

Mejorando la seguridad de las empresarias en Honduras: siete estrategias desde las ciencias del comportamiento

Autores:

Alexandra De Filippo
Paloma Bellatín Nieto
Miguel Rosales Legorreta
Nidia Hidalgo Celarié

Editora:

María Tenorio

División de Género y Diversidad

NOTA TÉCNICA N°
IDB-TN-02587

Mejorando la seguridad de las empresarias en Honduras: siete estrategias desde las ciencias del comportamiento

Autores:

Alexandra De Filippo

Paloma Bellatín Nieto

Miguel Rosales Legorreta

Nidia Hidalgo Celarié

Editora:

María Tenorio

Noviembre 2022

Catalogación en la fuente proporcionada por la
Biblioteca Felipe Herrera del
Banco Interamericano de Desarrollo
Mejorando la seguridad de las empresarias en Honduras: siete estrategias desde las
ciencias del comportamiento / Alexandra De Filippo, Paloma Bellatín Nieto, Miguel
Rosales Legorreta, Nidia Hidalgo; editora, María Tenorio.
p. cm. — (Nota técnica del BID ; 2587)
Incluye referencias bibliográficas.
1. Businesswomen-Psychology-Honduras. 2. Violence in women-Prevention-
Honduras. 3. Sex discrimination against women-Prevention-Honduras. 4. Gender
mainstreaming-Honduras. I. De Filippo, Alexandra. II. Bellatín, Paloma. III. Rosales,
Miguel. IV. Hidalgo, Nidia. V. Tenorio, María, editora. VI. Banco Interamericano de
Desarrollo. División de Género y Diversidad. VII. Serie.
IDB-TN-2587

Palabras clave: violencia de género, violencia contra las mujeres, riesgos, ciencias del
comportamiento, empresarias, empresas lideradas por mujeres, emprendedoras,
seguridad, empresas.

Códigos JEL: J16, L26, L29.

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2022 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



MEJORANDO LA SEGURIDAD DE LAS EMPRESARIAS EN HONDURAS



Resumen ejecutivo

Alexandra De Filippo, asesora principal BIT

Paloma Bellatín Nieto, asesora senior BIT

Miguel Rosales Legorreta, asesor BIT

Nidia Hidalgo Celarié, especialista líder, División de Género y Diversidad, BID

Las mujeres empresarias de pequeñas y medianas empresas (pymes) enfrentan muchos retos en todo el mundo. En particular, en Honduras, son vulnerables a varios tipos de violencia que atentan contra su bienestar y crecimiento. Este documento presenta los resultados de una investigación cualitativa realizada en 2020 desde la mirada de las ciencias del comportamiento, cuyo propósito fue entender los retos y las oportunidades de las pequeñas y medianas empresarias en dicho país, principalmente relacionados con su seguridad. Este estudio encontró que ellas enfrentan una serie de barreras: el estigma dentro de su ámbito familiar y su comunidad por trabajar fuera del hogar, la discriminación y el acoso sexual por parte de sus contactos y colegas profesionales por su condición de género, y la vulnerabilidad frente a extorsiones del crimen organizado. En este reporte, se proponen siete estrategias de solución, basadas en las ciencias del comportamiento y en proyectos exitosos del pasado, las cuales se enfocan en la prevención de la violencia basada en género, la reducción de la discriminación y el fomento del crecimiento de sus empresas.

Agradecemos a las empresarias que participaron en este estudio por compartir con nosotros su tiempo y sus experiencias.

Abreviaturas y acrónimos

BID	:	Banco Interamericano de Desarrollo
BIT	:	Behavioral Insights Team
CM	:	Ciudad Mujer del Gobierno de Honduras
CNBS	:	Comisión Nacional de Bancos y Seguros
INAM	:	Instituto Nacional de la Mujer
IUDPAS	:	Instituto Universitario en Democracia, Paz y Seguridad
OPDF	:	Organizaciones privadas de desarrollo financieras
USAID	:	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo

Introducción	1
1. Hallazgos del trabajo cualitativo en Honduras	2
Las empresarias entrevistadas: características, seguridad y fortalezas	3
Perfiles y roles	3
Tipos de violencia	3
Fortalezas y factores de éxito	4
2. Soluciones y estrategias comportamentales: propuesta para la seguridad de las empresarias	5
Nivel estructural	6
Estrategia 1: Crear canales efectivos y confidenciales para reportar discriminación y difundirlos con estrategias comportamentales	7
Estrategia 2: Corregir percepciones erróneas de riesgo y prejuicios que sustentan la discriminación	8
Nivel comunitario	11
Estrategia 3: Crear una red profesional —o de apoyo entre pares— para compartir información y proveer apoyo social	12
Estrategia 4: Crear un programa de mentoría para empresarias emergentes	14
Nivel familiar	15
Estrategia 5: Incorporar a la familia/pareja en capacitaciones	16
Nivel individual	17
Estrategia 6: Usar llamados a la acción claros y concretos, incluyendo reglas de oro, para fortalecer capacitaciones	18
Estrategia 7: Crear capacitaciones mediante la construcción de autoeficacia y soluciones de aprendizaje de personas adultas	18
Conclusión	20
Referencias	21
Anexos	25
Anexo 1. Detalles sobre el trabajo cualitativo	25

Introducción

Honduras registra uno de los niveles más altos de violencia en el mundo, con más de 41 homicidios por cada 100 000 habitantes (Banco Mundial, 2021). Esta violencia se expande a varios ámbitos de la vida pública y privada, afectando el desarrollo socioeconómico del país. Por ejemplo, de acuerdo con una encuesta realizada al sector empresarial hondureño, el crimen y el robo son el segundo factor que más afecta la creación de negocios, solo detrás de las altas tasas impositivas (Michel y Walker, 2020).

