

# Comprendiendo las barreras estructurales y el sesgo oculto en el acceso a crédito para empresas lideradas por mujeres



OXFAM



BABSON



VALUE  
FOR  
WOMEN

Este informe fue escrito por Value for Women en febrero de 2018, con base en una completa investigación ejecutada por Oxfam y liderada por Amanda Elam, de Babson College, en 2017.

## Agradecimientos

Oxfam, Babson College y Value for Women quisieran agradecer a las siguientes personas involucradas en el diseño, revisión y comentarios brindados al estudio mismo y a este informe: Mara Bolis, Uwe Gneiting, Ana María Méndez Libby y Namalie Jayasinghe de Oxfam; Luis Márquez y Rebecca Fries de Value for Women; Linda Lin de Emanuel College; Michael Berg de Wheaton College; Edgar Balsells, líder del equipo de campo de Guatemala, y los miembros de Consult Centroamericana; y Heather Kipnis de la Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés). El informe y el estudio de investigación también se beneficiaron mucho de los comentarios y sugerencias de Candida Brush y Susan Duffy de Babson College y los participantes de la Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC) de 2017.



Perlman/Oxfam

# Contenido

## **Resumen ejecutivo 4**

### **La igualdad de género es un imperativo moral y económico 6**

### **Las barreras estructurales impiden el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres 8**

Barreras al crédito bancario para pequeñas empresas lideradas por mujeres 11

### **¿Por qué es tan importante el sesgo oculto en el acceso a financiación? 14**

¿Qué no podemos ver? Estereotipos de género y sesgo oculto 14

Sesgo oculto en los procesos bancarios y de aprobación de crédito 15

¿Qué tienen que ver los bancos con esto? 17

No puedes resolver un problema que no sabes que tienes 17

Las instituciones financieras están dejando ir una buena oportunidad de mercado 17

### **Estudio de caso: Prueba para el sesgo oculto en el acceso a crédito por condición indígena y de género en Guatemala 20**

Contexto y ecosistema empresarial de las mujeres en Guatemala 22

El uso de la herramienta del cliente misterioso para probar el sesgo étnico y de género 24

### **Hallazgos clave y conclusiones 26**

Sin sesgo oculto directo - el sesgo oculto opera a través de diversos factores 26

La percepción importa 28

A pocos solicitantes les fueron ofrecidos préstamos y aún menos en los términos que querían 31

Variaciones en las prácticas de préstamo entre los bancos 31

La educación financiera tiene el potencial de nivelar el campo de juego 33

### **Recomendaciones 34**

¿Qué pueden hacer las instituciones financieras? 34

¿Qué pueden hacer los actores de políticas públicas? 35

### **Anexo 1: Guía para implementar autoevaluaciones de sesgo 36**

Metodología del estudio piloto de Guatemala 38

Limitaciones metodológicas y desafíos 39

Consideraciones para el uso futuro 40

Herramientas de prueba 40

# Resumen ejecutivo

Las empresas lideradas por mujeres son un importante vehículo para mejorar las oportunidades económicas y de agencia de las mujeres, y a menudo generan la reducción de la pobreza y el crecimiento económico. Sin embargo, las barreras estructurales no permiten que las mujeres escalen sus empresas al limitar su acceso al capital financiero, físico, humano y social requeridos para tener éxito. Aproximadamente el 70% de las pequeñas y medianas empresas (PYME) lideradas por mujeres no tienen acceso a finanzas o carecen de la cantidad de financiación necesaria para crecer.<sup>1</sup> La brecha de género en el acceso al crédito formal es una de las principales barreras que dificultan a las empresas lideradas por mujeres explotar todo su potencial y las oportunidades económicas. Existen muchas barreras estructurales que impiden que las mujeres accedan a los recursos necesarios para hacer crecer sus negocios. Sin embargo, un reto menos explorado (y más difícil de evaluar) en los mercados emergentes es el de los sesgos de género y étnicos ocultos en el sistema financiero.

Este reporte, diseñado para organizaciones internacionales de desarrollo, gobiernos e instituciones financieras, tiene como objetivos: **1)** destacar las principales barreras a las que se enfrentan las pequeñas empresas lideradas por mujeres en los países en desarrollo; **2)** identificar cómo los sesgos de género y étnicos impactan en el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres; **3)** presentar los resultados de un estudio de caso piloto llevado a cabo en Guatemala, inspirado en una metodología novedosa, aplicada por primera vez a los préstamos hipotecarios en los Estados Unidos (EE.UU.), que busca probar el sesgo en las decisiones de préstamos bancarios para pequeñas empresas; y **4)** proveer recomendaciones para los actores de políticas públicas e instituciones financieras sobre cómo esta metodología puede ser aplicada en países en desarrollo.

En 2016, Oxfam comisionó a Babson College la realización de un estudio piloto en Guatemala sobre sesgos étnicos y de género ocultos en el acceso al crédito bancario. El estudio empleó una metodología de investigación de “cliente misterioso” (“mystery shopper”) de “control emparejado” (“matched control”) para evaluar si el servicio al cliente y el acceso financiero eran similares en todas las categorías demográficas. Hasta donde sabemos, es la primera vez que este tipo de metodología ha sido implementada en un país en desarrollo.

El objetivo de este estudio piloto era probar dicha metodología para identificar el sesgo oculto en las prácticas crediticias en Guatemala y hacer que la herramienta y los conocimientos de la investigación estén disponibles para los actores de políticas públicas e instituciones financieras de países en desarrollo. Las principales lecciones del estudio piloto se relacionaron con dos aspectos. Primero, las percepciones del sesgo no están necesariamente alineadas con los resultados de un sesgo oculto en los términos de préstamo. Si bien el estudio no encontró ninguna evidencia directa de sesgo oculto en el proceso de solicitud de un préstamo, probablemente debido a determinados factores clave, sí encontró que muchos de los clientes de préstamos bancarios perciben sesgos de género y étnicos, los cuales sugieren el problema específico de cómo los bancos comunican su voluntad e interés de otorgar préstamos a grupos de mujeres e indígenas. Además, es probable que los sesgos ocultos en contra de mujeres y pueblos indígenas también operen a través de las barreras estructurales descritas anteriormente, que se tomaron en cuenta en las variables de control.

En otras palabras, la muestra del estudio seleccionó intencionalmente a hombres y mujeres emprendedores que ya habían alcanzado niveles similares de crecimiento en sus negocios. Para las mujeres y los pueblos indígenas de la muestra en particular, esto significa que probablemente habían superado alguna de las barreras estructurales que muchas de sus contrapartes aún enfrentan a diario.

En segundo lugar, los factores metodológicos, como el control de las diferentes variables que pueden afectar las decisiones de crédito de las instituciones financieras, pueden influenciar la identificación del sesgo directo étnico y de género.

Este informe concluye brindando un conjunto de recomendaciones a instituciones financieras y actores de políticas públicas que buscan emplear una metodología de cliente misterioso de control emparejado y, asimismo, a aquellos interesados en garantizar que los servicios financieros reflejen las necesidades y preferencias de mujeres y empresas lideradas por mujeres.

# La igualdad de género es un imperativo moral y económico

## **Mejoras recientes en la reducción de desigualdad de género han sido revertidas.**

En 2017, el Índice de Brecha Global de Género del Foro Económico Mundial<sup>1</sup> se incrementó hasta alcanzar un 32% en promedio, en comparación con el 31.7% de 2016. A pesar de que el incremento es menor, es el primer pequeño aumento desde que el Foro comenzó el seguimiento de la desigualdad de género en 2006, señal de que los sectores públicos y privados necesitan reestablecer las prioridades en la paridad de género.<sup>2</sup>

## **La igualdad de género es buena para el crecimiento de la economía.**

Cálculos recientes sugieren que, si la paridad de género se lograra en un importante número de indicadores económicos, el PIB adicional mundial sería de 28 billones de dólares en 2025.<sup>3</sup> Incluso si los países solo igualaran las mejoras dirigidas a la paridad de género de los países con mejor desempeño en su región del mundo, adicionalmente el PIB mundial sería de 12 billones de dólares para 2025.<sup>4</sup>

Más allá del PIB, **las mejoras en la participación de las mujeres en la fuerza laboral de las economías emergentes han reducido la pobreza.** El empoderamiento económico de las mujeres tiene importantes beneficios sociales, dado que las mujeres, en comparación con los hombres, tienden a reinvertir una parte más significativa de su salario disponible en el bienestar de sus familias. Por ejemplo, de 2000 a 2010 se incrementó la participación de las mujeres en la fuerza laboral en América Latina y el Caribe (ALC), lo que ha contribuido a disminuir la pobreza extrema en un 30%.<sup>5</sup>

## **La importancia de la participación de las mujeres en la fuerza laboral para la prosperidad económica y la independencia económica de las mujeres exige concentrarse en el emprendimiento.**

En economías en desarrollo, la participación en la fuerza laboral de las mujeres se basa fuertemente en el emprendimiento, donde los trabajadores autónomos y las pequeñas empresas proporcionan la mayoría de los puestos de trabajo.<sup>6</sup> Las PYME suman más de la mitad de los trabajos en todo el mundo,<sup>7</sup> y su porcentaje de empleo es equiparable con las grandes empresas.<sup>8</sup> En los países en desarrollo, las PYME suman el 66% de los empleos a tiempo completo.<sup>9</sup> Debido a que las propietarias de empresas lideradas por mujeres también contratan más mujeres,<sup>10</sup> el apoyo a negocios dirigidos por mujeres tiene un efecto multiplicador que se extiende más allá del negocio hacia la comunidad en general. Si bien muchas de las empresas lideradas por mujeres están poco representadas entre las microempresas informales, las mujeres que dirigen negocios pequeños con el potencial de crecer y brindar más oportunidades de empleo para hombres y mujeres en países en desarrollo son sistemáticamente ignoradas y descartadas. Siendo aproximadamente 8 de 10 millones de las PYME formales propiedad de mujeres en regiones de desarrollo, estas representan una parte importante de la generación de empleos y del potencial de crecimiento económico.<sup>11</sup>

---

<sup>1</sup> El Índice Global de Brecha de Género captura la magnitud de las disparidades de género y sigue la trayectoria de su progreso a lo largo del tiempo. Mide el progreso hacia la paridad de género de 144 países, en una escala de 0 (imparidad) a 1 (paridad) en cuatro dimensiones temáticas: participación y oportunidad económica, logros educativos, salud y supervivencia, y empoderamiento político.

### **La creciente desigualdad económica es mala para todos.**

En 2017, las 42 personas más prósperas del mundo tenían la misma riqueza que 3,700 millones de personas. No hace mucho, en 2010, eran 388 personas.<sup>12</sup> Una de las tendencias clave que subyacen en esta gran concentración de riqueza es el incremento del retorno del capital frente al trabajo. En casi todos los países ricos y en la mayoría de los países en desarrollo, el porcentaje del ingreso nacional que va a los trabajadores ha caído. Las mujeres constituyen la mayoría entre los trabajadores peor remunerados del mundo y se concentran en los empleos más precarios.<sup>13</sup>

### **Por último, reducir las desigualdades de género es lo correcto.**

Los derechos de las mujeres son derechos humanos y las mujeres deben tener las mismas oportunidades económicas que los hombres. Para Oxfam, la justicia de género está en el centro de su visión de crear una economía humana, en la que todas las personas tengan las mismas oportunidades en la vida.

# Las barreras estructurales impiden el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres

Las principales razones por las que las mujeres no tienen acceso a ingresos son que las pequeñas empresas lideradas por mujeres tienden a ser más pequeñas, a tener menos empleados y a pertenecer a sectores industriales económicamente menos productivos que las empresas lideradas por hombres.<sup>14</sup> A pesar de los claros beneficios de la igualdad de género identificados anteriormente, no se ha prestado suficiente atención al abordaje de las barreras estructurales que obstaculizan el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres.<sup>2</sup> El Gráfico 2, a continuación, describe los desafíos que enfrentan las empresas lideradas por mujeres en las regiones en desarrollo, centrándose en las principales restricciones financieras, humanas y de capital social. Las desigualdades y los sesgos estructurales de género (ver el Cuadro 1 para las definiciones de estos términos) restringen el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres al dificultar su acceso al capital financiero, físico, social y humano esencial. Destacamos dos tipos de barreras: **1)** aquellas en las que las mujeres se enfrentan al hacer crecer sus negocios y **2)** desafíos en el suministro de servicios y programas de los sectores públicos y privados para las mujeres emprendedoras (ver Gráfico 2).

## Cuadro 1: Definiciones clave

**Desigualdad estructural y barreras hacia la igualdad de género:** la desigualdad estructural se refiere a la distribución de individuos y grupos a través de lo que los sociólogos llaman la “estructura de oportunidad” en una sociedad. Las barreras estructurales para la igualdad de género y étnica incluyen: **i)** la segregación horizontal de las empresas lideradas por mujeres en sectores altamente competitivos y de baja rentabilidad, que limitan el acceso de las mujeres a mercados de alto valor; **ii)** segregación vertical (representación en puestos de dirección y liderazgo); **iii)** desigualdades horizontales y verticales y de género en el logro educativo<sup>3</sup> para mujeres jóvenes y niñas;<sup>15</sup> **iv)** limitaciones de tiempo y movilidad, debido a normas culturales y responsabilidades domésticas y de cuidado; **v)** altos niveles de violencia física y emocional contra las mujeres en los entornos social y laboral;<sup>16</sup> **vi)** estratificación del ingreso y la riqueza; **vii)** segregación geográfica (por ejemplo, desiertos alimentarios y falta de acceso a los servicios de transporte y comunicación).<sup>17</sup>

---

<sup>2</sup> Este informe se enfoca en empresas pequeñas lideradas por mujeres. Sin embargo, dada la falta de datos desagregados por sexo de fuentes de datos mundiales, en algunos casos los datos están solo disponibles para las PYME o microempresas. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYME) se definen por los estándares establecidos por el Banco Mundial: micro (de 1 a 4 empleados); pequeña (de 5 a 19) y mediana (de 20 a 99).

<sup>3</sup> Mientras que la matriculación global primaria, secundaria y terciaria para niñas ha aumentado sustancialmente en las últimas dos décadas, continúan poco representadas tanto en las carreras de educación terciaria de alto crecimiento como en aquellas relacionadas con las ciencias, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas (CTIM), las cuales afectan a su habilidad para trabajar y empezar negocios en esas áreas.

**Sesgo oculto (inconsciente):** se refiere a las asociaciones implícitas y, a menudo, inconscientes que se establecen entre un estatus particular, como el género o la condición indígena, y un rol o tarea (por ejemplo, comenzar un negocio o cuidar a un enfermo) que resulta en estereotipos culturales, ideales, expectativas de roles y juicios de competencia que afectan a nuestras acciones o decisiones. En las empresas de nueva creación, el sesgo oculto perpetúa las desigualdades de género, étnicas y raciales que interfieren con el acceso a recursos clave, como por ejemplo el crédito bancario, para ciertos grupos de personas. Estos sesgos culturales son el resultado de las barreras estructurales a la igualdad de género en una sociedad y se reproducen sistemáticamente.

