

Una cartera de créditos para mujeres que ofrece mayor rentabilidad con menor riesgo:

El caso del Banco ADOPEM en la República Dominicana

Sesgos arraigados en el sector financiero

Desde 2020, BID Invest ha trabajado con instituciones financieras de América Latina y el Caribe para identificar potenciales sesgos en sus carteras de crédito. En la mayoría de los casos, el personal rechaza en mayor proporción las solicitudes de crédito de mujeres, dedica más tiempo a evaluar esas solicitudes, y tiende a moderar los montos solicitados por las mujeres de acuerdo con sus percepciones de riesgo dando la impresión errada de que las mujeres solicitan montos más bajos al compararlas con los hombres.

Estas comparaciones se realizaron entre clientes y negocios con características similares: mismo sectores de actividad económica, nivel de ventas, antigüedad, ubicación geográfica, propósito del crédito (por ejemplo, para capital de trabajo o para inversión), nivel de riesgo (según el modelo interno de la institución financiera o del buró de crédito), y momento de solicitud, entre otros factores.

Los análisis revelan que negocios de mujeres reciben montos menores, se les piden garantías más estrictas y, en algunos casos, se les cobran tasas de interés más altas y se les imponen plazos más cortos respecto a hombres con características similares. Aunque en algunos casos esto lleva a que la carga financiera sea mayor para las mujeres (las cuotas que pagan mensualmente son mayores, por ejemplo) el comportamiento de pago de las mujeres suele ser mejor. Las mujeres exhiben menos días de mora, y la proporción de créditos y montos castigados es menor¹.

Solo en casos puntuales, cuando los créditos son homogéneos (créditos para adquisición de vehículos, por ejemplo), o cuando la evaluación del cliente es hecha por un algoritmo que toma la decisión y define los términos de la oferta sin intervención humana, no encontramos evidencia de sesgos². En estos casos, donde el cliente registra el monto que desea en una aplicación o una página web sin que sea moderado por un humano, la evidencia indica que hombres y mujeres con características similares solicitan montos idénticos.

El caso de Banco ADOPEM

Banco ADOPEM en la República Dominicana es diferente en este sentido. En diciembre de 2024, completamos un ejercicio con el banco y la Fundación Microfinanzas BBVA donde evaluamos más de 170.000 créditos colocados en su mayoría entre enero de 2022 y mayo de 2024, el universo de créditos en la cartera activa a la fecha. Estos créditos pertenecían a los diferentes segmentos de negocio que atiende Banco ADOPEM: agrícola, crédito grupal, vivienda, microempresa, pequeña empresa y mediana empresa.

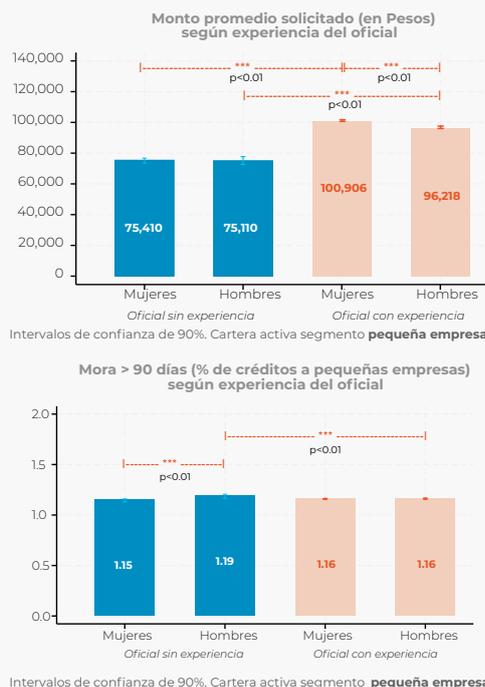
Lo que conseguimos al completar el ejercicio es inusual. Como se muestra en la Figura 1, al comparar clientes similares, cuya única diferencia observable es el sexo, vemos que, a diferencia de las instituciones donde hemos hecho el ejercicio hasta la fecha, en Banco ADOPEM las mujeres solicitan montos mayores (3% mayor en promedio al incluir todos los segmentos) y se les aprueban montos más altos que hombres comparables (4% mayor), también solicitan y reciben plazos mayores (4% en ambos casos).

Las tasas de interés que se cobran a hombres y mujeres son idénticas, al igual que el comportamiento de pago de ambos grupos. Banco ADOPEM, además, está dispuesto a otorgar créditos sin necesidad de que el cliente ofrezca activos en garantía, y la proporción de créditos con esa excepción es mayor entre mujeres que entre hombres con las mismas características (5% más en el caso de mujeres del segmento mediana empresa donde el uso de colateral es más prevalente). Cuando el banco solicita un activo en garantía, y al comparar solo estos créditos, la cobertura de la garantía es 1,7% menor en el caso de las clientes mujeres en el segmento mediana empresa.