En contextos de inseguridad ciudadana, principalmente con alta criminalidad o con presencia del crimen organizado, las mujeres pueden tener mayor riesgo de sufrir violencia basada en género (Kiss et al., 2015; Luciano et al., 2019; Boerman y Knapp, 2019). En Honduras, en 2019, los femicidios¹ representaron 73.6 % del total de homicidios de mujeres (Instituto Universitario en Democracia, Paz y Seguridad [IUDPAS], 2019). Muchos de estos fueron perpetrados por la delincuencia organizada (52.2 % del total). En este contexto, las condiciones que enfrentan las mujeres empresarias son altamente adversas.

Las ciencias del comportamiento nos permiten estudiar los factores psicológicos, sociales e institucionales que influyen la toma de decisiones; identificar las barreras al cambio de comportamiento, e identificar soluciones prometedoras, para alentar cambios positivos. Estudiamos cómo el contexto en el que se desenvuelven las personas afecta sus decisiones y su comportamiento. En particular, nos enfocamos en cómo afectan nuestra conducta los sesgos, las actitudes, las creencias y las heurísticas —atajos mentales que nos permiten desenvolvernos en la vida—. En ese sentido, las ciencias del comportamiento son ideales para analizar algunos de los retos que enfrentan las empresarias hondureñas de la pequeña y mediana empresa (pyme) en cuanto a su seguridad.

Cada día las empresarias toman diversas decisiones; desde cómo surtirse de materias primas, seleccionar a sus proveedores, escoger los medios de comercialización de sus servicios o productos, hasta decisiones estratégicas sobre cómo hacer crecer sus empresas, financiar sus actividades y alcanzar nuevos mercados. En este complejo contexto, su percepción sobre la seguridad —en entornos tan diferentes como la calle, el trabajo o el hogar— afecta estas decisiones y, por lo tanto, su desempeño y crecimiento. De igual modo, los sesgos y creencias que pueden tener otros actores importantes en la vida de las empresarias, tanto sus familiares y su comunidad como los funcionarios públicos, proveedores y clientes, afectan tanto el bienestar como el crecimiento de ellas.

.....
¹ El femicidio es la expresión más extrema de violencia basada en género y se refiere al asesinato intencional de una mujer por su condición de mujer o motivado por razones de género.

En este documento se presenta un análisis de la seguridad de las mujeres empresarias de la pyme en Honduras² aplicando un enfoque comportamental. Empleamos una metodología cualitativa basada en dos rondas de entrevistas semiestructuradas. En la primera se entrevistó a actores institucionales clave, y en la segunda, a mujeres empresarias de distintas regiones de Honduras.

El resto del documento se divide en dos partes. En la primera resumimos los hallazgos del trabajo cualitativo. En la segunda, sobre la base de estos hallazgos proponemos estrategias y soluciones de las ciencias del comportamiento para la seguridad y el bienestar de las mujeres empresarias de la pyme en Honduras.

1. Hallazgos del trabajo cualitativo en Honduras

El trabajo cualitativo consistió en dos rondas de entrevistas. En la primera, realizamos 14 entrevistas semiestructuradas a servidores públicos que son actores clave que trabajan a diario con mujeres empresarias. En particular, conversamos con personal de Centros de Ciudad Mujer, Centros de Desarrollo Empresarial, Cámaras de Comercio y fuerzas de seguridad. Estas personas fueron seleccionadas y reclutadas por Ciudad Mujer por su cercanía a la temática de seguridad, bienestar y crecimiento de las empresarias de pyme.

Los hallazgos de esta primera ronda de entrevistas nos ayudaron a ahondar en nuestro entendimiento de los principales retos de seguridad que enfrentan las mujeres que lideran negocios y a orientar el enfoque de la segunda ronda de entrevistas. En la segunda ronda, contamos con el apoyo de los seis centros de Ciudad Mujer para la selección y el reclutamiento de las entrevistadas. Los parámetros que especificamos fueron los siguientes: mujeres lideresas de pymes, con cinco empleados o más a su cargo. Las fechas y los horarios de las entrevistas fueron programados por Ciudad Mujer, y en los dos casos en que las mujeres empresarias no pudieron asistir a la entrevista, Ciudad Mujer se encargó de conseguir suplentes con los parámetros especificados.

En ambos casos, las entrevistas se llevaron a cabo mediante la plataforma de video llamada GoogleMeets y tuvieron una duración de una hora. Todas las personas entrevistadas accedieron a un consentimiento informado sobre la captura y análisis de datos previo a la entrevista. Antes de iniciar la entrevista, nos aseguramos de que las personas se encontraran en un ambiente seguro y privado. La tabla 1 resume las entrevistadas por región.

Tabla 1. Entrevistas por región

Región	Entrevistadas/os
Tegucigalpa	5 empresarias
San Pedro Sula	2 empresarias
Choloma	3 empresarias
Yoro	2 empresarias
Atlántida	4 empresarias
Colón	1 empresaria
Total	20 empresarias

Fuente: Elaboración propia.