**Las micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres:** las organizaciones internacionales y los gobiernos tienen diferentes definiciones de lo que clasifica a una empresa *liderada por una mujer* o *propiedad de una mujer*. En cuanto a las microempresas, donde la propiedad individual y la informalidad son una norma, es más fácil identificar las empresas lideradas por mujeres basadas en el sexo del propietario, pero definir una empresa liderada por mujeres se vuelve más difícil tratando con empresas pequeñas con distintos propietarios o responsables de tomar decisiones. En términos generales, *propiedad de mujeres* es usado en la literatura y por organizaciones internacionales para referirse a empresas que pertenecen en un 50% o más a mujeres, mientras que *lideradas por mujeres* es utilizado para empresas con mujeres en puestos clave de toma de decisiones (por ejemplo, CEO, presidente, gerente general).<sup>18</sup> La mayoría de los datos en este informe provienen de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial que definen a una empresa propiedad de mujeres como aquella que tiene una mujer como propietaria.

## Gráfico 1: Barreras estructurales seleccionadas para el crecimiento de empresas lideradas por mujeres<sup>4</sup>

	<b>Desafíos para mujeres emprendedoras y sus negocios</b>	<b>Desafíos en el suministro de servicios para mujeres emprendedoras y sus negocios</b>
<b>Capital financiero</b>	Niveles más bajos de alfabetización financiera y de conocimiento de productos financieros que los hombres	Los productos financieros, servicios y mecanismos de entrega no están adaptados a las necesidades de las mujeres
	A las emprendedoras les gusta tener más información antes de tomar decisiones financieras y se sienten menos equipadas para maniobrar procedimientos complejos, en comparación con sus homólogos masculinos	Sesgos de género explícitos y ocultos en el proceso de aprobación de crédito de instituciones financieras  Debilidades de la infraestructura financiera, tales como muy pocos datos desagregados por sexo relacionados con las mujeres o altos requisitos de garantía
<b>Capital físico y tecnológico</b>	Menor tenencia de la tierra y propiedad, limitando la garantía para el crédito e inversión de capital	Leyes, reglamentos y normas, los cuales son explícita o implícitamente sesgados contra la propiedad de bienes de mujeres
	Es menos probable que las mujeres sean dueñas de teléfonos celulares, en comparación con los hombres	Falta de datos desagregados por sexo sobre los suscriptores de teléfonos celulares y sesgos inconscientes dentro de las organizaciones de telecomunicaciones <sup>19</sup>
<b>Capital humano y social</b>	Menor experiencia y habilidades en negocios	Los servicios de desarrollo de negocios y mecanismos de entrega no son tan accesibles para las mujeres  Falta de calidad en capacitaciones y cursos relevantes
	Menor acceso a apropiadas redes comerciales locales, nacionales e internacionales	Normas de género y tradiciones en redes comerciales, formales e informales
	Menor acceso a apropiados mentores formales e informales	Insuficientes programas de capacitación formal o servicios de desarrollo empresarial con componentes de asesorías
	Menos mujeres se matriculan en el nivel terciario de educación dentro de sectores de alta productividad como CTIM	Falta de programas o becas para el desarrollo de grupos de mujeres especializadas en CTIM y ambientes de trabajo dominados por hombres

<sup>4</sup> Desarrollado por los autores con base en el Documento del Marco Sectorial de Género y Diversidad 2015 del Banco Interamericano de Desarrollo 2015 (IDB, 2015).

# Barreras al crédito bancario para pequeñas empresas lideradas por mujeres

La incapacidad de las mujeres para acceder a financiación les impide invertir en sus negocios y acceder a nuevos mercados locales e internacionales. La falta de oportunidades financieras es especialmente perjudicial para empresas propiedad de minorías étnicas, quienes dependen de los servicios financieros para desarrollar y hacer crecer nuevas pequeñas empresas. Para muchas mujeres emprendedoras, el acceso a capital sigue siendo su mayor preocupación en relación con otros problemas empresariales.<sup>20</sup> Para este estudio, los servicios financieros incluyen no solo crédito sino también servicios como ahorros, productos de seguros, pagos móviles, entre otros. El crédito como producto no es de ninguna manera monolítico. Para las microempresas en particular, el crédito puede ser prohibitivamente costoso y puede impedir el crecimiento. Sin embargo, para pequeñas empresas establecidas, el crédito brinda una alternativa viable para el crecimiento del capital, aunque sujeto a condiciones correctas.

Se estima que el **70% de las MiPyME formales que son propiedad de mujeres en países en desarrollo carecen de servicios o están totalmente desatendidas por las instituciones financieras.**<sup>21</sup> La siguiente sección describe los principales problemas que enfrentan las mujeres y las empresas lideradas por mujeres al acceder al crédito.

## **Los requisitos de garantía limitan el acceso a crédito de empresas lideradas por mujeres.**

Debido a que en regiones en desarrollo las mujeres tienen menor acceso a títulos de propiedad, es menos probable que cumplan con los requisitos de garantía necesarios para acceder a un crédito bancario (generalmente, cerca de la mitad de los requisitos de garantía son en forma de tierra, inmuebles o fábricas).<sup>22</sup> Las diferencias de género en la propiedad de bienes debido a las barreras legales (por ejemplo, restricciones a poseer o heredar una propiedad), factores específicos del sector (por ejemplo, ninguno o pocos bienes físicos en negocios orientados a servicios) o la falta de ahorros son una barrera adicional para las empresas lideradas por mujeres. Incluso cuando las mujeres tienen títulos de propiedad, los requisitos de garantía del banco son a veces mayores que el monto del préstamo. En Paraguay y Costa Rica, por ejemplo, dicha garantía se corresponde con el 369% y el 267% del valor del préstamo, respectivamente.<sup>23</sup>

## **Las altas tasas de rechazo hacia las mujeres crean un ciclo autodestructivo.**

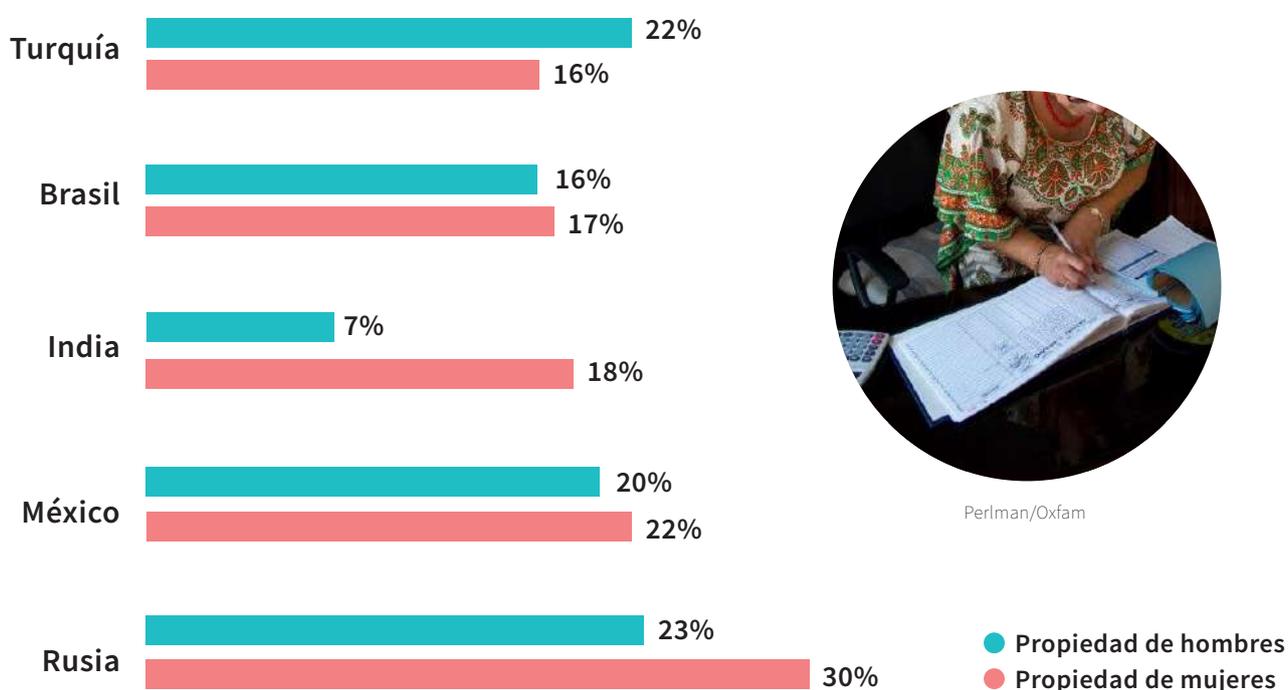
La evidencia sugiere que las solicitudes de préstamo de mujeres son entre un 5% y un 15% más propensas que las de los hombres a ser rechazadas,<sup>24</sup> lo que explica por qué las dueñas de negocios son más reacias a solicitar un crédito empresarial y a evitar el capital de deuda como una herramienta potencial de crecimiento y/o desarrollo.<sup>25</sup> De hecho, estudios muestran que muchas mujeres tienen menos probabilidades que los hombres de buscar capital financiero externo, debido a la baja confianza y las expectativas de discriminación.<sup>26</sup>

## **Los modelos de negocios diseñados para acercarse a un mercado local pequeño también pueden reducir la cantidad y las posibilidades de un financiamiento adicional o de recursos de capital.**

Los bancos son reticentes a tomar riesgos y sus procesos de aprobación de crédito están diseñados para empresas grandes y clientes corporativos, en lugar de empresas pequeñas. Esta preferencia por las empresas más grandes podría ser una desventaja desproporcionada para las empresas propiedad de mujeres, ya que son, en promedio, más pequeñas que las empresas propiedad de hombres.

Esta escasa representación de las pequeñas empresas, a su vez, afecta a la probabilidad de rechazo, así como a las tasas de interés y otros términos del préstamo. Es importante destacar que las mujeres representan la mayoría de las microempresas en las regiones en desarrollo del mundo y, a medida que los bancos intentan pasar a mercados menos saturados, ven a las pequeñas empresas como una posible oportunidad de negocio. Los bancos más grandes buscan reducir los objetivos crediticios de las grandes y medianas empresas, mientras que las instituciones microfinancieras (IMF) buscan ampliarse para dirigirse a las PYME. Desafortunadamente, aunque las IMF tienen un número significativo de clientas en sus carteras, sus procesos de actualización y mejora rara vez consideran las características y necesidades específicas de las mujeres y, por lo tanto, carecen de una propuesta de valor diseñada para esa creciente base de clientes.<sup>27</sup> Esto se evidencia en las tasas de abandono de las mujeres prestatarias, a medida que las instituciones de microfinanzas comercializan y se dirigen a empresas más grandes. Un estudio encontró que la comercialización disminuyó la cartera de clientes femeninas de 25 IMF de un 88% a un 65%.<sup>28</sup>

Gráfico 2: Tasas de rechazo de préstamo para PYME formales<sup>29</sup>

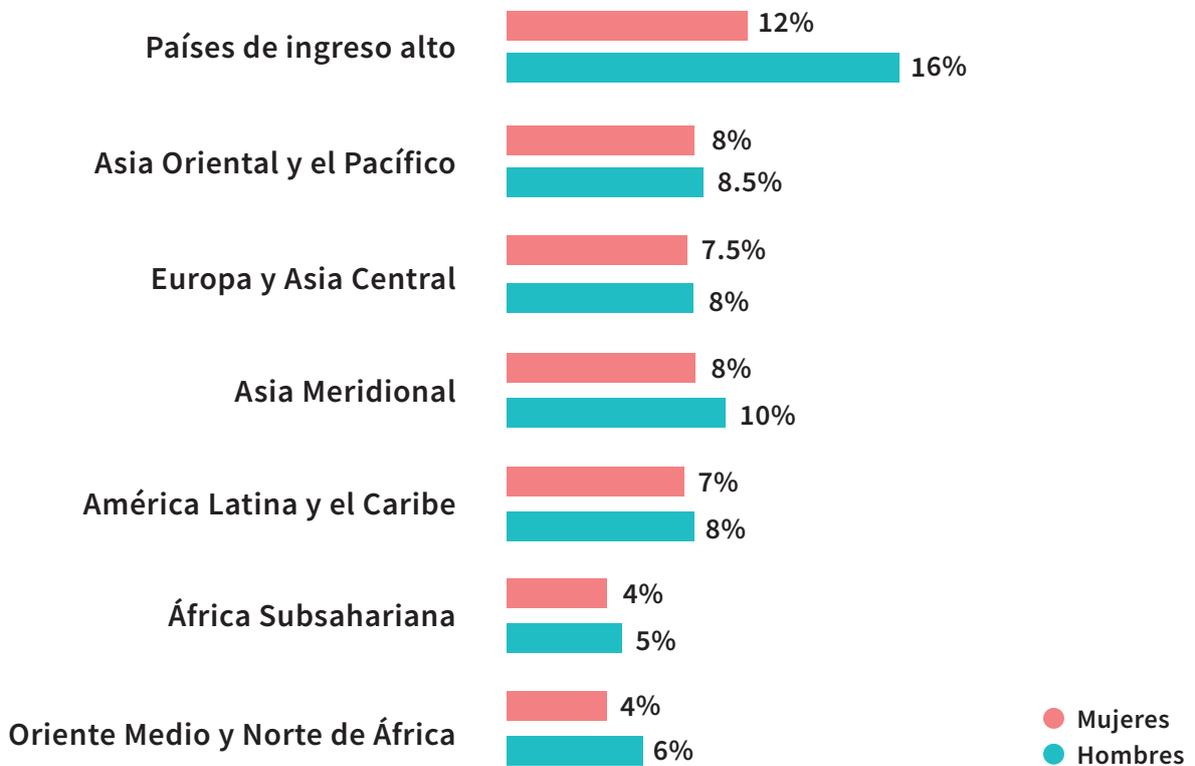


Perlman/Oxfam

**Debido a las desigualdades estructurales, las empresas lideradas por mujeres tienden a ser más pequeñas y concentradas en sectores de menor productividad. También propenden a tener menos historial crediticio, pocos bienes comerciales y menos experiencia empresarial en general.** Dado que la educación financiera y la experiencia comercial son, a menudo, prerrequisitos en los procesos de aprobación de crédito, estos aspectos constituyen, en ocasiones, restricciones en el acceso a crédito de instituciones financieras para las mujeres que dirigen pequeñas empresas. Las mujeres en los países en desarrollo tienen un 20% menos de probabilidad de tener cuentas bancarias formales que los hombres, y un 17% menos de haber tomado dinero prestado de una institución formal en el último año.<sup>30</sup>

Las mujeres propietarias de empresas también tienden a comenzar con menos capital (deuda y capital) y a adoptar estrategias de empresas emergentes más flexibles y conservadoras que sus homólogos masculinos, lo que se traduce en menores ganancias y desventajas a largo plazo en el acceso al financiamiento empresarial.<sup>31</sup> En resumen, muchas de las desventajas de género en el acceso al capital se pueden explicar a partir de desigualdades estructurales como la ubicación de la industria, la edad y el tamaño del negocio, y la experiencia laboral.

Gráfico 3: Desglose regional de las diferencias de género en el acceso a crédito empresarial para iniciar o expandir un negocio o granja (%)<sup>33</sup>



Perlman/Oxfam

# ¿Por qué es tan importante el sesgo oculto en el acceso a financiación?

En general, se considera que las brechas de género en el acceso a servicios financieros resaltadas arriba pueden ser explicadas por las variaciones estructurales en economías, empresas y sociedades, así como por las características empresariales y personales; no obstante, aun cuando estos factores se tienen en cuenta, las brechas de género pueden todavía persistir. En otras palabras, cuando mujeres y hombres emprendedores comparten las mismas características (por ejemplo, negocios, edad, sector, tamaño), las brechas de género pueden permanecer bajo la figura de un residual e inexplicable efecto en un punto de decisión dado, el cual puede ser interpretado como evidencia de discriminación o sesgo oculto.