DEBrief

- Desde 2020, BID Invest ha estado trabajando con instituciones financieras de América Latina y el Caribe ayudándoles a identificar diferencias persistentes en sus carteras de crédito entre clientes hombres y mujeres.
- Típicamente, hemos observado grandes disparidades en los montos de crédito otorgados a las mujeres, lo cual limita el crecimiento de sus negocios.
- El caso del Banco ADOPEM es una excepción. Nuestro análisis de su cartera muestra que las clientes mujeres solicitan y se les aprueban montos más altos que a hombres con similares características. Las tasas de interés para hombres y mujeres son idénticas, al igual que el comportamiento de pago de ambos grupos.
- En consecuencia, los costos administrativos, de provisiones, y de recuperación de cartera son proporcionalmente idénticos, pero los ingresos por intereses son mayores. La cartera de créditos a mujeres ofrece mayor rentabilidad con menor riesgo.
- Un enfoque en las mujeres desde sus inicios, y el conocimiento adquirido a lo largo de los años, ha llevado a Banco ADOPEM a apostar por las mujeres emprendedoras y así mejorar sus resultados financieros.

Figura 1: Diferencias en montos y mora entre clientes hombres y mujeres



1. El monto castigado se refiere al saldo de deuda por pagar clasificado como de difícil recuperación y en donde la institución financiera ha agotado los procesos de cobranza regulares.
2. Ver [el caso de Konfio](#) en México.

Aunque estas diferencias, al ser tan pequeñas, no parecen ser económicamente relevantes, lo importante es destacar que son extraordinarias en el sentido de que en ejercicios anteriores con otras instituciones financieras de la región, hemos observado grandes disparidades que colocan a las mujeres en desventaja. Por ejemplo, el monto promedio que se aprueba a las clientes mujeres puede llegar a ser, en promedio, entre 6% y 14% menor que el de hombres con características similares, como hemos visto en otras instituciones financieras. Estas diferencias limitan el crecimiento de los negocios de mujeres y en general de los países de la región. También reducen la rentabilidad de las instituciones financieras.

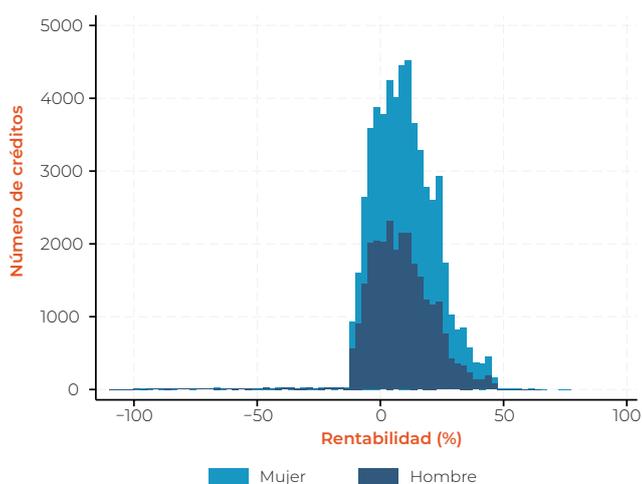


Prestar a las mujeres para maximizar la rentabilidad

Al realizar un análisis detallado de la rentabilidad de la cartera de Banco ADOPEM por clientes hombres y mujeres queda claro que, con su comportamiento, el banco está maximizando su rentabilidad. Banco ADOPEM, después de establecer su apetito de riesgo para sus diferentes carteras, entiende que puede apostar un poco más por sus clientes mujeres en términos del número de créditos y de los montos por crédito aprobado. Por ejemplo, el 67% de los créditos activos de la cartera de pequeñas empresas está en mano de mujeres y las clientes mujeres toman créditos un poco más grandes que clientes hombres (en promedio, 4% mayores).

A pesar de tomar créditos más grandes, el comportamiento de pago de clientes mujeres es idéntico al de clientes hombres comparables. En consecuencia, los costos administrativos, de provisiones, y de recuperación de cartera son proporcionalmente idénticos pero los ingresos por intereses son mayores. Los cálculos realizados con apoyo del personal de ADOPEM indican que la rentabilidad directa de la cartera activa de pequeñas empresas es en promedio 25,4% para mujeres y 24,8% para hombres (Figura 2). No solo la rentabilidad es mayor: en el caso de créditos a mujeres, la variabilidad de la rentabilidad es menor³. La cartera de créditos a mujeres ofrece mayor rentabilidad con menor riesgo.