² Desarrollado por el Behavioral Insights Team (BIT) en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

La investigación cualitativa arrojó hallazgos importantes para comprender el entorno de las mujeres empresarias y proponer estrategias adaptadas a sus necesidades. Agrupamos los hallazgos principales en tres categorías: 1) características de las empresarias hondureñas, 2) tipos de violencia que sufren más a menudo, y 3) fortalezas y factores de éxito que identificaron las empresarias.

Las empresarias entrevistadas: características, seguridad y fortalezas

Perfiles y roles

Todas las empresarias entrevistadas lideran sus negocios y, por lo general, fueron ellas quienes tuvieron la idea inicial del producto o servicio que ofrecen. Asimismo, se encargan de la dirección creativa y comercial del mismo. Sin embargo, sus parejas y familias también se encuentran involucradas en distinta medida en la logística y las operaciones de sus empresas.

Dentro de la muestra de empresarias entrevistadas, hallamos dos grupos distintos: empresarias con mayor acceso a educación formal y empresarias con menor acceso a esta. Las empresarias que tenían una educación formal relacionada con los negocios contaban con empresas dedicadas a actividades secundarias o de exportación, y generalmente tenían más de cinco empleados. Aquellas empresarias sin educación formal en negocios crearon su emprendimiento como respuesta a cambios en su situación laboral, tal como la pérdida del trabajo o la presión económica. Estas empresas contaban con un número más reducido de empleados u operaban con el apoyo de sus familiares.

A pesar de estas diferencias, todas las entrevistadas se vieron afectadas por la pandemia del COVID-19. Los efectos más comunes que mencionaron fueron las caídas en sus ventas (al punto que algunas tuvieron que cerrar algunos locales o emprendimientos) y la multiplicación de la carga doméstica.

Tipos de violencia

Las empresarias entrevistadas narraron distintos tipos de violencia a los que se encuentran expuestas: violencia intrafamiliar o de pareja, extorsiones, discriminación y acoso sexual.

En primer lugar, encontramos que la violencia intrafamiliar o de pareja afecta sobre todo a mujeres que encabezan empresas de menor tamaño y está ligada a dinámicas de poder dentro del hogar. Por ejemplo, algunas de las empresarias mencionaron que los celos o la reticencia de las parejas a que ellas sean independientes económicamente tiene manifestaciones violentas como:

- ▶ Retener el dinero y dejar de aportar para los gastos del hogar cuando la mujer empezaba a generar ingreso.
- ▶ Menospreciar sus capacidades intelectuales para afectar su autoestima.

- ▶ Restringir la movilidad de las empresarias, por ejemplo, para manejar o hacer entregas.
- ▶ Ejercer violencia física, en algunos casos llegando a atentar contra la vida de la mujer.

En segundo lugar, las empresarias reconocieron que las extorsiones por parte del crimen organizado son un problema generalizado y nocivo que limita y desmotiva su crecimiento, en particular en zonas urbanas donde la presencia de maras (pandillas) está más asentada. Destacaron que los principales factores de riesgo son contar con un local abierto y aumentar la visibilidad del negocio, derivada de la publicidad o el crecimiento de este. Si bien toda la sociedad se ve afectada por este fenómeno, las empresarias argumentaron que, como mujeres, se sienten más vulnerables a las extorsiones que los hombres, debido a que tienen la percepción de que el crimen organizado se enfocará en los negocios manejados por ellas. La mayoría de las empresarias consideró que buscar apoyo en la policía no es opción, sobre todo por la falta de confianza en esta institución. La percepción general es que acudir a las autoridades podría resultar no solo ineficaz, sino incluso contraproducente, ya que podrían sufrir represalias por parte de los grupos delincuenciales.

En tercer lugar, las empresarias mencionaron que la discriminación, el acoso sexual y la violencia laboral son persistentes y se encuentran arraigados profundamente en el machismo de la sociedad hondureña. La mayor parte de las entrevistadas dijeron que existe un fuerte prejuicio social de que las mujeres son menos capaces como empresarias que los hombres. De igual modo, una buena parte de las empresarias mencionó que han sufrido acoso sexual por parte de sus clientes, sus proveedores e incluso sus empleados, por lo que han tenido que optar por pedir a familiares hombres llevar a cabo algunas tareas que involucren el trato directo con otros hombres.