## ¿Qué no podemos ver? Estereotipos de género y sesgo oculto

**Los estereotipos de género son una de las fuentes más comunes de sesgos ocultos.**

Mientras que frecuentemente se asume que las mujeres tienen más “cualidades comunes” como expresividad, conexión, amabilidad y apoyo, los hombres son, generalmente, más asociados con “cualidades de agencia” como independencia, autonomía y agresividad.<sup>33</sup> Estas creencias de género a menudo se manifiestan en expectativas de cómo los hombres y mujeres deberían desempeñarse y comportarse en el lugar de trabajo. Dado que las características estereotípicamente varoniles se alinean con las nociones estereotipadas de liderazgo en la mayoría de las culturas del mundo, las mujeres son vistas con frecuencia como carentes de habilidades de liderazgo o, cuando actúan con firmeza, son juzgadas como “mandonas” o algo peor. Del mismo modo, en muchos países se supone que las mujeres emprendedoras aspiran solo a empresas más pequeñas o para complementar el ingreso de sus familias, no para ser la principal fuente de ingresos del hogar.

**Muchos estereotipos de género son interiorizados y autoimpuestos.**

La investigación sigue encontrando que es menos probable que, en comparación con los hombres, las mujeres se vean a sí mismas en posiciones de poder o capaces de desempeñarse en roles de liderazgo.<sup>34</sup> Además, con frecuencia, cuando las mujeres tratan de entrar en industrias dominadas por hombres, son confrontadas con estereotipos que impactan negativamente en su desempeño y que las dejan emocionalmente decaídas y sintiéndose inadecuadas.<sup>35</sup> Estas barreras son exacerbadas por la falta de modelos femeninos a seguir en las industrias dominadas por hombres. En Silicon Valley, uno de los ecosistemas empresariales más privilegiados del mundo, las mujeres siguen subestimadas, con falta de fondos y abiertamente acosadas en su intento de hacer crecer grandes y exitosas compañías con fondos de capital de riesgo.<sup>36</sup> En pocas ocasiones, los sesgos implícitos y explícitos son formalmente regulados en contextos de capital de riesgo como Silicon Valley, donde la toma de decisiones sigue siendo altamente discrecional.<sup>37</sup> Desde un punto de vista positivo, la ausencia de estereotipos de género o su mediación a través de mentores o defensores conlleva, para las mujeres, una motivación a la hora de continuar sus carreras en industrias tradicionalmente dominadas por hombres.<sup>38</sup>

**El género interactúa con otras características de estatus social, tal como raza y etnicidad, en países desarrollados y en desarrollo.** Esta “interseccionalidad” tiene que ver con “la interacción entre género, etnicidad y otras categorías de diferencia en vidas individuales, prácticas sociales, acuerdos institucionales e ideologías culturales y los resultados de estas interacciones en términos de poder”.<sup>39</sup>

En realidad, el estatus social o la legitimidad de uno rara vez está sustentada en una característica como género, clase o condición indígena, sino más bien, en cómo estas características se superponen y se cruzan la una con la otra.

**La investigación sobre la expectativa de estatus revela que la discriminación de estatus es “dependiente de la tarea” puesto que las expectativas positivas y negativas asociadas con dadas características de estatus están relacionadas con un conjunto de tareas determinadas** y ajustadas en función de información más específica, como la experiencia previa o las percepciones del desempeño. Por ejemplo, algunas personas esperarían que un hombre fuera mejor que una mujer para cambiar un neumático, hasta que conocen que la mujer ha trabajado previamente como mecánica o después de verla cambiar el neumático. La investigación ha demostrado que ante un conjunto de tareas ligadas a lo masculino, las mujeres están sometidas a un doble estándar más alto que el de los hombres y deben hacer el doble para superar las expectativas preestablecidas de la competencia.<sup>40</sup>

## Sesgo oculto en los procesos bancarios y de aprobación de crédito

**Los sesgos ocultos de género también ayudan a explicar la brecha salarial de género.**

La proporción a menudo reportada de 0.82 dólares en el salario de género o el 18% de brecha salarial de género es una cifra bruta<sup>41</sup> exacerbada por otras características de estatus social como raza, etnicidad y condición indígena. En los EE.UU., a las mujeres hispanas y afroamericanas les pagaron solo un 54% y un 64%, respectivamente, de lo que los hombres blancos ganaron en 2013.<sup>42</sup> Desde una perspectiva de reforma social, estos números pueden ser engañosos. Ignoran, por ejemplo, factores tales como industria, educación y experiencia. De hecho, cuando se controla por factores clave como ocupación, industria y experiencia, la brecha de género en EE.UU. se reduce a un 4%. En otras palabras, la mayor parte de la brecha bruta puede explicarse por las diferencias estructurales que tienen menos que ver con lo que sucede en cualquier compañía dada que con acuerdos sociales que influyen la manera en la que nos organizamos a nosotros mismos en sociedad, a través de roles públicos y privados. Parte de este 4% viene de un inexplicado “sesgo oculto”.

En ALC, por ejemplo, la inexplicada brecha salarial de género oscila entre el 9% y el 27%.<sup>43</sup> Un enfoque parecido al utilizado para determinar la brecha salarial de género puede usarse para identificar el sesgo oculto y la brecha de género en el acceso a financiación. Implica identificar la brecha residual que queda inexplicada después de controlar los factores clave. Ciertamente, el estudio piloto, cuyos resultados en sus aspectos más destacados se encuentran en este informe, fue diseñado para hacer exactamente eso: **1)** calcular la brecha de género en el acceso a financiación por el aislamiento de diferencias residuales y **2)** desarrollar el concepto de sesgo oculto en la experiencia de propietarios de negocios guatemaltecos al solicitar un préstamo.

**Las instituciones financieras, con frecuencia, defienden decisiones de préstamo en función de que las reglas están estandarizadas o de que las diferencias están vinculadas a desigualdades estructurales.**

Sin embargo, las políticas pueden no ser aplicadas con igualdad en el nivel individual, y el conocimiento sistemático acerca de esas tendencias es escaso. La presencia de sesgo en la toma de decisión de crédito es, con frecuencia, evidente en un nivel de sistema o en un nivel nacional, no en el nivel de banco individual; por lo tanto, no es factible que los investigadores analicen prácticas discriminatorias en profundidad. Como resultado, el papel del sesgo oculto en desigualdades reproducidas queda mal entendido y no aceptado ni monitoreado por la mayoría de las instituciones financieras en mercados emergentes.<sup>44</sup> Esta situación se debe a distintos factores, incluidos el hecho de que las instituciones financieras tienen que identificar el problema y la dificultad para reproducir estudios que puedan reconocer el sesgo por desigualdades estructurales, y las normas que generan sesgo en el proceso de aprobación de crédito.



COOPSAMA/Oxfam

**A pesar de que es difícil identificar un sesgo oculto en el proceso de aprobación de crédito, diversos estudios han intentado hacerlo.** Uno de los primeros estudios, de los años 80 en EE.UU., demostró que las entidades de crédito (prestamistas) conceden más atributos profesionales favorables a prestatarios que a prestatarias.<sup>45</sup> Mientras que los hombres fueron evaluados más favorablemente que las mujeres en nueve características profesionales (capacidad de persuasión, baja necesidad de apoyo, baja conformidad, liderazgo, autonomía, propensión a la toma de riesgos, buena disposición al cambio, resistencia y falta de sentimentalismo), las mujeres fueron evaluadas más favorablemente en solo dos características: baja conformidad y resistencia. Otros estudios han encontrado que, a pesar de que era igual de probable que las mujeres recibieran financiamiento, todavía se sentían más discriminadas que sus contrapartes masculinos. También se ha demostrado que las mujeres tienden a sentirse menos satisfechas con sus relaciones bancarias, aún si reciben el mismo trato que sus colegas masculinos.<sup>46</sup> Estos estudios, asimismo, también muestran la dificultad para identificar sesgo oculto en los procesos de solicitud de crédito y la necesidad de controlar tantos factores como sea posible cuando se diseñan dichos estudios.

**Ideas preconcebidas de género pueden afectar la toma de decisiones del personal bancario.**

Por ejemplo, un estudio reciente en Albania descubrió que los solicitantes de crédito asignados a ejecutivos del sexo opuesto pagan mayores tasas de interés y reciben plazos más cortos, pero no más días para pagar a mes vencido.<sup>47</sup> En un segundo estudio que examinó a 696 pares de dueños/encargados de empresas que fueron reunidos con el personal bancario, los investigadores encontraron que hombres-pares masculinos de dueños/gerentes de empresas tuvieron los niveles más altos de credibilidad, satisfacción con el acceso a crédito y conocimiento bancario, mientras que mujeres-pares femeninos tuvieron el nivel más bajo de cada uno de los indicadores; con los pares mezclados en la media de todas las cuentas.<sup>48</sup> Estos resultados sugieren que el estatus de género es un importante factor en el proceso de solicitud de préstamo.

**Aun cuando a veces las dueñas de negocios son percibidas como opuestas al riesgo y con menos posibilidad de que tomen riesgos en su pequeña empresa, en realidad las mujeres suelen hacer estrategias de negocios de la misma manera que los hombres.** De acuerdo con un estudio reciente comisionado por el Banco de Montreal, las personas de negocios, así como académicos, suelen ver a las mujeres emprendedoras con menos probabilidad de que participen en estrategias agresivas de crecimiento o tomen riesgos que podrían mejorar el desempeño de su negocio y/u operaciones. Sin embargo, este estudio concluyó que las mujeres emprendedoras son igual de ambiciosas que sus colegas masculinos y están comprometidas con hacer crecer sus negocios.<sup>49</sup> Extrañamente, hay una “trampa 22” en que las mujeres son consideradas menos dignas de ser acreedoras a crédito, incluso si es menos probable que tomen altos riesgos con el crédito.

***Si las instituciones financieras no son parte de la solución,  
quizás son parte del problema.***

# ¿Qué tienen que ver los bancos con esto?

## **No puedes resolver un problema que no sabes que tienes.**

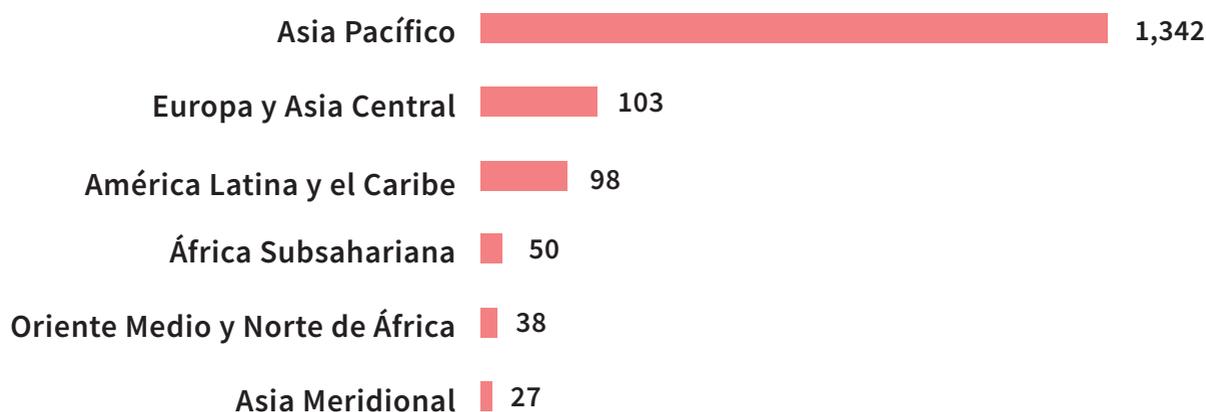
Aun con todos los datos citados arriba, las instituciones financieras en regiones en desarrollo no identifican fácilmente las necesidades diferenciadas de empresas lideradas por mujeres y los sesgos ocultos que limitan su acceso a crédito. Por ejemplo, en 2016 una encuesta realizada a 100 bancos en ALC encontró que solo el 28% de los bancos pensó que el mercado de las PYME lideradas por mujeres estaba totalmente desatendido. Mientras que esta cifra aumentó un 9% en los bancos encuestados en 2012, todavía sugiere una desconexión entre los bancos y sus clientas mujeres.<sup>50</sup> Es revelador el hecho de que solo el 33% de los bancos encuestados tuvieran la información desagregada por sexo necesaria para identificar las PYME lideradas por hombres y mujeres. Estas tendencias se reflejan en todo el mundo. En un estudio de la Alianza Global de Bancos para la Mujer (GBA, por sus siglas en inglés) y McKinsey & Company se entrevistó cerca de 30 CEO y otros banqueros de rango superior de instituciones financieras y se encontró que muchos de los banqueros continúan pensando que clientes masculinos y femeninos son lo mismo y que no hay “argumento comercial” al servicio del mercado femenino. En muchos casos, las instituciones financieras creen ser “neutrales en cuanto a género” y que no dan preferencias a ningún sexo en particular.<sup>51</sup> En la práctica, por supuesto, esto implica una falta de reconocimiento y comprensión de las necesidades diferenciadas entre clientes hombres y mujeres.

## Las instituciones financieras están dejando ir una buena oportunidad de mercado

Más allá del impacto que las empresas lideradas por mujeres tienen en la creación de economías inclusivas y en la reducción de desigualdades de género, las instituciones financieras también están ignorando una gran oportunidad de mercado - 1.7 billones de dólares para ser precisos. Esta es la demanda anual que no es satisfecha por las instituciones financieras de las PYME propiedad de mujeres en mercados emergentes. De hecho, por ignorar la demanda creciente y las características particulares de las PYME propiedad de mujeres, las instituciones financieras pueden estar perdiendo algunos de sus mejores clientes potenciales.

***La brecha entre la demanda de las PYME propiedad de mujeres al año en mercados emergentes que no es satisfecha por instituciones financieras es de 1.7 billones de dólares.***

## Gráfico 4: Brecha de crédito<sup>5</sup> por región para las PYME propiedad de mujeres (en mil millones de dólares)<sup>52</sup>



### Las PYME propiedad de mujeres suelen ser mejores reembolsando sus préstamos.

Un estudio global ha encontrado que las mujeres son mejores que los hombres al pagar sus préstamos. Un estudio de bancos en el mundo que son parte de GBA encontró que la tasa de incumplimiento para clientes de pequeñas empresas de mujeres es solo del 2.7% - un 33% menos que la tasa de hombres.<sup>53</sup>

### Las mujeres tienden a ahorrar más dinero que los hombres.

Aunque las mujeres tienen un 20% menos de probabilidad de tener un préstamo, solo en un 14% es menos probable que tengan una cuenta de ahorros.<sup>54</sup>

### Apostar por las mujeres es bueno para obtener ganancias.

La base de datos de GBA muestra que un 34% de los banqueros que han identificado y seleccionado el mercado de pequeña y mediana empresa liderado por mujeres reportan mayores ganancias, como resultado de sus esfuerzos para empoderar a las mujeres en mercados emergentes.<sup>55</sup> Según los datos publicados en los estudios de caso por el GBA, el Banco BHD León en República Dominicana reportó que su programa de mujeres tuvo una tasa interna de retorno (TIR) de un 35% en su primer año, mientras que el BLC de Líbano tuvo un TIR de un 33% en los primeros tres años de su programa para mujeres.<sup>56</sup>

**No obstante, casi tres cuartos de las mujeres a nivel mundial reportan estar insatisfechas con sus servicios bancarios.** En un estudio de 2009 realizado a mujeres de 21 países, estaban más insatisfechas con la industria de servicios financieros que con cualquier otro servicio que afecta sus vidas.<sup>57</sup>

<sup>5</sup> La brecha de crédito es la diferencia entre lo que las PYME propiedad de mujeres requieren por año en mercados emergentes y la demanda no satisfecha por las instituciones financieras.



