



Género en el sistema financiero 2022

Presentación a Asociación de Bancos de México

Nancy Silva

Directora General de Estudios
Comisión para el Mercado Financiero

Septiembre 2022

Estudios y estadísticas de género en el sistema financiero: un aporte para el diseño de políticas públicas inclusivas

- Desde hace más de dos décadas, la CMF-Chile entrega información sobre el acceso y uso de instrumentos financieros, diferenciados por género, buscando aportar a la inclusión financiera y a mejores políticas públicas.
- El Informe de género en el sistema financiero revela avances sostenidos en el cierre de brechas asociadas al uso de productos financieros.
- Sin embargo, aunque las mujeres ahorran más que los hombres, tienen mejor comportamiento de pago y una composición más sana de su deuda, aun se mantienen brechas significativas en las condiciones de acceso.
- En el plano de participación femenina en los directorios de empresas financieras, las brechas podrían cerrarse hasta en 40 años.
- Estos datos hablan de lo relevante que resulta dar cuenta de esta realidad y hacer lo necesario para transformarla.

Origen del estudio “Discriminación de género en el mercado de créditos de consumo” Montoya, Parrado, Solis, Undurraga. DT 03/20 CMF

- Hallazgos empíricos:
 - Informe de Genero en el Sistema Financiero de la CMF muestra que la carga financiera y apalancamiento de las mujeres es menor y su comportamiento de pago es sostenidamente mejor que el de los hombre. Sin embargo, existen diferencias en las tasas de interés de los créditos, siendo mayores para las mujeres.
 - En 2018 se mostró un ejercicio que indica que, cuando se consideran grupos de operaciones de similares características (plazo, monto, institución), la mediana de las diferencias de tasas se reduce pero siguen siendo estadísticamente significativas para créditos productivos y de consumo (para los créditos hipotecarios, las tasas son estadísticamente equivalentes).
 - En promedio, las mujeres, realizan menos solicitudes de préstamo y por un monto menor que los hombres. En 2018, solo el 43% de los préstamo de consumo fueron solicitados por mujeres y el monto promedio de estas solicitudes fue un 50% más bajo que el de los hombres.
- La CMF realiza tres convocatorias anuales para que la academia haga propuestas de investigación que utilicen información estadística del supervisor. El tema sobre discriminación de género en el mercado de consumo surgió de esta convocatoria y contó con financiamiento de CAF. A pesar del apoyo institucional para su realización, la propiedad intelectual del estudio es de sus autores.

Metodología: “Discriminación de género en el mercado de créditos de consumo” Montoya, Parrado, Solis, Undurraga. DT N°03/20 CMF

- Hipótesis: las desigualdades se derivan, en parte, por diferencias observables originadas en el mercado laboral. Otra parte podría nacer de una discriminación por parte de los ejecutivos bancarios hacia las prestatarias. Las principales fuentes de discriminación serían la discriminación estadística y la discriminación por gusto.
- Metodología del estudio experimental:
 - La discriminación de género en el mercado crediticio se produce cuando una solicitud de préstamo recibe un trato diferente sólo debido al género del solicitante, y no según el retorno esperado del crédito.
 - Se hace un “estudio de correspondencia”, utilizando hombres y mujeres reales que compartan características en promedio similares, y que envíen solicitudes de crédito idénticas de manera aleatoria a un conjunto de ejecutivos de cuenta, para luego testear si las diferencias de aprobación entre solicitudes son estadísticamente distintas. Dado a que las características de los solicitantes son similares, las diferencias en las tasas de aprobación solo pueden deberse al género del solicitante y no a otra característica.

Metodología: “Discriminación de género en el mercado de créditos de consumo” Montoya, Parrado, Solis, Undurraga. DT N°03/20 CMF