Fortalezas y factores de éxito

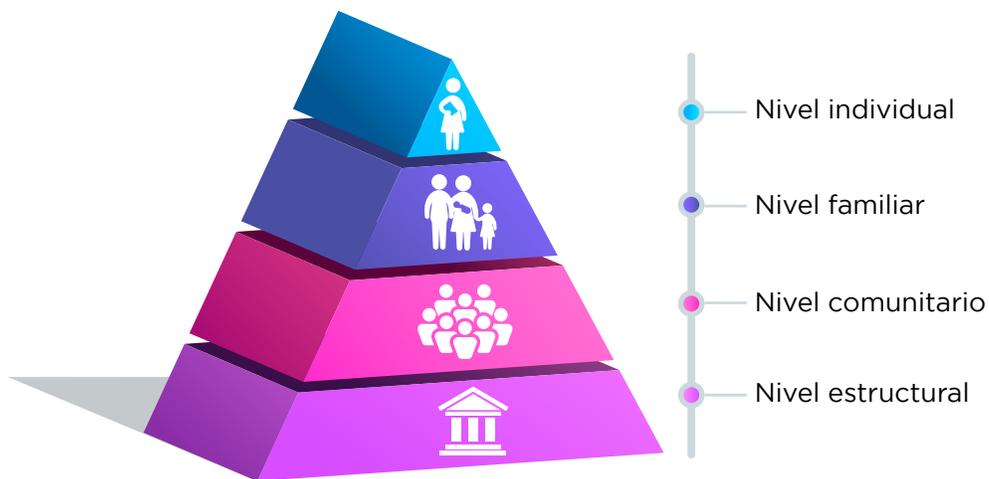
Las entrevistadas resaltaron sus fortalezas y los factores que contribuyen a su éxito como empresarias. Señalaron que las redes sociales de apoyo familiar, principalmente de la pareja y los/as hijos/as (y de manera secundaria, de amigos/as o familiares cercanos) fueron claves para iniciar sus empresas y, en muchos casos, ayudaron a la supervivencia de estas en los momentos más desafiantes. Es importante señalar que la inseguridad ante grupos de crimen organizado rara vez se conversa fuera de la familia, debido a que existe desconfianza en su entorno y temor a que hablar de ello les genere problemas con los grupos criminales. Otras entrevistadas señalaron haber recibido apoyo de diferentes instituciones, tales como la cooperación internacional, las cámaras de comercio o Ciudad Mujer.

Asimismo, las empresarias comparten una narrativa personal de fortaleza, empoderamiento y resiliencia. Se preocupan y se ocupan del bienestar de sus empleado/as, mostrando una tendencia al liderazgo positivo.

Las entrevistadas mostraron creatividad e ingenio en la generación de estrategias de protección contra las extorsiones, las cuales implican costos adicionales para sus negocios e incluso la pérdida de oportunidades de crecimiento. Por ejemplo, casi todas las empresarias realizan sus ventas en línea a través de redes sociales, con el fin de evitar las transacciones comerciales en persona. Contar con teléfonos exclusivos para su negocio es una estrategia efectiva para monitorear más de cerca las llamadas y desvincularse personalmente en caso de extorsión. Otra estrategia ha sido el suprimir el uso de publicidad exterior en sus locales comerciales y limitar nuevos clientes a personas referidas por clientes existentes o conocidos. Algunas empresarias también señalaron que han optado por establecerse en zonas comerciales, emplear a mensajeros y coordinar la entrega de productos en zonas con menor índice de extorsión, y contratar equipos de seguridad y videovigilancia.

2. Soluciones y estrategias comportamentales: propuesta para la seguridad de las empresarias

Figura 1. Niveles del modelo ecológico de las causas de la violencia



Fuente: Härkönen (2001).

Para mejorar las condiciones de seguridad de las mujeres empresarias, es crítico tratar barreras sistémicas, sociales e individuales que afectan su toma de decisiones. Para ello nos guiamos por el modelo ecológico del psicólogo Bronfenbrenner (1979), el cual explica las causas de la violencia con base en aspectos individuales, familiares, comunitarios y estructurales.

En esta sección, presentamos nuestras recomendaciones para cada nivel del modelo ecológico, incluyendo un breve perfil de los actores clave. Siguiendo el enfoque comportamental, resumimos los objetivos comportamentales (es decir, los comportamientos que quisiéramos alentar para apoyar el éxito y la seguridad de las mujeres empresarias) y hallazgos relevantes del trabajo cualitativo para sustentar las propuestas de soluciones.

Nivel estructural

Según las entrevistas, las empresarias enfrentan retos cuando se desenvuelven en entornos institucionales, tales como oficinas de registros públicos, bancos, instituciones crediticias, proveedores o clientes.

“Solicitó un préstamo del banco para comprar una casita para tener su negocio, pero en el banco no la tomaron en serio; le pidieron que llevara a alguien serio para pedir el préstamo; tuvo que llevar al esposo a que firmara el préstamo por que no creían en ella sin un hombre” (Entrevistada V, octubre de 2020)

Uno de los retos principales es el de la discriminación que perciben por su género. Por ejemplo, las entrevistadas mencionaron que los agentes de crédito les solicitaban los papeles de sus parejas para otorgarles un crédito, aun cuando cumplían con todos los requisitos. Asimismo, ninguna de las empresarias entrevistadas estaba al tanto de la existencia de canales para reportar abuso o discriminación.

Desde las ciencias del comportamiento, identificamos dos conjuntos de sesgos importantes que explican el comportamiento de estos actores institucionales:

1. **Sesgo de disponibilidad y aversión al riesgo.** Estudios demuestran que nuestro comportamiento se ve fuertemente influenciado por imágenes o eventos que podemos recordar con facilidad (sesgo de la disponibilidad [Tversky y Kahneman, 1974]). Por ejemplo, una persona podría asociar, de manera inconsciente, el concepto de líder de empresa con los hombres empresarios, ya que puede recordar con más facilidad ejemplos de empresarios exitosos. Si los actores institucionales perciben a las mujeres empresarias como menos exitosas o más riesgosas, esto podría además fortalecer la aversión al riesgo (Kahneman y Tversky, 1979; Loewenstein et al., 2001) —es decir, la tendencia a sentir desproporcionadamente más las pérdidas que las ganancias del mismo nivel— entre estos.
2. **Ignorancia pluralista.** Este sesgo ocurre cuando la mayoría mantiene una opinión o creencia y al mismo tiempo percibe erróneamente que los demás tienen la opinión opuesta (Miller y McFarland, 1987). Esto les cohibe de tomar acciones alineadas con sus creencias y no con las que consideran socialmente aceptables. En este caso, incluso si los/as tomadores de decisiones no sostienen percepciones negativas acerca de las mujeres empresarias, el creer que los demás las sostienen los podría llevar a modificar sus comportamientos para adaptarse a lo que consideran como la norma social.