Estudio de caso:  
Prueba para el sesgo oculto  
en el acceso a crédito  
por condición indígena  
y de género en Guatemala





# Contexto y ecosistema empresarial de las mujeres en Guatemala

**Guatemala fue elegido para un estudio de caso piloto dados sus altos niveles de desigualdad y pobreza, así como por la presencia de proyectos de Oxfam orientados a respaldar el crecimiento de empresas lideradas por mujeres, a través del acceso a servicios de finanzas y desarrollo empresarial.** La riqueza en Guatemala no está distribuida de manera uniforme, con más de la mitad de la población subsistiendo por debajo de la línea de pobreza nacional y cerca de un cuarto viviendo en pobreza extrema. El Índice de Gini en Guatemala es de 48.7,<sup>6</sup> convirtiéndolo en uno de los países con mayor desigualdad en ALC. La población indígena constituye el 41% de la población nacional, pero representa casi el 80% de los pobres, la mayoría de los cuales vive en condiciones de pobreza extrema.<sup>58</sup>

El ecosistema empresarial de las mujeres en Guatemala es uno de los menos desarrollados en la región de ALC. En 2013, The Economist Intelligence Unit (EIU) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) analizaron y clasificaron el ecosistema empresarial para las mujeres de 20 países en ALC. Las cinco categorías fueron: **i)** entorno del negocio empresarial; **ii)** riesgo operativo del negocio; **iii)** acceso a financiamiento; **iv)** servicios sociales; y **v)** educación y habilidades. El Women's Entrepreneurial Venture Scope (WEVentureScope) posicionó a Guatemala en el lugar 16 de un total de 20 países encuestados en términos generales sobre el entorno de las mujeres emprendedoras, principalmente debido al bajo desempeño en los entornos de negocios y a la capacidad y habilidades del ecosistema emprendedor.<sup>59</sup> **Guatemala se posiciona en el lugar 88 de un total de 190 países en la base de datos del informe "Doing Business" del Banco Mundial,** ya que lleva el doble de tiempo y es doblemente de complicado iniciar un negocio formal en Guatemala, en comparación con los países altamente desarrollados.<sup>60</sup>

**Adicionalmente, Guatemala está posicionada por debajo de la mitad de 62 países medidos en los datos del Monitor Global de Emprendimiento de 2015** y se posicionó en el punto más bajo en finanzas empresariales y políticas gubernamentales que apoyan el crecimiento y a las empresas emergentes. Según datos del Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés), la proporción de la Actividad Emprendedora Total (TEA, por sus siglas en inglés) en Guatemala es un sombrío 0.7, comparado con el promedio de 0.8 de los países de la región de ALC.<sup>61</sup> De forma similar, el 45% de las mujeres guatemaltecas encuestadas perciben oportunidades para empresas, en comparación con el 80% de los hombres guatemaltecos. En el sector público, el Ministerio de Economía ofrece servicios básicos de desarrollo empresarial para las PYME a través de 11 centros regionales, aunque no están dirigidos específicamente a mujeres. Entre 2008 y 2010, unos 30,000 emprendedores tomaron ventaja de estos servicios, de los cuales el 58% fueron mujeres, lo que sugiere una demanda significativa de servicios de desarrollo empresarial por parte de dueñas de empresas guatemaltecas.<sup>62</sup>

**Las barreras regulatorias también restringen el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres.**

Por ejemplo, en Guatemala no es ilegal discriminar con base en el género o en el estado civil cuando se toman decisiones de crédito. Incluso no existen leyes que prohíban la discriminación de género en la contratación o que ordene igual remuneración por igual tarea.<sup>63</sup>

---

<sup>6</sup> El Índice de Gini mide el grado en que la distribución del ingreso (o, en algunos casos, el gasto de consumo) entre individuos u hogares dentro de una economía se desvía de una distribución perfectamente igual. Un índice de Gini de 0 representa igualdad perfecta, mientras que un índice de 100 indica desigualdad perfecta.



A partir de enero de 2016, el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala (INE) reportó 260,800 compañías activas en el sector de MiPyME. **Las mujeres que lideran empresas en Guatemala tienen menos empleados que sus homólogos hombres, están concentradas en micro y pequeñas firmas y contratan a más mujeres.**

La Encuesta de Empresas de 2010 del Banco Mundial encontró que mientras el 22% de las pequeñas empresas tenían una mujer como alto directivo, en las empresas medianas y grandes solo el 9% y el 3.5%, respectivamente, tenían dirigentes femeninas. Además, las empresas formales con altos directivos femeninos tienen un mayor porcentaje de trabajadoras a tiempo completo (50%) que aquellas sin participación femenina (29%) en la alta dirección.

**Como en muchos otros países, en Guatemala acceder a servicios financieros es una limitación importante para el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres.** El porcentaje del PIB representado por el crédito nacional para el sector privado (34.4%) es uno de los más bajos en ALC, lo cual significa que para empresas lideradas por hombres y mujeres, el acceso a crédito es una de las mayores limitaciones para el crecimiento. Las Encuestas de Empresas en 2010 dieron a conocer que el 45% de las PYME con una mujer como alto directivo tuvieron un préstamo o línea de crédito de una institución financiera, comparado con un total del 60% de todas las PYME en el país y significativamente inferior a otros países de la región, tales como Chile (74%), Colombia (64%) y Costa Rica (51%).<sup>64</sup> Además, el 50% de las PYME propiedad de mujeres en Guatemala son desatendidas (es decir, tienen acceso a crédito o sobregiros, pero continúan considerando la financiación como una importante barrera para el crecimiento) comparado al 44% de las PYME lideradas por hombres. En parte, esto es debido al hecho de que el valor de la garantía necesitada para un préstamo para las PYME lideradas por mujeres en Guatemala es del 158%, casi el doble de la garantía requerida para sus homólogos hombres.<sup>65</sup>

**En Guatemala, solo el 24% del capital disponible y el 13% de las inversiones de capital para las PYME lideradas por mujeres son financiadas por bancos y un 0% por el crédito del proveedor.**<sup>66</sup> El bajo porcentaje de capital de inversión representa un particular reto para el crecimiento cuando las mujeres buscan una transición de microempresa a PYME. Constituye también una importante oportunidad para las instituciones financieras.<sup>67</sup>

De 2011 a 2014, el Informe Global Findex del Banco Mundial demostró **una duplicación en el porcentaje de mujeres guatemaltecas que tenían cuentas bancarias: del 16% a un 35%**, y un incremento en la titularidad de cuentas de hombres: del 30% al 48%, resultando solo una leve mejoría en la brecha de género en relación con la titularidad de cuentas: del 14% al 13%. De manera importante, la titularidad de cuentas de hombres y mujeres está todavía por debajo del promedio de ALC, y las diferencias de género permanecen en cuanto al uso de productos y servicios financieros para lo personal y empresarial. La brecha de género crece de nuevo con el ahorro financiero formal, el cual es bajo, con un 13% de mujeres que han ahorrado en 2014 comparado con un 17% de los hombres. De un 51% de las mujeres que ahorraron dinero el año pasado, solo el 14% fueron capaces de ahorrar para iniciar, operar o expandir un negocio (o granja) comparado con el 22% de hombres.<sup>68</sup>

# El uso de la herramienta del cliente misterioso para probar el sesgo étnico y de género

Debido a que el rol del sesgo puede jugar en contra de las solicitudes de préstamo de mujeres calificadas, es importante que las pruebas de sesgo oculto se conviertan en una rutina entre los sistemas bancarios de mercados emergentes. Sin embargo, en nuestra revisión por varios países de los paradigmas regulatorios de mercados emergentes, no encontramos herramientas que estén siendo utilizadas actualmente por los bancos para autodiagnosticar la existencia de sesgo de género en la toma de decisiones de crédito. Con el objetivo de probar una herramienta que identificara sesgos ocultos en el proceso de aprobación de crédito por las instituciones financieras y reguladoras, Oxfam y Babson College se unieron para realizar un estudio piloto en Guatemala. El **propósito del estudio piloto fue doble: i)** investigar la influencia directa del sesgo oculto contra mujeres propietarias de empresas en el proceso de préstamo financiero, particularmente en mujeres indígenas, y ayudar a expandir la base de conocimiento actual acerca de las relaciones entre la exclusión financiera y la desigualdad económica; e **ii)** identificar las lecciones aprendidas en una prueba inicial de una metodología autodiagnóstica en un contexto de ALC.

## Gráfico 5: Antecedentes en la metodología de la autoevaluación en EE.UU.

En 1994, la Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC) de EE.UU. publicó los lineamientos para que las instituciones examinaran y compararan su trato con los solicitantes de préstamos. Utilizando una herramienta de autoevaluación, la guía ayuda a las instituciones a evaluar los casos de servicio desigual al cliente o potencialmente discriminatorio en las prácticas crediticias. Las herramientas están diseñadas para ayudar a las instituciones a evaluar su tratamiento de los diferentes tipos de solicitantes de préstamos, de modo que se puedan tomar medidas para corregir las desigualdades del sistema. Debido a la complejidad metodológica involucrada en la comparación de los términos y condiciones de los préstamos, la técnica se limita a comparar el tratamiento diferencial del personal del banco con los clientes del préstamo. Un programa de autoevaluación debe ser empleado para garantizar la igualdad de acceso a los préstamos y un programa adecuado para respaldar el aprovisionamiento de préstamos a buenos clientes.

El estudio desarrolló y probó una metodología de investigación de cliente misterioso<sup>69</sup> diseñada para ayudar a los bancos a recolectar y analizar, de manera rápida, datos sobre sesgos ocultos, y la percepción de sesgo y cómo se relaciona con la discriminación de género en las decisiones de préstamos. La metodología del cliente misterioso capturó las percepciones y experiencias de los solicitantes, desde la visita inicial hasta la decisión de préstamo, a medida que avanzaban en el proceso de solicitud de préstamos. El estudio reclutó a 12 pares de hombres y mujeres dueños de negocios, mitad indígenas y mitad no indígenas, de dos municipios distintos en Guatemala. A cada participante se le asignaron cinco ubicaciones bancarias para visitar en persona y presentar solicitudes de préstamos. Los controles se aseguraron a través de criterios de emparejamiento, incluyendo tamaño de negocio, ventas anuales, industria, categoría de producto/servicio, edad y educación, así como a través de capacitación básica en el proceso de solicitud de préstamo. Comparamos el acceso a crédito para pequeñas empresas propiedad de hombres y mujeres indígenas y no indígenas en Guatemala.

Las preguntas incluyeron una combinación de ambos tipos, cerradas y abiertas, para medir las percepciones y capturar las narrativas en primera persona. Las entrevistas en video proporcionaron narraciones en primera persona y un control adicional para los factores de presentación personal.

Hasta donde sabemos, esta es la primera vez que ha sido utilizada una metodología de investigación de cliente misterioso para probar no solo las percepciones del proceso de solicitud de préstamo, sino también los resultados de decisiones de préstamo en un estudio académico. El equipo de campo contratado para reclutar y capacitar a los participantes y para recolectar los datos trabajó con los municipios locales en el reclutamiento de hombres y mujeres dueños de negocios. Sin embargo, los recursos limitados significaron que el estudio piloto tenía que tener un tamaño de muestra más pequeño que el previsto, lo que limita el poder estadístico de los resultados (ver Anexo I: sección de Limitaciones metodológicas y desafíos). El enfoque previsto para el estudio fue sobre microempresas informales o formales fuera del ámbito de una incubadora universitaria; sin embargo, la muestra resultante terminó siendo todas empresas formales registradas, casi todas establecidas, con solo unas pocas microempresas incluidas.



COOPSAMA/Oxfam

# Hallazgos clave y conclusiones

El uso de estudios del método del cliente misterioso que prueban sesgo, usualmente, ha sido limitado a examinar la experiencia de clientes de distintos grupos demográficos con el personal del banco de primera línea. En este estudio, el enfoque del cliente misterioso se combinó con un diseño de control emparejado para investigar el tratamiento diferencial y se examinó a través de dos caminos distintos: **i)** una comparación de los términos y condiciones de los préstamos presentados por los mismos bancos y **ii)** las reflexiones de los emprendedores sobre el tratamiento diferencial del personal del banco. **Si bien los hallazgos del estudio no respaldaron la influencia directa del sesgo oculto con los términos y condiciones del préstamo ofrecido, los participantes aún percibieron sesgos de género y etnia durante el proceso de solicitud del préstamo.** Este resultado se explica, en parte, por el control emparejado diseñado, que aisló la influencia directa del género y la condición indígena en la experiencia de solicitud de préstamo y los resultados de la decisión del préstamo. El pequeño tamaño de la muestra también dio como resultado un menor poder estadístico, lo que significa que muchas de las diferencias predichas, mientras se observaban, no fueron estadísticamente significativas. Este resultado probablemente se deba a la dificultad de identificar sesgos estructurales en un tamaño de muestra tan pequeño, así como a la falta de una lista más completa de variables de control (por ejemplo, rentabilidad e historial crediticio). La mayoría de los solicitantes (hombres y mujeres) reportaron que el género y la condición indígena desempeñaron un papel en qué tan bien o mal el personal del banco atendió a los clientes. Los hallazgos indican una fuerte conciencia de los prejuicios culturales omnipresentes en Guatemala, y que los bancos podrían conocer mejor y tratar de abordar, si quieren ser parte de la solución. Solo el 30% de los solicitantes recibieron ofertas de préstamos, a pesar de haber recibido capacitación y sugerencias del personal de investigación sobre el proceso de solicitud de préstamos y lo que los bancos buscaban de los solicitantes de préstamos para pequeñas empresas. Aun así, estos préstamos se ofrecieron a tasas de interés muy altas, a la par de las tarjetas de crédito. Mientras que los participantes estuvieron más satisfechos con algunos bancos que otros, en general se mostraron decepcionados con el proceso y los resultados. En resumen, para este estudio piloto, la herramienta del cliente misterioso resultó útil a los fines de identificar percepciones de sesgo y documentar la (in)satisfacción del cliente con los productos y servicios proporcionados.

## Sin sesgo oculto directo – el sesgo oculto opera a través de diversos factores

**El estudio piloto no encontró diferencias significativas en las concesiones de préstamos por género solo.** De hecho, las postulantes tendían a recibir montos mayores de préstamos y plazos más largos que sus homólogos masculinos. Las mujeres indígenas propietarias de empresas (MIPE) reportaron los préstamos de duración más largos —27.3 meses— en comparación con todos los demás grupos, que promediaron 16.2 meses. Estos resultados se explican, en gran medida, por el diseño de control emparejado, que aisló la influencia directa del género y la condición indígena en la experiencia de solicitud de préstamo y los resultados de la decisión de préstamo. En otras palabras, las decisiones y los términos de los préstamos se explicaron fundamentalmente por las variables de control, incluyendo la industria, el tamaño y la antigüedad del negocio, el monto del préstamo solicitado, y la edad y la experiencia del propietario de la empresa.