- Reclutamiento de actores: 404 personas (incentivo económico para participar). Se construyen dos muestras, una de mujeres y una de hombres, con idénticas características crediticias (en promedio).
- Muestra de ejecutivos de cuenta: con ayuda del supervisor, se hizo una encuesta y se seleccionó aleatoriamente una submuestra de 629 ejecutivos/as de cuenta de 10 bancos con presencia nacional. La encuesta recopiló información que permitió identificar preferencias de género:
 - Elección de portafolio. La mayoría de los ejecutivos fue neutral, pero un tercio eligió una cartera “pro-hombre”.
 - Para confirmar el sesgo de género se realizó un experimento adicional: se les ofreció participar en un sorteo y cada uno recibió 2 tickets. Luego se les consultó si estarían dispuestos a donar un ticket a un colega dentro del banco. Un 63% estuvo dispuesto a donar el 2do ticket al colega asignado. No obstante, si el colega asignado era mujer, la probabilidad de donación se redujo en 9,5 pp. en ejecutivos “pro-hombre”, y en 40 pp. cuando el ejecutivo es “hombre y pro-hombre”.
- Solicitudes de préstamo: Con datos administrativos del supervisor se diseñó un esquema representativo de montos y plazos de los créditos de consumo en Chile. Con esta información, los actores enviaron cuatro solicitudes de crédito a cuatro ejecutivos previamente asignados de manera aleatoria.
- Resultados de interés: Dentro del margen extensivo, primero se observó si la solicitud de préstamo fue respondida por el ejecutivo de cuenta y, luego, si fue aceptada por el mismo ejecutivo. También se estudiaron efectos a nivel de margen intensivo, como el monto y el plazo ofrecido, la tasa de interés ofrecida y el pago de diversos seguros. Sólo se identificaron efectos causales en el margen extensivo.

Resultados: “Discriminación de género en el mercado de créditos de consumo” Montoya, Parrado, Solis, Undurraga. DT N°03/20 CMF

- Casi el 90% de las solicitudes presentadas fueron respondidas por los ejecutivos de cuenta. No se encontró evidencia de discriminación de género en las tasas de respuesta en contra de las mujeres.
- El 34% de las solicitudes fueron aprobadas, lo que se asemeja a la tasa de aprobación de la población objetivo de este estudio (clientes jóvenes que no son clientes del banco en cuestión). Sin embargo, la tasa de aprobación fue 6.6 pp. más baja para mujeres, resultado estadísticamente significativo.
- Las solicitudes de crédito evaluadas por ejecutivos neutro o pro-mujeres no muestran diferencias significativas por género en las tasas de aprobación. El efecto de discriminación contra las mujeres de ejecutivos pro-hombres es sustancial, del orden de 11 pp. Dicha diferencia proviene fundamentalmente de ejecutivos hombres con preferencias pro-hombre, en cuyo caso la discriminación contra las mujeres asciende a 18 pp. (discriminación por gusto).
- Una hipótesis alternativa es que la diferencia se deba a que la falta de información respecto de la capacidad de pago de hombres y mujeres.
 - En el experimento se realiza un tratamiento de información a los ejecutivos. A una muestra aleatoria de ejecutivos se les envió un extracto del informe de Género del supervisor que indica que las mujeres tienen un mejor comportamiento de pago y, sin embargo, obtienen peores condiciones crediticias. Los ejecutivos de cuenta que recibieron esta información discriminaron casi en la misma medida que los ejecutivos del grupo de control. Más aún, los ejecutivos pro-hombre que recibieron el tratamiento de información discriminaron más en contra de las mujeres que aquellos que no lo recibieron (sesgo de sobreconfianza de Heidhues et al)
- Por lo tanto, el resultado obedecería a discriminación por gusto mas que a discriminación estadística.
- Esto es económicamente costo: los beneficios no percibidos asociados con la discriminación de género representan el 9,5% de los beneficios previstos derivados de los préstamos aprobados.

- Con una hipótesis de discriminación basada en gusto, es poco probable que la discriminación de género contra las mujeres se neutralice mediante tratamientos de información destinados a reducir la discriminación estadística.
- Cambiar actitudes discriminadoras contra las mujeres requiere de incentivos más fuertes que rompan con tradiciones culturales históricamente arraigadas en la población.
- Este cambio cultural debe ir de la mano de políticas de regulación que fomenten la competencia en la industria crediticia, perfeccionamientos en el proceso de contratación de personal ejecutivo, y de avances tecnológicos que permitan impersonalizar las relaciones banca-cliente.

Fuente:

https://www.cmfchile.cl/portal/estadisticas/617/articles-28177_doc_pdf.pdf

https://centrocompetencia.com/wp-content/uploads/2020/11/Montoya-y-Undurraga_Discriminaci%C3%B3n-de-g%C3%A9nero-en-el-mercado-de-cr%C3%A9ditos-de-consumo.pdf



Género en el sistema financiero 2022

Presentación a Asociación de Bancos de México

Nancy Silva

Directora General de Estudios
Comisión para el Mercado Financiero

Septiembre 2022