Estrategia 1: Crear canales efectivos y confidenciales para reportar discriminación y difundirlos con estrategias comportamentales

Las instituciones que trabajan con empresarias podrían crear y/ o fortalecer canales efectivos, confidenciales y potencialmente automatizados para reportar violencias o discriminación basada en género. La percepción de que los sistemas para reportar abuso no son efectivos ni confidenciales puede disuadir de reportar el abuso tanto a sobrevivientes de violencia, abuso y/o acoso como a terceros que presencian estos actos. Por lo tanto, asegurar la efectividad de estos procesos y generar la percepción de que los perpetradores tienen alta probabilidad de ser reportados —y que estos reportes a su vez conllevan a sanciones— puede disuadir futura discriminación (Pratt et al., 2006). Es importante además que se les dé seguimiento a estos reportes y que se haga publicidad a la existencia y efectividad de este servicio.

Proponemos publicitar los canales de reporte tanto a operadores como a usuarias de manera visual y saliente, e incorporar estrategias comportamentales en momentos clave.

Una intervención en Estados Unidos logró disminuir el acoso y el *bullying* en escuelas al trabajar con estudiantes para mapear los sitios de mayor riesgo (*hotspots*), proporcionando información clave en estos lugares y distribuyendo el mensaje antiviolencia mediante estudiantes influyentes (Paluck et al., 2016).

Para implementar esta intervención en Honduras tendríamos que entrevistar a mujeres que hayan sufrido discriminación e identificar los momentos y lugares específicos en que ello sucede (por ejemplo, en la ventanilla del oficial crediticio, en la oficina del superintendente, etc.). Luego desarrollaríamos mensajes informados por ciencias del comportamiento tal como elección activa (definir un comportamiento deseado para resaltar que una desviación de este es una elección activa cuyas consecuencias son responsabilidad de la persona que actúa) y mensajes prosociales (mensajes que enfatizan cómo la acción de una persona puede impactar a otra gente o a la sociedad). Estos servirán una doble función: informar a las usuarias de su existencia y disuadir la perpetración de la discriminación (Kahneman y Tversky, 1979; Behavioural Insights Team, 2020). Por último, colocaremos estos mensajes en forma de carteles notorios en los lugares claves identificados por las usuarias como de riesgo.



Estrategia 2: Corregir percepciones erróneas de riesgo y prejuicios que sustentan la discriminación

Durante las entrevistas, varias empresarias expresaron su frustración por haber experimentado discriminación al solicitar créditos a instituciones financieras, en particular a bancos comerciales. Según un informe de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) de octubre del 2020 en Honduras, las mujeres empresarias reciben solo un tercio de los créditos comerciales destinados para actividades productivas (36 % de los créditos otorgados por el sistema financiero y por bancos comerciales y 40.8 % de los créditos por organizaciones privadas de desarrollo financiero), y tienden a pagar tasas de interés más altas (por lo menos 2 puntos porcentuales por encima del promedio ofrecido a los hombres empresarios; la tasa promedio para créditos de bancos comerciales es del 39.2 % para mujeres y del 37 % para los hombres). Esto indica que hay una percepción de que las mujeres son agentes menos confiables o deseables como prestatarias que los hombres. Sin embargo, el índice de morosidad en préstamos del sector financiero (incluyendo bancos comerciales y organizaciones privadas de desarrollo financieras [OPDF]) de las mujeres es menor al de los hombres, siendo este de 3.6 % comparado a 4.2 % al cierre del 2019.

Hay evidencia de que este fenómeno ocurre también en otros países. Dos estudios cuasiexperimentales en Italia encontraron que las mujeres líderes de microempresas pagan más por los productos de crédito que los hombres con el mismo perfil de riesgo (Alesina et al., 2013). Además, un estudio en Chile encontró que las solicitudes de crédito de mujeres tienen un 18 % menos de probabilidad de ser aprobadas comparadas con las de los hombres y que la discriminación de género contra las mujeres tiene más probabilidades de generarse en las relaciones hombre-mujer que en las relaciones mujer-mujer (Montoya et al., 2020).

Para desarrollar una estrategia que contrarreste este problema, necesitamos diagnosticar el motivo de la discriminación crediticia. La evidencia señala que podría deberse a dos razones: (a) los actores institucionales buscan minimizar su riesgo y ven evidencia de que las mujeres no suelen ser empresarias (discriminación estadística), o (b) los actores institucionales creen que las mujeres no deban tomar liderazgo en las empresas y activamente bloquean estas iniciativas (discriminación por preferencias o prejuicios). Describimos estrategias para cada opción a continuación.

a. Discriminación estadística. Recordatorios en momentos clave y comparación social

La discriminación es estadística cuando se justifica por una tendencia en alguna característica específica, la cual prevalece en un subgrupo (Bogliano et al., 2015). En este caso, si la mayoría de los casos de pyme o empresas en Honduras son liderados por hombres, como lo indican los datos del BID (Auguste et al., 2021), es posible que a nivel grupal se asocie la etiqueta de líder empresarial al género masculino.