Las diferencias observadas de género y de condición indígena sugieren que, **si bien existen sesgos ocultos, funcionan de maneras muy complicadas para influir en las decisiones de préstamos y experiencias individuales durante el proceso de solicitud de préstamo. Por lo tanto, centrarse en el sesgo oculto es necesario, pero no suficiente.** Este estudio fue diseñado para apoyar un análisis residual, una investigación enfocada en las percepciones y la evidencia de discriminación entre los solicitantes de préstamos para pequeñas empresas en Guatemala. En este estudio, los sesgos ocultos funcionan, en gran medida, a través de mecanismos de desigualdad estructural para influir en las decisiones de préstamos bancarios. Además, estos sesgos ocultos varían significativamente de persona a persona, dando como resultado diferentes percepciones, entendimientos y relevancia del género y la condición indígena en el proceso de solicitud de préstamo. El estudio piloto buscó nivelar el campo de juego mediante la identificación de mujeres, hombres y emprendedores indígenas, quienes ya habían alcanzado niveles similares de crecimiento en sus negocios, lo que ayudó a reducir los sesgos estructurales de género inherentes a la economía en general.

### **El estudio tampoco encontró discriminación con respecto a la condición étnica.**

Sorprendentemente, los propietarios indígenas de empresas tuvieron casi el doble de posibilidades de recibir préstamos en comparación con sus pares no indígenas (44% contra 23%) y tenían una probabilidad significativamente mayor, en promedio, de solicitar montos de préstamos más altos que los solicitantes no indígenas (aproximadamente 2,595 contra 1,508 dólares).<sup>7</sup> Al contrario de lo que esperábamos, mujeres no indígenas propietarias de empresas (MNIPE) obtuvieron la tasa más baja de concesión de préstamos en la muestra, cerca de la mitad de la observada por los propietarios indígenas de empresas. Este sorprendente hallazgo puede ser debido a las diferencias en las características del negocio y personales entre los propietarios indígenas y no indígenas de empresas. Los criterios de emparejamiento del estudio controlaban el género, pero no la condición indígena. Como resultado, los propietarios indígenas tendían a ser de mayor edad y con empresas que habían estado en operaciones por más tiempo, mientras que las mujeres no indígenas solían ser más jóvenes y tener empresas más pequeñas y nuevas que otros propietarios de negocios. Otra posible explicación es que, dado que el estudio se llevó a cabo en San Marcos y Quetzaltenango, regiones de alta concentración indígena, los factores de estatus que podríamos esperar en otras regiones menos homogéneas fueron menos evidentes.

**Si bien los resultados no mostraron evidencia alguna de efectos directos de sesgo oculto, otros estudios internacionales (resumidos en secciones previas de este informe) sobre los factores que impactan en el crédito bancario sugieren que, en nuestro estudio de propietarios de negocios guatemaltecos, es probable que operen prejuicios ocultos hacia las mujeres y los pueblos indígenas, a través de las barreras estructurales que fueron consideradas en las variables de control descritas anteriormente.**

Estos hallazgos son consistentes con una perspectiva de la teoría del sistema de género en el acceso a crédito bancario, así como estudios internacionales previos (resumidos en secciones anteriores de este informe) sobre el acceso al crédito bancario. En otras palabras, los hombres y las mujeres elegidos para este estudio fueron cuidadosamente seleccionados, y las mujeres y emprendedores indígenas han superado muchas de las barreras estructurales de género que gran parte de sus homólogos enfrentan día a día. En comparación con los propietarios de negocios, las mujeres están poco representadas entre las empresas más pequeñas, más jóvenes e informales en industrias que son menos atractivas para los bancos. Los sesgos de género y desigualdades estructurales hacen que las mujeres sean menos propensas que los hombres a tener cuentas bancarias, poseer propiedades y tener una solvencia crediticia establecida. Los pueblos indígenas también tienen más posibilidades de tener negocios más pequeños e informales y, en comparación con los propietarios no indígenas de negocios, es menos probable que tengan cuentas bancarias, propiedades y hayan establecido una solvencia crediticia y recibido educación financiera. Estas diferencias fundamentales ponen a los pueblos indígenas, en particular a las mujeres indígenas, en mayor riesgo de que se les nieguen préstamos, en comparación con los hombres indígenas y los hombres y mujeres no indígenas.

---

<sup>7</sup> Las cantidades calculadas usan en promedio una tasa de intercambio de 7.45 quetzales por dólar estadounidense.

# La percepción importa

Los participantes percibieron sesgos de género y étnicos en el proceso de solicitud. El estudio descubrió múltiples contradicciones entre la realidad de las ofertas de préstamos y las percepciones de los prestatarios individuales.

## **Las mujeres informaron un comportamiento discriminatorio por parte de los funcionarios de crédito.**

En general, las mujeres se sintieron discriminadas y consideraron que se les hubiera tratado mejor si ellas fueran hombres. Algunos hombres, sin embargo, sintieron que fueron discriminados por ser hombres. La percepción de discriminación de mujeres y hombres puede afectar a su comportamiento durante los procesos de solicitud de préstamo e influir en la calidad y nivel de satisfacción de su experiencia. Esto pone de relieve la necesidad de que las instituciones financieras comprendan mejor las necesidades y preferencias de sus clientes masculinos y femeninos y cambien sus procedimientos de acuerdo con ello.

***Sí, yo pienso que es más fácil para un hombre. En al menos dos instituciones me preguntaron que si estaba casada. En Banco de Empresa, me dijeron que es mejor que un hombre abra la cuenta por mí.***

*-Emprendedora no indígena*

***Después de analizar la situación, creo que confían menos en las mujeres. Noté algo porque me preguntaron por mi estado civil, si estaba casada o en unión civil. Y de ser así, me pedirían la identificación de mi esposo.***

*-Emprendedora no indígena*

***Creo que en este ambiente toman a los hombres más en serio que las mujeres. Creo que, si un hombre hubiera estado en mi situación, se le habría considerado más.***

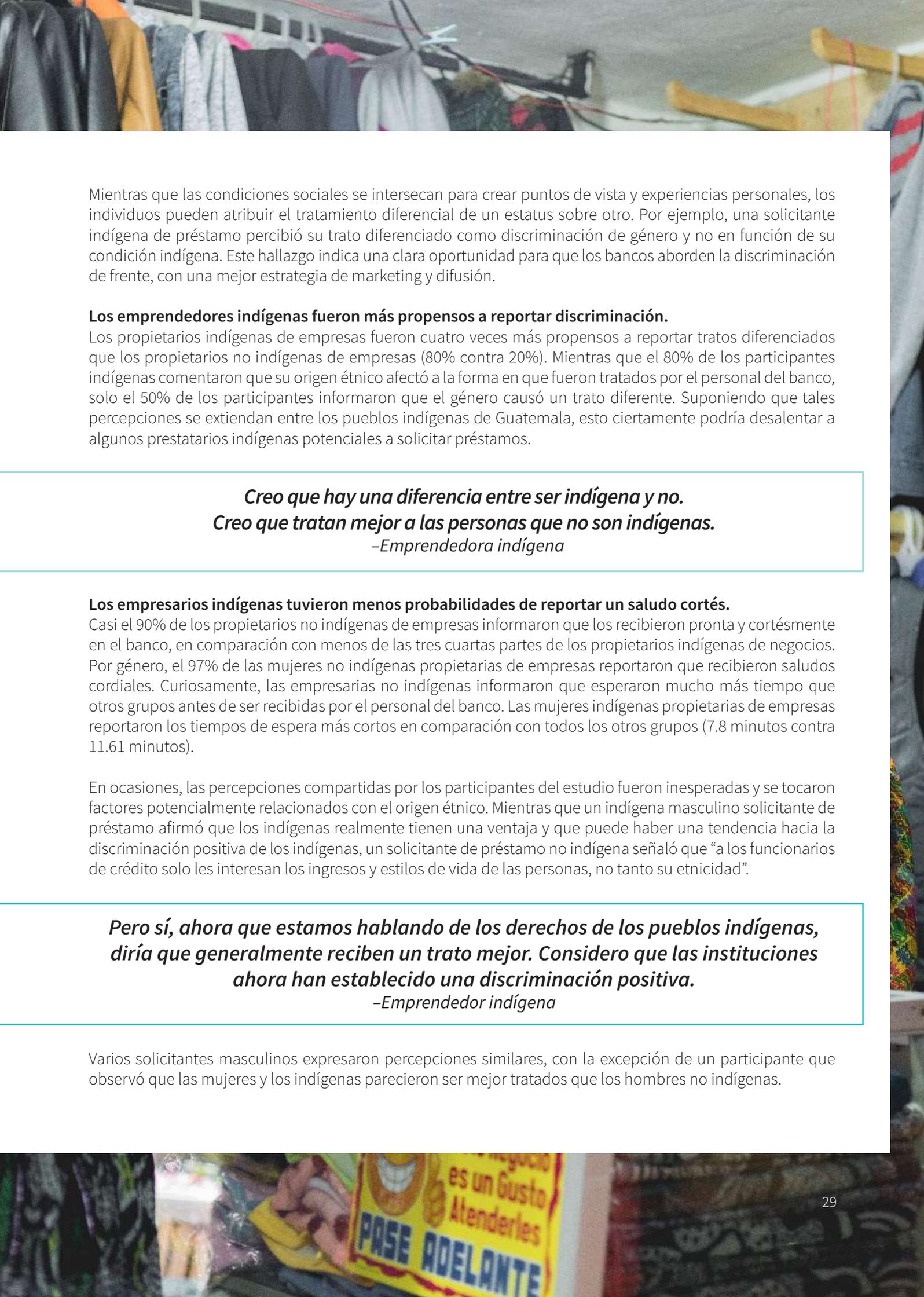
*-Emprendedora no indígena*

***Desafortunadamente, todavía vivimos en un mundo donde el machismo está presente en situaciones cotidianas. Como tal, creo que me trataron mejor. En Banco Grande había una mujer que solicitaba un préstamo al mismo tiempo que yo.***

***Tuvo que esperar durante mucho tiempo, no como yo.***

***El director del préstamo me atendió de inmediato, lo cual fue un trato preferencial.***

*-Emprendedor no indígena*



Mientras que las condiciones sociales se intersecan para crear puntos de vista y experiencias personales, los individuos pueden atribuir el tratamiento diferencial de un estatus sobre otro. Por ejemplo, una solicitante indígena de préstamo percibió su trato diferenciado como discriminación de género y no en función de su condición indígena. Este hallazgo indica una clara oportunidad para que los bancos aborden la discriminación de frente, con una mejor estrategia de marketing y difusión.

**Los emprendedores indígenas fueron más propensos a reportar discriminación.**

Los propietarios indígenas de empresas fueron cuatro veces más propensos a reportar tratos diferenciados que los propietarios no indígenas de empresas (80% contra 20%). Mientras que el 80% de los participantes indígenas comentaron que su origen étnico afectó a la forma en que fueron tratados por el personal del banco, solo el 50% de los participantes informaron que el género causó un trato diferente. Suponiendo que tales percepciones se extiendan entre los pueblos indígenas de Guatemala, esto ciertamente podría desalentar a algunos prestatarios indígenas potenciales a solicitar préstamos.

***Creo que hay una diferencia entre ser indígena y no.  
Creo que tratan mejor a las personas que no son indígenas.  
-Emprendedora indígena***

**Los empresarios indígenas tuvieron menos probabilidades de reportar un saludo cortés.**

Casi el 90% de los propietarios no indígenas de empresas informaron que los recibieron pronta y cortésmente en el banco, en comparación con menos de las tres cuartas partes de los propietarios indígenas de negocios. Por género, el 97% de las mujeres no indígenas propietarias de empresas reportaron que recibieron saludos cordiales. Curiosamente, las empresarias no indígenas informaron que esperaron mucho más tiempo que otros grupos antes de ser recibidas por el personal del banco. Las mujeres indígenas propietarias de empresas reportaron los tiempos de espera más cortos en comparación con todos los otros grupos (7.8 minutos contra 11.61 minutos).

En ocasiones, las percepciones compartidas por los participantes del estudio fueron inesperadas y se tocaron factores potencialmente relacionados con el origen étnico. Mientras que un indígena masculino solicitante de préstamo afirmó que los indígenas realmente tienen una ventaja y que puede haber una tendencia hacia la discriminación positiva de los indígenas, un solicitante de préstamo no indígena señaló que “a los funcionarios de crédito solo les interesan los ingresos y estilos de vida de las personas, no tanto su etnicidad”.

***Pero sí, ahora que estamos hablando de los derechos de los pueblos indígenas,  
diría que generalmente reciben un trato mejor. Considero que las instituciones  
ahora han establecido una discriminación positiva.  
-Emprendedor indígena***

Varios solicitantes masculinos expresaron percepciones similares, con la excepción de un participante que observó que las mujeres y los indígenas parecieron ser mejor tratados que los hombres no indígenas.

***En aquel entonces no se me ocurrió. Pero deberías haber visto la forma en que trataban a las mujeres. Es muy diferente cómo las tratan. El trato es mejor.***  
-Emprendedor indígena

***No, yo no. Hablé con algunas personas sobre esto y no parece haber ninguna diferencia. Creo que la principal diferencia es entre crédito de consumo y préstamos para las PYME.***  
-Emprendedor no indígena

**El sesgo étnico puede ser menos relevante en las regiones mayoritariamente indígenas.**

Un solicitante de préstamo sugirió que la probabilidad de discriminación varía según la región y el tipo de población que utiliza los servicios bancarios; por ejemplo, el participante dijo que la discriminación de estatus es menos probable en regiones y bancos donde hay más solicitantes indígenas. En estos casos, el estatus socioeconómico y las cuestiones de clase podrían ser más importantes que la etnicidad.

**La percepción importa. Una conclusión importante para los bancos es que, a pesar de encontrar poca evidencia en nuestro estudio de la influencia directa del sesgo étnico y de género en el acceso a crédito, hubo una expectativa amplia de sesgo étnico y de género, lo que sugiere que los bancos necesitan comunicar mejor su disposición e interés de conceder préstamos a poblaciones específicas.** Si bien la importancia percibida de la condición de género e indígena varió de manera dramática entre los solicitantes de préstamos, también variaron las justificaciones y comprensiones acerca de por qué ocurre este trato diferencial.

***Aquí en Quetzaltenango, el tratamiento es prácticamente el mismo porque la mayoría de las personas son indígenas. Pero si estuviéramos en una región diferente creo que hubiera habido una diferencia, sobre todo en regiones como Zacapa. Conocí muchas regiones del país y fui testigo de discriminación.***  
-Emprendedor no indígena

***Vengo de una comunidad aquí en San Marcos que se encuentra a 15 minutos... Tuve que esperar aunque vine con un bebé. También, cuando había un cliente adulto mayor lo atendieron primero. Creo que les importa más la cantidad de dinero que estás solicitando que tu origen. Sugeriría que el banco aumente su personal para que puedan dar un servicio al cliente adecuado para los solicitantes que buscan préstamos de alto o bajo valor, o para los indígenas y no indígenas.***  
-Emprendedora no indígena

# A pocos solicitantes les fueron ofrecidos préstamos y aún menos en los términos que querían

**En general, ninguna de las pequeñas empresas que participaron en este estudio se beneficiaron de las condiciones actuales del mercado. Solo alrededor de un tercio de los participantes recibieron ofertas de préstamos, con una concesión en promedio de 12,000 quetzales (aproximadamente 1,611 dólares). Aquellos que obtuvieron préstamos todavía recibieron tasas de interés muy altas, en promedio un 34% para términos de 18 meses. Como los solicitantes tendían a recibir ofertas con líneas de crédito revolventes de alto interés, la mayoría de los propietarios de negocios de este estudio optaron por no tomar ningún préstamo.** Para ellos, el camino más seguro es reinvertir las ganancias retenidas y contar con ahorros personales y préstamos de familiares y amigos para cubrir las necesidades de la empresa.