Figura 2: Distribución de la rentabilidad directa de la cartera activa de pequeñas empresas



Este no es el caso en la mayoría de las otras instituciones analizadas, donde se invierte proporcionalmente más y con créditos más grandes en clientes hombres a pesar de tener peor comportamiento de pago que las mujeres—la diferencia de la mora a 90 días, por ejemplo, puede ser entre 1.4 y 2.6 puntos porcentuales (entre 15% y 69% superior para los hombres), y los montos castigados hasta 7% mayores. Un peor comportamiento de pago

representa mayores gastos de provisiones y de recuperación de cartera, lo que potencialmente reduce el retorno y aumenta el riesgo de la cartera.

¿Cómo han logrado conseguir estos resultados?

La pregunta que le hicimos a Banco ADOPEM fue cómo han logrado conseguir estos resultados. Banco ADOPEM inició operaciones como Banco de Ahorro y Crédito en 2004. Pero ADOPEM, la Asociación Dominicana para el Desarrollo de la Mujer, comenzó como ONG en 1982 con la idea de apoyar con microcréditos a mujeres dominicanas dispuestas a emprender. Hasta 1997, el 100% de sus clientes eran mujeres. Durante esos años, la asociación aprendió sobre el valor que representa el crédito como herramienta para las mujeres en situación de vulnerabilidad, en muchos casos la única herramienta, para empoderarse económicamente y ser independientes⁴. Una herramienta que, dice Banco ADOPEM, las mujeres cuidan y protegen y con la que nunca quieren quedar mal por la autonomía que les brinda.

ADOPEM aprendió también sobre la capacidad de las mujeres para hacer crecer sus negocios y reconocen que, aunque tienden a ser más conscientes de los riesgos y más prudentes en su manejo que los hombres, con el apoyo de los oficiales de negocio identifican oportunidades para mejorar sus negocios y hacerlos crecer. La experiencia y el seguimiento que hacen les ha demostrado la capacidad de evolución de sus clientes. En algunos casos, comienzan con la metodología grupal de crédito solidario y se van graduando a crédito individual para microempresa y luego a crédito para pequeña empresa, a medida que van haciendo crecer sus negocios. En 2024, por ejemplo, negocios que habían participado de varios ciclos de crédito aumentaron sus ganancias (excedentes generados), en promedio, entre 6% y 42% por ciclo para el grupo de clientes considerados vulnerables y en extrema pobreza cuando tomaron el primer crédito, respectivamente.

Banco ADOPEM hace un esfuerzo por transmitir su filosofía, derivada de los aprendizajes de la asociación, en el proceso de inducción del personal, a través de la formación de sus oficiales de negocio y en sus comités de crédito, donde, a pesar de no tener metas por género, cuando la presencia de clientes mujeres es muy baja, la gerencia lo hace notar. Y encontramos evidencia de este proceso de aprendizaje al analizar los créditos procesados por oficiales de negocio con mucha experiencia (quienes apuestan más por las mujeres y tienden a presentarles ofertas con montos y plazos mayores, como se puede ver en la Figura 1) versus oficiales nuevos (quienes tienden a ser más cautelosos en general y presentan ofertas similares a hombres y mujeres, aunque estos créditos tienden a ser menos rentables al ser más pequeños).

Banco ADOPEM inició operaciones siendo experto en negocios de mujeres y ese conocimiento lo ha llevado a apostar por las mujeres emprendedoras. Bajo esta filosofía, que nació con la asociación y ha sido mantenida y reforzada por Banco ADOPEM, ganan todos: las clientes y sus familias, sus negocios, Banco ADOPEM, y el país.

Información adicional

Autores: Irani Arráiz

Editor: José Baig

Agradecimientos: Queremos agradecer a Mercedes Canalda de Beras-Goico y Eva Carvajal de Toribio por la oportunidad de realizar el análisis y al personal de Banco ADOPEM, especialmente Hovel Matos y Olga Araujo, por responder dudas e inquietudes. También a la Fundación Microfinanzas BBVA por el interés y apoyo en realizar el ejercicio.

Para más información, contactar con: iarraiz@iadb.org

Este DEBrief resume los resultados del análisis de BID Invest (2024) de la cartera de crédito de Banco ADOPEM y las potenciales diferencias entre la oferta a clientes hombres y mujeres.

Fotografía: Banco ADOPEM

Diseño: Greta Design

Las ideas expresadas aquí pertenecen a los autores y no refleja necesariamente las opiniones del Grupo BID, de sus respectivos directorios o de los países que representan.

3. El cociente de variación de la rentabilidad, una medida de la dispersión relativa, es menor en el caso de las mujeres comparado con los hombres, 139% versus 185%, respectivamente.

4. Banco ADOPEM reporta que 89% de sus clientes mujeres (y 85% de los hombres) son considerados vulnerables económicamente; es decir, generan ingresos, correspondientes a las ganancias de sus negocios, por debajo de 3 veces la línea de pobreza por cada miembro del hogar.