Este tipo de discriminación, si bien está fundado en datos, genera prejuicios contra los grupos estereotipados y tiende a reforzar ciclos de discriminación crónica en el tiempo (Bogliano et al., 2015).

Por ejemplo, si bien la mayoría de las pymes en Honduras son lideradas por hombres, esto no quiere decir que los empresarios tengan mejores tasas de reembolso que las empresarias con una pyme similar. De hecho, en promedio, los créditos otorgados a mujeres tienen un menor perfil de riesgo a nivel mundial, ya que estas pagan menos penalizaciones y repagan más sus créditos que los hombres (D'Espallier et al., 2011). Como mencionamos antes, se observa un patrón similar en Honduras.

Dado que la discriminación estadística se basa en información, estos sesgos podrían ser sobrellevados con datos más acertados en momentos clave.

Para corregir las percepciones erróneas acerca de la tasa de morosidad o el perfil de riesgo de las mujeres empresarias proponemos realizar comunicados informados por ciencias del comportamiento a analistas de crédito que busquen disminuir su prejuicio en contra de las empresarias y a subsanar la aversión al riesgo. Por ejemplo, hay evidencia de que informar a los ejecutivos de cuenta bancarios sobre estadísticas oficiales de la tasa de reembolso promedio de mujeres los alienta a cuestionar su confianza excesiva (Montoya et al., 2020).

Para implementar esto en Honduras, tendríamos que obtener el permiso y el acceso a modificar algunos de los mensajes automáticos de la interfaz de trabajo del personal de agencias crediticias. Enviaríamos mensajes en momentos clave, como en el momento de ingresar la información de una usuaria para su evaluación, que expliciten las tasas de repago de mujeres a créditos. Estos mensajes tendrían un enmarque de aversión a la pérdida (nuestro disgusto es mayor por las pérdidas que por una posible ganancia de valor igual [Kahneman y Tversky, 1979]) en que se expliciten las pérdidas para la institución crediticia al dejar pasar clientes (mujeres) con potencial de éxito.

Igualmente, las personas rara vez tienen información acerca de cómo su desempeño se compara al de sus pares —por ejemplo, si otros agentes de crédito aprueban más solicitudes de mujeres empresarias— para establecer un punto de referencia positivo y realista.

Proponemos usar estrategias de comparación social entre agentes crediticios. En el Reino Unido, BIT trabajó con el Sistema Nacional de Salud del Reino Unido (Hallsworth et al., 2016) para reducir la tasa de prescripción de antibióticos entre aquellos consultorios con la mayor tasa de prescripción. A través de una carta se les comunicó que se encontraban por encima del 80 % de sus pares. Esta intervención redujo en 3.3 puntos porcentuales la tasa de prescripción entre los doctores que recibieron la carta en seis meses.

Para implementar esta estrategia en Honduras, necesitaríamos acceso a las ratios de aprobación de créditos hacia hombres y mujeres de oficiales crediticios. Con ello, podríamos desarrollar una comunicación dirigida a los oficiales que estén por debajo de la media para hacerles saber que se están desempeñando peor que la mayoría en cuanto a paridad y ofreciéndoles consejos prácticos para mejorar.

b. Discriminación por preferencias o gustos. Estrategias de arquitectura de decisiones y fomento de competencia de mercado

El segundo tipo de discriminación, por preferencias o gustos, es más pernicioso. Se trata de la discriminación basada en prejuicios; es decir, las personas actúan de formas que están alineadas con sus creencias preexistentes y buscan información que confirme estas creencias (Montoya et al., 2020).

Cuando los prejuicios son por preferencias, intentos explícitos por contrarrestarlos (por ejemplo, campañas de información) pueden ser contraproducentes ya que las personas tienden a asentarse aún más en sus creencias erróneas (Bohnet, 2016). Un estudio realizado en Chile para reducir discriminación entre los analistas de crédito mostró que estas estrategias pueden tener el efecto opuesto al deseado entre quienes se encuentran más sesgados, dado que sienten que sus creencias están siendo atacadas y se sienten obligados a defenderlas (Montoya et al., 2020). En estos casos, sugerimos intervenciones que busquen modificar la arquitectura de decisiones (el contexto y las opciones en los cuales se toman decisiones), en lugar de tratar de influenciar sus actitudes o creencias.

Proponemos crear procesos ciegos para evaluar el desempeño de las empresarias, o en este caso sus solicitudes de crédito, ya que esto ha dado resultados positivos para reducir la discriminación en otros sectores. Para implementar esto en Honduras, necesitaríamos el apoyo de directivos de instituciones crediticias para cambiar los procesos de manera que los/as analistas de crédito a cargo de aprobar solicitudes no tengan acceso a información personal de los/as aplicantes (como nombre o género) a la hora de validar documentos (como garantías) y tomar decisiones.

Por otro lado, se podría fomentar la competencia de mercado entre instituciones financieras (como bancos comerciales y OPDF). Estas instituciones compiten por nuevos clientes y por cuotas de mercado. Las estrategias que jueguen con estos incentivos pueden ser efectivas.

En esta línea sugerimos publicar estadísticas periódicas sobre la paridad en el otorgamiento de créditos por parte de las instituciones financieras (como bancos comerciales y OPDF). Esto podría generar presión competitiva que motive al liderazgo de estas instituciones a monitorear y mejorar su desempeño en esta área (Montoya et al., 2020). Una intervención en Sierra Leona encontró que ofrecer reconocimientos simbólicos a clínicas de salud como una forma de comparación social por grupo y promover monitoreo comunitario incrementó la percepción de calidad de las clínicas y mejoró la satisfacción de los pacientes (Christensen et al., 2020).