*Hay bancos que dicen que apoyan a las PYME,  
pero en realidad sus tasas de interés son extremadamente altas.  
-Emprendedora no indígena*

**Los bancos no están bien situados para atender a las pequeñas empresas. Si bien los propietarios de pequeñas empresas representan una importante cartera de clientes para negocios en el futuro, pocos bancos encuestados cuentan con los sistemas para apoyar a las nuevas pequeñas empresas.** Como se mencionó anteriormente, los términos de crédito desfavorables ofrecidos a los participantes en nuestro estudio no ayudan a que los nuevos negocios tengan éxito. Varios solicitantes de préstamos describieron que los bancos, al inicio, expresaban interés en sus PYME, pero se desvaneció cuando los solicitantes aspiraban a grandes cantidades de préstamos y/o carecían de ciertos factores de elegibilidad de crédito, tales como ingresos estables y garantías. Algunos solicitantes de préstamos también mencionaron el engorroso papeleo y documentación requerida por los bancos que, a menudo, es difícil de proporcionar para los propietarios de pequeñas empresas. El dueño de una empresa describió cómo los bancos, a pesar de estar evidentemente interesados en servir a las pequeñas empresas, rara vez piden ver los planes de negocios de los solicitantes; por el contrario, basan sus decisiones de préstamo casi exclusivamente en los factores de elegibilidad crediticia.

## Variaciones en las prácticas de préstamo entre los bancos

**Los bancos necesitan mejorar la experiencia de servicio al cliente para propietarios de pequeñas empresas, y la herramienta del cliente misterioso puede ayudar en este sentido. Algunos bancos tuvieron niveles más altos de satisfacción en todos los ámbitos.** Las marcadas diferencias entre los bancos indican que algunos de ellos tendrán una mayor ventaja que sus competidores en la expansión de su cartera de clientes de pequeñas empresas. Las mujeres valoran mucho las relaciones personales y el servicio al cliente y son más leales que los hombres a los proveedores de servicios individuales, tal como el gerente de relaciones de cliente en una institución financiera. Por ejemplo, un estudio de Westpac Australia revela que las mujeres que están satisfechas con su experiencia bancaria les cuentan a otras nueve personas sobre su banco.<sup>70</sup>

Los bancos participantes se enumeran en el Gráfico 6 (todos los nombres son pseudónimos).

## Gráfico 6: Descripciones de los bancos incluidos en el estudio

Nombre del banco	Descripción resumida
<b>Banco Grande</b>	Uno de los tres bancos más grandes del país; está desarrollando una estrategia para las PYME.
<b>Banco Grande 2</b>	Uno de los tres bancos más grandes de Guatemala.
<b>Banco de Empresa</b>	Uno de los tres bancos más grandes del país; ha estado implementando una estrategia para las PYME durante varios años.
<b>Fundación MFI</b>	Una fundación MFI que se enfoca en el microcrédito grupal y ha desarrollado un modelo de crédito individual para atender a las PYME.
<b>ONG de Finanzas</b>	Una ONG de finanzas con múltiples programas de desarrollo empresarial, agrícola, social y ambiental, así como servicios selectos de microcrédito disponibles para individuos y las PYME.

El ejercicio del cliente misterioso reveló varios hallazgos relativos a la satisfacción del cliente que pueden ser de interés para los bancos:

En general, **hombres y mujeres tuvieron percepciones similares de sus experiencias en bancos específicos. El Banco Grande se destaca por tener la mejor satisfacción del cliente**, con tiempos de espera para ser recibidos casi tres veces más rápidos que los del banco que se desempeñó peor. Un tercio (33%) de los préstamos otorgados fueron de Banco Grande, lo que puede ayudar a explicar por qué el 39% de los participantes masculinos y femeninos dieron a Banco Grande un puntaje positivo. Casi cuatro veces más participantes recomendaron a los funcionarios de préstamos del Banco Grande en comparación con los bancos con peores resultados (Fundación MFI y Banco de Empresa).

**Banco de Empresa recibió la peor calificación de cinco bancos en cuanto a la satisfacción del cliente.** En general, Banco de Empresa recibió las críticas más negativas (39% de los participantes masculinos y femeninos).

**En la mayoría de los bancos, los participantes informaron que los saludaron cortésmente.** Aun así, los tres mejores bancos lo hicieron tres veces mejor que los bancos peor desempeñados.

***Me trataron bien en Banco Grande porque creo que quieren promocionar a las PYME. Pero cuando vieron mi tarjeta de crédito, se retiraron.***

*–Emprendedora indígena*

***La Fundación MFI y la ONG de Finanzas tampoco respaldan a las PYME. Piden una gran hipoteca y muchas certificaciones. No me pidieron ningún plan de negocios y no estaban dispuestos a complacer a los pequeños empresarios.***

*–Emprendedor indígena*

# La educación financiera tiene el potencial de nivelar el campo de juego

**El estudio destacó la necesidad de una mayor educación financiera, incluyendo el conocimiento de los procesos de aprobación de crédito.** El aumento de la educación financiera es una forma importante y eficaz de superar las barreras estructurales que afectan desproporcionadamente a las mujeres y a los pueblos indígenas. Varios participantes en el estudio reportaron haber aprendido por primera vez cómo funciona el crédito bancario. Muchos solicitantes primerizos de préstamos se sorprendieron, no solo por los términos de los préstamos ofrecidos, sino también por la cantidad de documentación y garantías requeridas para asegurar esos préstamos. Muchos participantes del estudio también dieron a conocer una preferencia por evitar el crédito bancario debido a las altas tasas de interés (30% a 60%) y describieron los desafíos de afianzar los préstamos con capital comercial o personal y/o bienes vendibles.

***No tenemos ninguna educación financiera. Te digo que fue muy educativo porque generalmente no tratamos con sistemas de crédito, tasas de interés, plazos fijos y todo eso. Aprendí.***  
–Emprendedora indígena

***Fue una buena experiencia. Fue la primera vez que pedí un préstamo. Descubrí que no califico para uno porque no tengo un historial de crédito ni flujo de dinero suficientes. También me di cuenta de que los bancos no te respaldan como pequeña empresaria. No les interesa mi proyecto. Ningún banco me hizo una oferta y, si quiero solicitar un préstamo nuevamente en el futuro, tendré que aumentar mis transacciones.***  
–Empresaria no indígena



COOPSAMA/Oxfam

# Recomendaciones

## ¿Qué pueden hacer las instituciones financieras?

**1. Descartar la posibilidad de sesgos ocultos: las instituciones financieras no necesariamente tienen el poder de cambiar las barreras estructurales para las empresas lideradas por mujeres, pero pueden usar las autoevaluaciones para calcular posibles sesgos y comprender mejor los niveles de satisfacción de hombres y mujeres.** Estos estudios pueden ir desde simples ejercicios en el nivel de sucursal hasta ejercicios a nivel nacional. También podrían incluir combinaciones de pares femeninos y masculinos (así como diferentes etnias cuando sea relevante) para determinar los sesgos y las diferencias en las percepciones entre hombres y mujeres. El estudio en Guatemala identificó a Banco Grande como un líder en el servicio al cliente para las PYME lideradas por mujeres y hombres. Esto probablemente le da a Banco Grande una ventaja sobre otros bancos al servir al mercado de las mujeres, ya que investigaciones muestran que las mujeres tienen cuatro veces más probabilidad que los hombres de contarles a otros sobre las experiencias negativas del servicio.<sup>71</sup> Eliminar los sesgos ocultos es complicado. Mientras que las barreras estructurales suelen ser bastante obvias y fáciles de definir (por ejemplo, las mujeres están representadas entre empresas más nuevas y más pequeñas y, por lo tanto, tienen menos acceso al crédito que las lideradas por hombres), el sesgo oculto es más difícil de detectar. Para identificar el sesgo oculto, recomendamos usar el diseño de control emparejado en una muestra más grande, de 20 a 30 pares. Para este estudio, los emparejamientos se basaron en el género y se monitorearon, pero no se controlaron por la condición indígena, lo que puede explicar algunos de los hallazgos notables sobre las diferencias de condición indígena. Además de aumentar el tamaño de la muestra, los estudios futuros deberían considerar la aplicación de criterios de emparejamiento a grupos de cuatro por género y condición indígena. Adicionalmente, una importante lección aprendida es que, antes de realizar los estudios del cliente misterioso de control emparejado en países en desarrollo, deberían ofrecerse capacitaciones de línea de base para asegurar que los participantes tengan un conocimiento similar de las prácticas y procesos de los préstamos bancarios, y para controlar factores como el número de veces que los participantes han solicitado un crédito.

**2. Usar autoevaluaciones y ejercicios del cliente misterioso para identificar los niveles de satisfacción del cliente desagregados por sexo.** En particular, la herramienta de autoevaluación del banco puede ayudar a las instituciones financieras a desarrollar estrategias diferenciadas para pequeñas empresas lideradas por mujeres y para los mercados de mujeres. Si existe la percepción del sesgo, como fue el caso aquí, los bancos tienen la oportunidad de mejorar sus procesos con respecto al marketing y el servicio al cliente, para asegurar que los clientes de todos los perfiles demográficos se sientan bienvenidos y atendidos.

### **3. Reducir el riesgo de sesgo oculto.**

Las instituciones financieras deberían invertir en reducir el riesgo de sesgo oculto en las operaciones bancarias y los procesos de aprobación de crédito. Los pasos para hacerlo pueden abarcar desde capacitaciones sobre sesgos inconscientes para funcionarios de préstamos y personal del banco de primera línea al desarrollo de herramientas alternativas de evaluación de riesgo de crédito (por ejemplo, el proceso psicométrico de aprobación de crédito), que brinden una visión más clara de la habilidad de los clientes para pagar los préstamos. Cuando se combinan con capacitaciones de funcionarios de préstamos, las herramientas alternativas de evaluación de riesgo de crédito pueden romper los estereotipos culturales y de género dentro de la institución acerca de la capacidad de los hombres y las mujeres para pagar los préstamos o ser emprendedores exitosos.



**4. Tomar medidas que ayuden a las empresas lideradas por mujeres a superar las barreras estructurales que obstaculizan el crecimiento.** Las instituciones financieras deberían invertir en programas que ayuden a mujeres a superar las barreras estructurales que limitan su potencial de crecimiento y su capacidad para convertirse en mejores y grandes clientes. De forma alentadora, las instituciones financieras de ALC y del mundo están desarrollando más capacitaciones en “Inteligencia de género” para su administración y el personal, que enfatiza la importancia del marketing en sus servicios financieros para mujeres.

**5. Lo que no se mide no se administra, así que colecta, analiza y monitorea datos desagregados por sexo.** Los esfuerzos para mejorar la calidad y el crecimiento de la cartera de las PYME pueden también beneficiarse de datos de género, los cuales pueden ser usados como una herramienta de administración para identificar las necesidades diferenciadas de clientes hombres y mujeres. Los reportes de la administración desagregados por sexo pueden también ayudar a identificar los sesgos en las instituciones, como se ha visto en muchos bancos vinculados al GBA. Los datos de GBA de casi 22,000 clientes en 23 países han mostrado que atender a las pequeñas empresas lideradas por hombres cuesta el doble que atender a las pequeñas empresas lideradas por mujeres.<sup>72</sup> Estos datos han convencido a gerentes bancarios de casi 40 bancos alrededor del mundo de que desarrollen programas para el mercado de mujeres y para las PYME lideradas por mujeres.

## ¿Qué pueden hacer los actores de políticas públicas?

Los actores de políticas públicas deberían alentar a las autoevaluaciones y a las metodologías del cliente misterioso para evaluar y erradicar el sesgo en instituciones financieras. En más de una cuarta parte de los países alrededor del mundo (27%) es ilegal discriminar en decisiones de crédito sobre la base del género;<sup>73</sup> sin embargo, ningún método es actualmente empleado para garantizar que los bancos cumplan con este requisito en economías emergentes. Para empezar, la guía de FDIC de EE.UU. que ofrece sugerencias sobre cómo las instituciones pueden comparar su trato de solicitantes de préstamos a través de autoevaluaciones es un excelente recurso. El diseño de un control emparejado del cliente misterioso es un marco importante y novedoso para los bancos y otras instituciones financieras que permite examinar sus propios datos de solicitud de financiamiento y, de esta manera, evidenciar el sesgo oculto y posibles factores estructurales que producen diferentes resultados en el acceso a crédito empresarial. Dicha metodología tiene el potencial de asegurar que los bancos aborden los procesos institucionales que causan sesgos conscientes o inconscientes. Las iniciativas a nivel nacional que desarrollen muestras más grandes también arrojarán hallazgos más específicos en relación con el sesgo en sistemas de préstamo bancario.

# Anexo I: Guía para implementar autoevaluaciones de sesgo



Este anexo incluye una descripción del diseño del estudio de control emparejado del cliente misterioso utilizado para la prueba piloto en Guatemala. Esta novedosa metodología puede ser usada por las instituciones financieras para autoevaluaciones y por actores de políticas públicas para estudios interinstitucionales de acceso diferencial al crédito empresarial. Este anexo brinda orientación en dos vertientes: **1)** describe en detalle la metodología de investigación utilizada para el estudio piloto de Guatemala y **2)** proporciona sugerencias para mejoras futuras en el uso de esta metodología, así como un resumen de la guía “Side by Side: A Guide to Fair Lending” del FDIC,<sup>74</sup> que ofrece orientación sobre autoevaluaciones institucionales que coinciden con la metodología de Oxfam. El ejercicio de autoevaluación proporciona un modelo para un tipo de autoevaluación que las organizaciones pueden utilizar para identificar sesgos ocultos en los procesos de préstamos.



COOPSAMA/Oxfam

# Metodología del estudio piloto de Guatemala

El estudio piloto de Guatemala desarrolló una novedosa metodología de control emparejado de cliente misterioso para capturar las percepciones y experiencias de solicitantes de crédito cuando solicitan préstamos para micro y pequeña empresa (MYPE), desde su visita inicial hasta la decisión final del préstamo. El estudio reclutó a 12 pares “emparejados” de hombres y mujeres dueños de negocios, mitad indígenas y mitad no indígenas, de dos municipios distintos en Guatemala. Los criterios de emparejamiento para cada uno de los pares masculino-femenino incluyeron tamaño de la empresa, ventas anuales, número de empleados, industria, categorías de producto y servicio, edad del participante y capacitación básica sobre el proceso de solicitud de préstamo. A cada participante se le asignaron cinco ubicaciones bancarias para visitas en persona y presentaciones de solicitudes de préstamos. A los participantes se les pagó una pequeña remuneración para cubrir el tiempo y los viajes relacionados con el estudio. Cada participante completó un cuestionario de selección, un cuestionario para evaluar cada visita al banco y presentó un informe final de decisión sobre el préstamo y una entrevista en video al final del estudio. Los cuestionarios incluyeron una combinación de preguntas cerradas y abiertas para medir las percepciones y para capturar las narrativas en primera persona. Las entrevistas en video proporcionaron narraciones en primera persona y un control adicional para los factores de presentación personal.

