexo, ciudad o zona, nivel de educación e ingresos de las personas envejecientes (PE) y no envejecientes (PNE)
Tabla 4	Página 132	Desagregación por sexo, edad, ciudad o zona, nivel de educación e ingresos de las personas con discapacidad (PCD) y sin discapacidad (PSD)
Tabla 5	Página 133	Resumen alianzas estratégicas de las EIF para iniciativas de inclusión financiera

SUPERINTENDENCIA DE BANCOS
REPÚBLICA DOMINICANA

HACIA UN SISTEMA FINANCIERO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE, 2025

Superintendente de Bancos: Alejandro Fernández W.

**Departamento de Innovación e
Inclusión Financiera, diciembre 2025**

Autores: Arlene De Frías, Claudia Castillo, Inés Páez,
Jean Marco Tejada, Xiomy Ramírez.
Revisión técnica: Luisa Gómez, Olimpia González.
Diseño: Elizabeth Mejía, Inés Páez.

©Superintendencia de Bancos
de la República Dominicana.
Para más información o comentarios
sobre el informe, dirigirse a
innovacionfinanciera@sb.gob.do



Atribución - No Comercial - Sin Derivadas
CC BY-NC-ND: Permite compartir la obra,
siempre que no se modifique y
que no se utilice con fines comerciales.