Para implementar esta intervención en Honduras, podemos desarrollar mensajes que se enmarquen en identidades empresariales positivas y que sirvan a su estrategia de branding.



Nivel comunitario

Los hallazgos de las entrevistas demuestran que, si bien las empresarias se benefician de sus interacciones con otras empresarias y tienen en común una narrativa personal de empoderamiento y resiliencia, existen pocas instancias en las que comparten información o recursos entre ellas. Esto presenta una oportunidad para fortalecer las redes profesionales de las empresarias hondureñas y así desplegar estrategias que fomenten su seguridad, capacitación y desempeño. Además, encaja bien con el perfil de las empresarias entrevistadas, quienes sienten responsabilidad por sus empleadas y colaboradoras.

“La Cámara de Comercio de Tegucigalpa da muchas capacitaciones sobre distintas cosas, incluso cómo abrir una página web y cómo tener una tienda digital. ¡Es buenisima! ¿Pero qué pasa? Estos recursos solo están disponibles para las personas que son socias de estos gremios. Y para ser socias, tienes que tener una contribución”. (Entrevistada N, septiembre de 2020)

Uno de los factores de éxito más citados por el grupo de empresarias con emprendimientos desarrollados y consolidados fue conocer apoyos institucionales y saber cómo acceder a ellos. Las empresarias mencionaron haber recibido capacitaciones, mentorías e incluso capital semilla, por parte de organizaciones internacionales como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (USAID, por sus siglas en inglés), asociaciones u organizaciones de la sociedad civil, como Ciudad Mujer o cámaras de comercio, y también por parte de instituciones gubernamentales.

Por otra parte, las empresarias con negocios menos desarrollados y con menor tiempo de operación anhelan contar con este tipo de apoyos, pero creen que no existen o no saben cómo acceder a ellos.

Todas las empresarias mencionaron que viven con miedo constante frente a posibles extorsiones. Cada una de ellas ha desarrollado una serie de medidas y planes de contingencia para enfrentar esa situación. Sin embargo, sus estrategias y planes son muy dispares, pues los desarrollan a partir de lo que han escuchado y con el apoyo de gente muy cercana, por temor a que otras personas estén vinculadas con alguna organización delictiva. Es común entre ellas la sensación de aislamiento frente a este enorme reto.

En este sentido, y con base en las ciencias del comportamiento, detectamos dos principales barreras:

1. **Falta de confianza y miedo a las consecuencias.** En general, no se habla de la extorsión por miedo a que la otra persona pueda tener vínculos con alguna organización ilícita. Las mujeres emprendedoras comentan o tratan estos temas solo dentro de grupos de confianza, como su núcleo familiar; sin embargo, estas personas no necesariamente conocen la mejor forma de actuar frente a estas situaciones.
2. **Falta de instancias de interacción entre empresarias y sentido de pertenencia.** Las empresarias comparten una narrativa personal de fortaleza, empoderamiento y resiliencia que les ayuda a explicar porque han sido exitosas a pesar de las adversidades. Sin embargo, existen pocas instancias en las que puedan interactuar para desarrollar un sentido de pertenencia en un grupo de mujeres empresarias de la pyme. En pocos casos las emprendedoras pueden estar en un espacio que sientan como seguro para hablar y buscar apoyo de otras empresarias.

Las soluciones que presentamos a continuación para el nivel comunitario, desde un abordaje comportamental, se enfocan en mentorías y en redes de empresarias.



Estrategia 3: Crear una red profesional —o de apoyo entre pares— para compartir información y proveer apoyo social

Los referentes sociales, o pares socialmente influyentes, a quienes se mira en busca de cómo comportarse, pueden ser mensajeros efectivos para fomentar cambios en las normas. Estos pueden ser seleccionados y capacitados para difundir cambios de comportamiento de manera amplia.

Es más probable que escuchemos y seamos convencidos de realizar algo (que potencialmente conduzca a un efecto positivo) por una persona (mensajero) que comparta similitudes con nosotros tales como aspectos demográficos, antecedentes o experiencias de vida (Durantini et al., 2006; Clore y Birne, 1974). Esto se debe a que estas personas pueden presentar el mensaje en un formato pertinente para un destinatario similar. Además, ver a alguien que consideramos un modelo ejecutar el comportamiento deseado nos facilita imaginar/considerar que podemos realizar dicho comportamiento; en particular cuando compartimos con este modelo valores e interpretaciones similares del mensaje (Bandura, 1989).

De forma complementaria, los sistemas de apoyo social pueden ser recursos importantes para alentar a las personas a adoptar un nuevo comportamiento y a lograr sus objetivos, ya que, en general, estamos más dispuestos a escuchar a quienes conocemos y más alentados después de verlos cambiar su comportamiento. En una evaluación Soon y Hume (2017) demostraron que los estudiantes del Reino Unido elevaron su asistencia a la escuela y sus calificaciones en las pruebas del final del año, después de nominar a una persona de su círculo social (un mentor, pariente o amigo) para que les recordara mediante mensajes de texto sobre los exámenes o las tareas. Las personas nominadas recibieron consejos e información útil para apoyar y dar seguimiento a los estudiantes.