El análisis de los datos incluyó estadísticas descriptivas, pruebas independientes de medias bilaterales y tabulaciones cruzadas con las pruebas de independencia Chi-cuadrado de Pearson para la determinación de diferencias individuales ( $n=22$ ) y las diferencias entre las solicitudes de préstamos ( $n=132$ ). Los análisis grupales compararon mujeres contra hombres, indígenas contra no indígenas, y la comparación de cuatro grupos de la intersección de género y condición indígena. Se codificaron datos adicionales de las preguntas abiertas y las narrativas en video para comprender mejor los requisitos del préstamo y las percepciones y la relevancia de los factores de estatus observados o de experiencia ocurridos durante el proceso de solicitud de préstamo, incluyendo informes de discriminación, evidencia de diferencias en los requisitos de la solicitud y peticiones de información adicional.

Nuestra muestra final incluyó 22 participantes, ya que un participante masculino indígena no pudo completar las visitas bancarias asignadas, lo que resultó en la omisión de un par emparejado. Como era de esperar, el diseño de la muestra del par emparejado dio como resultado muy pocas diferencias significativas en las características individuales o empresariales. Dos excepciones fueron la edad individual y edad de la empresa por condición indígena. Los participantes tenían edades entre 23 y 53 años, con una media de edad de 39.6 años. Tal como fue diseñado, no hubo diferencias significativas en edades entre los participantes masculinos y femeninos; de cualquier manera, los participantes indígenas (41 años) eran un poco mayores de edad en promedio que los participantes no indígenas (38 años). Las pequeñas empresas de la muestra tenían entre dos y 30 años, con una media general de 9.4 años. Los participantes indígenas solían tener negocios más antiguos, con una edad promedio de 11.6 años, en comparación con siete años para las empresas propiedad de participantes no indígenas. Esta diferencia se explica porque la empresa más antigua (30 años) es propiedad de un participante indígena. No hubo diferencias significativas en el tamaño de las empresas en todos los grupos, con una media de cuatro empleados y alrededor del 75% de las empresas reportaron ventas anuales de menos de 20,000 quetzales (2,684 dólares). Más de la mitad de los negocios eran empresas de servicios, mientras que una cuarta parte eran empresas manufactureras y de servicios de utilidad pública.

## Limitaciones metodológicas y desafíos

En un inicio, el estudio pretendía centrarse en las microempresas informales fuera del entorno de una incubadora universitaria. El equipo de campo contratado para reclutar y capacitar a los participantes y para recolectar los datos trabajó con los municipios locales para reclutar hombres y mujeres dueños de negocios; sin embargo, la muestra resultante terminó estando conformada por todas empresas formales registradas, casi todas establecidas, con solo unas pocas microempresas incluidas. Esto no es un hallazgo completamente inesperado, sino una desviación del propósito original del estudio. La mayoría de las investigaciones en “el último tramo” sobre las microempresas generalmente se realizan a través de encuestas de hogares y trabajos de campo de tipo etnográfico por alguna razón. Además, estos tipos de microempresas son rara vez elegibles para un crédito bancario, ya que, con demasiada frecuencia, los propietarios de negocios no cuentan con servicios bancarios y no poseen bienes valiosos adecuados que sirvan como garantía para préstamos bancarios.

En el estudio se incluyeron seis diferentes ubicaciones de bancos en Guatemala. Dado que el estudio solo analizó una sucursal bancaria específica por banco, los hallazgos no son representativos nacionalmente por el banco (que requeriría un tamaño de muestra mucho mayor).

El pequeño tamaño de la muestra ( $n=22$ ) resultó en un análisis de bajo poder estadístico para el análisis de las características individuales. Un mejor diseño implicaría una muestra mucho más grande, de 20 a 30 pares emparejados masculino-femenino. Los emparejamientos se basaron en el género, no en la condición indígena, lo que puede explicar algunos de los hallazgos significativos de las diferencias de condición indígena. Los estudios futuros pueden considerar aplicar criterios de emparejamiento para grupos de cuatro por género y condición indígena. Los controles faltantes relevantes para los resultados de la solicitud de préstamo incluyeron medidas de educación, experiencia laboral, rentabilidad de la empresa e historial crediticio personal.

Las herramientas cualitativas, especialmente las entrevistas en video, fueron una forma efectiva de obtener datos narrativos ricos y agregaron contexto a los hallazgos cuantitativos. Al replicar esta metodología, se sugiere usar las herramientas cualitativas, en particular las entrevistas en video, para capturar el estado de ánimo y los matices de las respuestas de los participantes.



COOPSAMA/Oxfam

# Consideraciones para el uso futuro

A continuación, hay una serie de recomendaciones para implementar las herramientas del cliente misterioso en futuros estudios.

## **Tamaño de la muestra:**

Aumentar el tamaño de la muestra para garantizar grados adecuados de libertad y un número adecuado de células para lograr un análisis con el poder estadístico requerido. Se recomienda un diseño de muestra de 20 a 30 emparejamientos (un total de 40 a 60 participantes) para un estudio de condición de género y étnico. Se sugiere consultar con un estadista bien entrenado para garantizar un diseño de muestra óptimo.

## **Entrevistas en video:**

Usar entrevistas en video después de cada visita para capturar percepciones cuando están frescas en la mente de los participantes; si los recursos son limitados, las entrevistas en video también pueden ayudar a capturar las percepciones de los participantes acerca de sus visitas a diferentes bancos.

## **Criterios de emparejamiento para la empresa que deberían aplicarse en el cuestionario de selección:**

- Edad
- Tamaño (del personal y ventas anuales)
- Rentabilidad
- Industria y categoría de producto o servicio
- Historial crediticio (incluyendo las aprobaciones y denegaciones de préstamos, los montos y términos otorgados y el número de veces)

## **Criterios de emparejamiento para los emprendedores que se deberían considerar:**

- Edad
- Sexo
- Educación
- Historial crediticio
- Etnicidad (según el contexto)

# Herramientas de prueba

**Pruebas emparejadas:** una prueba emparejada o combinada consiste en enviar a dos personas (o dos parejas) por separado a una institución para recopilar información detallada sobre sus prácticas crediticias. Los evaluadores se presentan como potenciales solicitantes para el mismo tipo de préstamo.

Ejemplo: para la prueba de discriminación basada en la etnicidad, un evaluador “blanco” y un evaluador “negro” visitan por separado una institución de crédito para preguntar sobre la solicitud del mismo tipo de préstamo. Se les proporcionaría información de antecedentes similares, como el tamaño de la familia y el empleo. El evaluador negro generalmente tendría un ingreso ligeramente más alto y menos deuda para parecer mejor calificado que su homólogo blanco. Por lo demás, las personas seleccionadas como evaluadores deberían ser similares en todos los aspectos significativos excepto en la variable que se prueba (por ejemplo, etnicidad, sexo, situación familiar, etc.). Luego se compararían sus experiencias para determinar si el individuo en la categoría protegida fue víctima de discriminación. Cabe destacar que, en pruebas emparejadas, los evaluadores suelen no tener conocimiento el uno del otro, ni del propósito de la prueba. Realizar la prueba de esta manera ayuda a garantizar su validez porque minimiza el potencial de sesgo en la grabación de las experiencias.

**Las pruebas de múltiples capas o “sándwich” utilizan tres evaluadores, de los cuales solo uno es miembro protegido de la categoría. Al igual que con las pruebas emparejadas, los evaluadores deben ser similares excepto por la variable en la que se prueba.**

Ejemplo: en las pruebas de discriminación basadas en el sexo, el primer evaluador sería masculino, el segundo sería femenino y el tercero masculino. El estado civil sería el mismo para los tres, y las cualificaciones del evaluador femenino serían ligeramente mejores que las de los evaluadores masculinos. Esta estructura de prueba limita las variables no de género, dejando al género como la base más probable para las posibles diferencias en el trato. En las pruebas “sándwich”, como en las pruebas emparejadas, los evaluadores preguntan por separado acerca de los requisitos de financiamientos similares.

**Las pruebas de quejas, a diferencia de los escenarios “sándwich” o emparejados, usan un solo evaluador para valorar la experiencia de un solicitante de préstamo real, quien cree que ha ocurrido un acontecimiento ilegal de discriminación. El evaluador asume características similares a las del demandante e intenta obtener información sobre el mismo producto del préstamo.**

Ejemplo: el denunciante es hispano y cree que su solicitud de préstamo fue denegada en función a su origen nacional. A un evaluador “blanco” se le asignarán cualificaciones financieras y de empleo ligeramente peores que las del denunciante. Las experiencias del denunciante en la institución se compararían con las experiencias del evaluador blanco para determinar si había alguna diferencia en el trato. Si al evaluador se le ofrece un préstamo o recibe un mejor trato y más información, entonces el denunciante puede haber sido discriminado por motivos de origen nacional. En los tres tipos de pruebas, emparejados, de múltiples capas y de quejas, los evaluadores preparan un relato escrito objetivo y fiel a los hechos de sus experiencias en un formulario de informe estandarizado.

### **Contratistas internos contra independientes:**

Las pruebas de préstamo pueden realizarse internamente por la institución prestamista o por un contratista independiente. La decisión depende de la institución; sin embargo, es importante que cada institución pondere cuidadosamente las ventajas y desventajas de las dos opciones. Una de las ventajas de las pruebas internas es que la institución controla directamente el programa cuando contrata a los evaluadores y analiza los resultados. Las desventajas son que el programa de prueba puede desviar a los empleados de otras tareas, y podría ser más difícil mantener la confidencialidad de la prueba. En forma adicional, podría resultar más complicado analizar los resultados de manera objetiva. Esto puede ser especialmente cierto si el revisor conoce al empleado que fue evaluado.

El uso de un contratista independiente, por otro lado, limita la utilización del personal de una institución. Además, la objetividad y la confidencialidad se mantienen más fácilmente debido a que menos personas dentro de la institución tienen acceso a la información del programa de prueba. Las desventajas de utilizar un contratista independiente son que sus métodos pueden no adecuarse a las necesidades particulares de una institución financiera, los niveles de experiencia pueden variar y los costos pueden ser significativos. Dado que la experiencia de prueba del contratista varía, es importante verificar su nivel de experiencia, su metodología de prueba y sus referencias. Por ejemplo, el programa específico de prueba de un contratista puede tratar solo de los problemas del servicio al cliente e ignorar las pruebas que detectan las prácticas de préstamo discriminatorias e ilegales.



- 
- <sup>1</sup> International Finance Corporation. (2011). Strengthening Access to Finance for Women-Owned SMEs in Developing Countries. Retrieved from: [https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/a4774a004a3f66539f0f9f8969adcc27/G20\\_Women\\_Report.pdf?MOD=AJPERES](https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/a4774a004a3f66539f0f9f8969adcc27/G20_Women_Report.pdf?MOD=AJPERES)
- <sup>2</sup> World Economic Forum. (2017). Global Gender Gap Report 2017. Retrieved from: <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap->
- <sup>3</sup> McKinsey Global Institute. (2015). The Power of Parity. Retrieved from: [https://www.mckinsey.com/~/\\_/media/mckinsey/global%20-themes/employment%20and%20growth/how%20advancing%20womens%20equality%20can%20add%2012%20trillion%20to%20global%20growth/mgi%20power%20of%20parity\\_full%20report\\_september%202015.ashx](https://www.mckinsey.com/~/_/media/mckinsey/global%20-themes/employment%20and%20growth/how%20advancing%20womens%20equality%20can%20add%2012%20trillion%20to%20global%20growth/mgi%20power%20of%20parity_full%20report_september%202015.ashx)
- <sup>4</sup> McKinsey Global Institute. (2015). The Power of Parity. Retrieved from: [https://www.mckinsey.com/~/\\_/media/mckinsey/global%20-themes/employment%20and%20growth/how%20advancing%20womens%20equality%20can%20add%2012%20trillion%20to%20global%20growth/mgi%20power%20of%20parity\\_full%20report\\_september%202015.ashx](https://www.mckinsey.com/~/_/media/mckinsey/global%20-themes/employment%20and%20growth/how%20advancing%20womens%20equality%20can%20add%2012%20trillion%20to%20global%20growth/mgi%20power%20of%20parity_full%20report_september%202015.ashx)
- <sup>5</sup> World Bank. (2012). The Effects of Women's Economic Power in Latin America and the Caribbean. Retrieved from: <http://documents.worldbank.org/curated/en/731771468010902462/pdf/NonAsciiFileName0.pdf>
- <sup>6</sup> World Bank. (2013). World Development Report 2013: Moving Jobs Center Stage. Retrieved from: [https://siteresources.worldbank.org/EXTNWDR2013/Resources/8258024-1320950747192/8260293-1322665883147/WDR\\_2013\\_Report.pdf](https://siteresources.worldbank.org/EXTNWDR2013/Resources/8258024-1320950747192/8260293-1322665883147/WDR_2013_Report.pdf); World Bank. (2012). World Development Report 2012: Gender Equality and Development. Retrieved from: <http://documents.worldbank.org/curated/en/492221468136792185/pdf/646650WDR0201200Box364543B00PUBLIC0.pdf>
- <sup>7</sup> International Finance Corporation. (2013). IFC Jobs Study Assessing Private Sector Contributions to Job Creation and Poverty Reduction. Retrieved from: [https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/0fe6e2804e2c0a8f8d3bad7a9dd66321/IFC\\_FULL+JOB+STUDY+REPORT\\_JAN2013\\_FINAL.pdf?MOD=AJPERES](https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/0fe6e2804e2c0a8f8d3bad7a9dd66321/IFC_FULL+JOB+STUDY+REPORT_JAN2013_FINAL.pdf?MOD=AJPERES)
- <sup>8</sup> Ayyagari, M., Demircuc-Kunt, A. and Maksimovic, V. (2014). Who Creates Jobs in Developing Countries? *Small Business Economics*, 43(1), pp. 75-99.
- <sup>9</sup> International Finance Corporation. (2013). IFC Jobs Study Assessing Private Sector Contributions to Job Creation and Poverty Reduction. Retrieved from: [https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/0fe6e2804e2c0a8f8d3bad7a9dd66321/IFC\\_FULL+JOB+STUDY+REPORT\\_JAN2013\\_FINAL.pdf?MOD=AJPERES](https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/0fe6e2804e2c0a8f8d3bad7a9dd66321/IFC_FULL+JOB+STUDY+REPORT_JAN2013_FINAL.pdf?MOD=AJPERES)
- <sup>10</sup> Goldman Sachs. (2014). Giving Credit Where It Is Due: How Closing The Credit Gap for Women-Owned SMEs Can Drive Global Growth. Global Markets Institute. Retrieved from: <http://www.goldmansachs.com/our-thinking/public-policy/gmi-folder/gmi-report-pdf.pdf>
- <sup>11</sup> International Finance Corporation. (2011). Strengthening Access to Finance for Women-Owned SMEs in Developing Countries. Retrieved from: [https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/a4774a004a3f66539f0f9f8969adcc27/G20\\_Women\\_Report.pdf?MOD=AJPERES](https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/a4774a004a3f66539f0f9f8969adcc27/G20_Women_Report.pdf?MOD=AJPERES)
- <sup>12</sup> Oxfam. (2016). An Economy for the 1%: How Privilege and Power in the Economy Drive Extreme Inequality and How This Can Be Stopped. 210 Oxfam Briefing Paper. Retrieved from: [https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file\\_attachments/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-en\\_0.pdf](https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-en_0.pdf)
- <sup>13</sup> Oxfam. (2016). An Economy for the 1%: How Privilege and Power in the Economy Drive Extreme Inequality and How This Can Be Stopped. 210 Oxfam Briefing Paper. Retrieved from: [https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file\\_attachments/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-en\\_0.pdf](https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-en_0.pdf)
- <sup>14</sup> International Finance Corporation. (2014). Women-Owned SMEs: A Business Opportunity for Financial Institutions. Retrieved from: <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/b229bb004322efde9814fc384c61d9f7/WomenOwnedSMEs+Report-Final.pdf?MOD=AJPERES>
- <sup>15</sup> World Bank. (2012). World Development Report 2012: Gender Equality and Development. Retrieved from: <http://documents.worldbank.org/curated/en/492221468136792185/pdf/646650WDR0201200Box364543B00PUBLIC0.pdf>; World Economic Forum. (2017). Global Gender Gap Report 2017. Retrieved from: <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017>
- <sup>16</sup> World Bank. (2012). World Development Report 2012: Gender Equality and Development. Retrieved from: <http://documents.worldbank.org/curated/en/492221468136792185/pdf/646650WDR0201200Box364543B00PUBLIC0.pdf>; World Economic Forum. (2017). Global Gender Gap Report 2017. Retrieved from: <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017>
- <sup>17</sup> World Bank. (2012). World Development Report 2012: Gender Equality and Development. Retrieved from: <http://documents.worldbank.org/curated/en/492221468136792185/pdf/646650WDR0201200Box364543B00PUBLIC0.pdf>; World Economic Forum. (2017). Global Gender Gap Report 2017. Retrieved from: <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017>
- <sup>18</sup> Piras, C., Presbitero, A. and Rabellotti, R. (2013). Definitions Matter: Measuring Gender Gaps in Firms' Access to Credit. Washington, DC., U.S.: Inter-American Development Bank.
- <sup>19</sup> GSMA. Connected Women 2015. (2015). Bridging the Gender Gap: Mobile Access and Usage in Low And Middle-Income Countries. Retrieved from: <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2016/02/Connected-Women-Gender-Gap.pdf>
- <sup>20</sup> Orser, B.J., Hogarth-Scott, S. and Riding, A.L. (2000). Performance, firm size, and management problem solving. *Journal of Small Business Management*, 38(4), p. 42.
- <sup>21</sup> International Finance Corporation. (2014). Women-Owned SMEs: A Business Opportunity for Financial Institutions. Retrieved from: <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/b229bb004322efde9814fc384c61d9f7/WomenOwnedSMEs+Report-Final.pdf?MOD=AJPERES>
- <sup>22</sup> International Finance Corporation. (2014). Women-Owned SMEs: A Business Opportunity for Financial Institutions. Retrieved from: <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/b229bb004322efde9814fc384c61d9f7/WomenOwnedSMEs+Report-Final.pdf?MOD=AJPERES>
- <sup>23</sup> Economist Intelligence Unit (EIU). (2013). Women's Entrepreneurial Venture Scope Index and Report 2013. Multilateral Investment Fund. Retrieved from: [https://www.eiu.com/public/topical\\_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013](https://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013)

- <sup>24</sup> Muravyev, A., Talavera, O. and Schäfer, D. (2009). Entrepreneurs' gender and financial constraints: Evidence from international data. *Journal of Comparative Economics*, 37(2), pp. 270-286; Presbitero, A. F. Rabellotti, R. and Piras, C. (2014). Barking up the wrong tree? Measuring gender gaps in firm's access to finance. *The Journal of Development Studies*, 50(10), pp. 1430-1444; Aristei, D. and Gallo, M. (2016). Does gender matter for firms' access to credit? Evidence from international data. *Finance Research Letters*, 18, pp. 67-75.
- <sup>25</sup> Kyereboah-Coleman, A. (2007) The impact of capital structure on the performance of microfinance institutions. *The Journal of Risk Finance*, 8(1), pp. 56-71.
- <sup>26</sup> Coleman, S. (2000) Access to capital and terms of credit: A comparison of men-and women-owned small businesses. *Journal of Small Business Management*, 38(3), pp. 37.
- <sup>27</sup> Narita, T., Rojo, F. and Marquez, L. E. (2014). Upscaling with a focus on microfinance institutions' largest market: women entrepreneurs. *Enterprise Development and Microfinance*, 25(3), pp. 201-210.
- <sup>28</sup> Frank, C., Lynch, E. and Schneider-Moretto, L. (2008). Stemming the tide of mission drift: Microfinance transformations and the double bottom line. Women's World Banking Focus Note. Retrieved from: <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-en-paper-stemming-the-tide-of-mission-drift-microfinance-transformations-and-the-double-bottom-line-apr-2008.pdf>
- <sup>29</sup> Goldman Sachs. (2014). Giving Credit Where It Is Due: How Closing The Credit Gap for Women-Owned SMEs Can Drive Global Growth. Global Markets Institute. Retrieved from: <http://www.goldmansachs.com/our-thinking/public-policy/gmi-folder/gmi-report-pdf.pdf>
- <sup>30</sup> Olsen, R. A. and Cox, C. M. (2001). The influence of gender on the perception and response to investment risk: The case of professional investors. *The journal of psychology and financial markets*, 2(1), pp. 29-36.
- <sup>31</sup> Oxfam. (2016). An Economy for the 1%: How Privilege and Power in the Economy Drive Extreme Inequality and How This Can Be Stopped. 210 Oxfam Briefing Paper. Retrieved from: [https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file\\_attachments/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-en\\_0.pdf](https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-en_0.pdf)
- <sup>32</sup> Carter, N. (1997). Entrepreneurial Processes and Outcomes: The Influence of Gender. In P. D. Reynolds and S. B. White (Eds.), *The Entrepreneurial Process: Economic Growth, Men, Women, and Minorities* (pp. 163–178). Westport, CT: Quorum Books.; Carter, S. and Rosa, P. (1998). The financing of male–and female–owned businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(3), pp. 225-242; Marlow, S. and Patton, D. (2005) All credit to men? Entrepreneurship, Finance, and Gender. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), pp. 717-735.
- <sup>33</sup> World Bank. (2018) Financial Inclusion Index (FINDEX) Online. Washington, DC: World Bank.
- <sup>34</sup> Frame, M. C., Roberto, K. J., Schwab, A. E. and Harris, C. T. (2010). What is important on the job? Differences across gender, perspective, and job level. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(1), pp. 36-56.
- <sup>35</sup> Frome, P. M., Alfeld, C. J., Eccles, J. S. and Barber, B. L. (2006). Why don't they want a male-dominated job? An investigation of young women who changed their occupational aspirations. *Educational Research and Evaluation*, 12(4), pp. 359-372; Williams, C. L. (1992). The glass escalator: Hidden advantages for men in the "female" professions. *Social problems*, 39(3), pp. 253-267.
- <sup>36</sup> Frome, P. M., Alfeld, C. J., Eccles, J. S. and Barber, B. L. (2006). Why don't they want a male-dominated job? An investigation of young women who changed their occupational aspirations. *Educational Research and Evaluation*, 12(4), pp. 359-372; Williams, C. L. (1992). The glass escalator: Hidden advantages for men in the "female" professions. *Social problems*, 39(3), pp. 253-267.
- <sup>37</sup> Mundy, L. (2017). Why is Silicon Valley So Awful to Women? The Atlantic Monthly. Retrieved from: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/04/why-is-silicon-valley-so-awful-to-women/517788/>
- <sup>38</sup> Mundy, L. (2017). Why is Silicon Valley So Awful to Women? The Atlantic Monthly. Retrieved from: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/04/why-is-silicon-valley-so-awful-to-women/517788/>
- <sup>39</sup> Burt, R. S. (1998). The gender of social capital. *Rationality and society*, 10(1), pp. 5-46.
- <sup>40</sup> Davis, K. (2008). Intersectionality as buzzword: A sociology of science perspective on what makes a feminist theory successful. *Feminist theory*, 9(1), pp. 67-85.
- <sup>41</sup> Foschi, M. (2000). Double standards for competence: Theory and research. *Annual Review of Sociology*, 26(1), pp. 21-42.
- <sup>42</sup> American Association of University Women. (2014). By the Numbers: A look at the Gender Pay Gap. Retrieved from: <https://www.aauw.org/2014/09/18/gender-pay-gap/>
- <sup>43</sup> American Association of University Women. (2014). By the Numbers: A look at the Gender Pay Gap. Retrieved from: <https://www.aauw.org/2014/09/18/gender-pay-gap/>
- <sup>44</sup> Atal, J., Ñopo, H. and Winder, N. (2009). New century, old disparities: Gender and ethnic wage gaps in Latin America. Inter-American Development Bank. doi: 10.1596/978-0-8213-8686-6
- <sup>45</sup> Asiedu, E., Freeman, J.A. and Nti-Addae, A. (2012). Access to Credit by Small Businesses: How Relevant Are Race, Ethnicity, and Gender? *The American Economic Review* 102, p. 3.
- <sup>46</sup> Buttner, E. H. and Rosen, B. (1988). Bank loan officers' perceptions of the characteristics of men, women, and successful entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 3(3), pp. 249-258.
- <sup>47</sup> Walker, D. and Joyner, B. E. (1999). Female entrepreneurship and the market process: Gender-based public policy considerations. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 4(2), p. 95; Fabowale, L., Orser, B. and Riding, A. (1995) Gender, structural factors, and credit terms between Canadian small businesses and financial institutions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(4), pp. 41-65.
- <sup>48</sup> Beck, T., Behr, P. and Madestam, A. (2011). Sex and credit: Is there a gender bias in lending? Faculty of Finance Working Paper No. 29. Cass Business School. City University London.
- <sup>49</sup> Saporito, P., Elam, A. and Brush, C. (2013). Bank–firm relationships: do perceptions vary by gender? *Entrepreneurship theory and practice*, 37(4), pp. 837-858.

- <sup>50</sup> Bank of Montreal. (2016). Are there gender differences among entrepreneurs? Retrieved from: [https://www.bmo.com/assets/pdfs/wealth/16-Sept\\_BMO\\_Wealth\\_Report-Final\\_EN.pdf](https://www.bmo.com/assets/pdfs/wealth/16-Sept_BMO_Wealth_Report-Final_EN.pdf)
- <sup>51</sup> D'Alessio IROL. (2017) *Tracking Sobre la Predisposición de las Entidades Financieras de Latinoamérica y el Caribe para la Financiación de Las Pequeñas Y Medianas Empresas*. Felaban, Multilateral Investment Fund, Inter-American Investment Corporation.
- <sup>52</sup> Global Banking Alliance for Women. (2014). How Banks Can Profit from the Multi-Trillion Dollar Female Economy. Retrieved from: <http://www.gbaforwomen.org/download/how-banks-can-profit-from-the-multi-trillion-dollar-female-economy/>
- <sup>53</sup> International Finance Corporation. (2017). MSME Finance Gap - Assessment of the Shortfalls and Opportunities in Financing Micro, Small and Medium Enterprises in Emerging Markets. Retrieved from: <http://documents.worldbank.org/curated/en/653831510568517947/pdf/121264-WP-PUBLIC-MSMEREportFINAL.pdf>
- <sup>54</sup> Global Banking Alliance for Women. (2017). The Economics of Banking on Women. Retrieved from: <http://www.gbaforwomen.org/download/the-economics-of-banking-on-women/>
- <sup>55</sup> FINDEX. (2014). Financial Inclusion Index (FINDEX) Online. Washington, DC: World Bank.
- <sup>56</sup> Global Banking Alliance for Women. (2018). Data Analytics.
- <sup>57</sup> Global Banking Alliance for Women. (2017). Banco BHD León: Gender Intelligent Business Model Propels Strong Women's Market Growth. Case Study. Retrieved from: <http://www.gbaforwomen.org/download/gba-case-study-banco-bhd-leon/>; Global Banking Alliance for Women. (2015). BLC Bank: Strategic Differentiation in Women's Market Yields Significant Profits. Case Study.
- <sup>58</sup> Boston Consulting Group. (2009). Women Want More (in Financial Services). Retrieved from: <https://www.bcg.com/documents/file31680.pdf>
- <sup>59</sup> World Bank. (2017). World Development Indicators Online (WDI) database. Retrieved from: <https://data.worldbank.org/products/w-di>
- <sup>60</sup> Economist Intelligence Unit (EIU). (2013). Women's Entrepreneurial Venture Scope Index and Report 2013. Multilateral Investment Fund. Retrieved from: [https://www.eiu.com/public/topical\\_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013](https://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013)
- <sup>61</sup> World Bank. (2017). Doing Business: Economy Rankings. Retrieved from: <http://www.doingbusiness.org/rankings>
- <sup>62</sup> Kelley, D., Baumer, B., Brush, C., Greene, P., Mahdavi, M., Majbourni, M., Cole, M., Dean, M. and Heavlow, R. (2017). Global Entrepreneurship Monitor. Women's Entrepreneurship Report 2016/2017. Retrieved from: <https://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202016-2017%20Womens%20Report.pdf>
- <sup>63</sup> Economist Intelligence Unit (EIU). (2013). Women's Entrepreneurial Venture Scope Index and Report 2013. Multilateral Investment Fund. Retrieved from: [https://www.eiu.com/public/topical\\_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013](https://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013)
- <sup>64</sup> World Bank. (2016). Women, Business and the Law 2016: Removing Restrictions to Enhance Gender Equality. Retrieved from: <http://pubdocs.worldbank.org/en/810421519921949813/Women-Business-and-the-Law-2016.pdf>
- <sup>65</sup> World Bank. (2010). *World Bank Enterprise Surveys*. Washington, DC: World Bank.
- <sup>66</sup> World Bank. (2010). *World Bank Enterprise Surveys*. Washington, DC: World Bank; Economist Intelligence Unit (EIU). (2013). Women's Entrepreneurial Venture Scope Index and Report 2013. Multilateral Investment Fund. Retrieved from: [https://www.eiu.com/public/topical\\_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013](https://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013)
- <sup>67</sup> World Bank. (2010). *World Bank Enterprise Surveys*. Washington, DC: World Bank.
- <sup>68</sup> Economist Intelligence Unit (EIU). (2013). Women's Entrepreneurial Venture Scope Index and Report 2013. Multilateral Investment Fund. Retrieved from: [https://www.eiu.com/public/topical\\_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013](https://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013)
- <sup>69</sup> FINDEX. (2014). Financial Inclusion Index (FINDEX) Online. Washington, DC: World Bank.
- <sup>70</sup> Mystery Shopper exercises are those that conceal participant observers to measure a service encounter. Allison, P. B. and Severt, D. E. (2012). Initial and ongoing mystery shopper motivations: An empirical investigation by experience level and an application of the theory of motivational crowding. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(1), pp. 61-80; Finn, A. and Kayandé, U. (1999). Unmasking a phantom: a psychometric assessment of mystery shopping2. *Journal of retailing*, 75(2), pp. 195-217.
- <sup>71</sup> Global Banking Alliance for Women. (2018). Women are loyal customers. Retrieved from: <http://www.gbaforwomen.org/op-sliider2/loyalty/>
- <sup>72</sup> Barletta, M. (2017). Women Are Referral Megaphones! Retrieved from: <http://martibarletta.com/video-women-are-referral-mega-phones/>
- <sup>73</sup> Global Banking Alliance for Women. (2017) Retrieved from: <http://www.gbaforwomen.org/>
- <sup>74</sup> World Bank. (2016). Women, Business and the Law 2016: Removing Restrictions to Enhance Gender Equality. Retrieved from: <http://pubdocs.worldbank.org/en/810421519921949813/Women-Business-and-the-Law-2016.pdf>
- <sup>75</sup> Federal Deposit Insurance Corporation. (1996). Side by Side: A Guide to Fair Lending. Retrieved from: <https://www.fdic.gov/regulations/resources/side/side.pdf>