Proponemos generar espacios para compartir experiencias entre empresarias (en persona o por medios digitales) y resaltar identidades positivas para fomentar un sentido de pertenencia a un grupo aspiracional. Sentirse parte de un grupo puede facilitar la adopción de comportamientos positivos (como mejores estrategias gerenciales o de seguridad), ya que la asociación con identidades positivas (por ejemplo, una empresaria) puede fomentar la autoeficacia y generar motivación.

Para implementar esta estrategia en Honduras, se formaría una serie de grupos pequeños a fin de generar un ambiente seguro para conversar sobre temas de violencia y extorsiones, relaciones con sus parejas y estrategias de crecimiento de sus negocios.

Para ello, se necesitaría un mecanismo de facilitación de las discusiones y de envío de información clave, así como una estrategia de seguimiento. Esta estrategia de seguimiento la podría llevar a cabo alguna cámara de comercio; la información que se les otorgaría a las empresarias/emprendedoras estaría basada en temas de interés para ellas, pero ajustada por las ciencias del comportamiento.

La información clave consistiría en reglas de oro de temas en los que expresaron interés (ciberseguridad, estrategias de identificación de extorsionadores, entre otras), factores positivos que les han permitido a las empresarias salir adelante y vencer retos, así como también información práctica (por ejemplo, servicios disponibles).

En una siguiente etapa de escalamiento; se podría enviar un boletín virtual con la información validada y así llegar a un público más amplio.



Estrategia 4: Crear un programa de mentoría para empresarias emergentes

La mentoría juega un papel fundamental en la mejora de las decisiones empresariales y el desempeño de las mujeres (Qasim y Cirera, 2014). Por ejemplo, en Estados Unidos, el 75 % de las mujeres líderes sostiene que la mentoría juega un papel integral en su carrera (Laukhuf y Malone, 2015).

Sugerimos crear un programa de mentoría de empresarias establecidas a empresarias que recién inician su emprendimiento.

Un estudio con microempresarias en Medellín (Colombia) implementó un programa de mentoría de seis meses entre mujeres con empresas de mayores y de menores recursos. Hallaron un incremento significativo en medidas de empoderamiento y bienestar en el corto plazo (Solenski, 2019). También, estudios en Nigeria y Argentina hallaron que, para el 80 % y 90 % (respectivamente) de las encuestadas, aprender de mentoras y participar como mentoras era muy importante, ya que las mentorías les brindan información de mercado, facilitan el acceso al financiamiento y brindan beneficios intangibles en términos de apoyo y confianza (Buvinic et al., 2013).

Para implementar esto en Honduras se necesitaría reclutar a empresarias establecidas y direccionarlas para proveer consejos y guía en cuestiones de formalización. En una primera etapa, la participación de las mentoras sería voluntaria y se podría motivar con incentivos sociales (premios, reconocimientos, entre otros).

El objetivo es que ayuden a las empresarias emergentes a hacer crecer sus ventas, acceder a nuevos mercados y ser contactos importantes para lograr acceso a financiamiento. Del mismo modo, pueden ofrecer consejos personales sobre su experiencia en cómo navegar el mundo empresarial y la posible tensión familiar.



Nivel familiar

Los hallazgos de las entrevistas demuestran que las empresarias enfrentan violencia dentro del hogar, perpetrada sobre todo por sus parejas o exparejas. Las asimetrías de poder, los celos y la reticencia de las parejas a que las mujeres sean independientes económicamente acarrear consecuencias negativas para el bienestar de las empresarias y el crecimiento de sus empresas.

“Él debería ver que es un beneficio para él que ella crezca, pero aun así está resentido, él siente que solo ella recibe el beneficio”. (Entrevistada EA, septiembre de 2020)

El tipo de violencia más destacado por las entrevistadas fue el que se da dentro del hogar. Más de la mitad de ellas dijeron saber de algún caso de este tipo de violencia en su entorno; las entrevistadas afirmaron que la violencia en el hogar es generalizada en Honduras y demostraron buen entendimiento de los diferentes tipos de violencia de pareja, a menudo describiendo situaciones de violencia emocional o económica. Estos incluyeron comportamientos controladores, manipulación y limitaciones a las decisiones, la movilidad o los gastos de la mujer.

La violencia económica —uno de los tipos de violencia más citados— se manifiesta en retener el dinero y dejar de aportar para los gastos del hogar cuando la mujer empieza a generar ingresos mediante su empresa. Algunas de las entrevistadas señalaron que los hombres no les permiten emprender porque no les gusta que ellas ganen dinero y que la mujer aspire a ser independiente económicamente. Las empresarias señalaron que los hombres querían que ellas tuvieran una relación dependiente de sus parejas.

En cambio, las empresarias con negocios consolidados señalaron que el apoyo de su pareja ha sido clave para lanzar y mantener sus empresas, sobre todo en casos donde sufrieron intentos de extorsión o durante la pandemia.

A nivel familiar, detectamos dos principales barreras:

1. **Normas sociales sobre roles de género tradicionales.** Las normas sociales son reglas informales o expectativas de comportamiento que los individuos en un grupo tienden a seguir porque creen que la mayoría de las personas en su grupo de referencia siguen esas mismas reglas (descriptivas) o porque las personas en su red de referencia creen que deben seguir dichas reglas (prescriptivas) (Bicchieri, 2017). La violencia se puede exacerbar en momentos cuando hay un cambio en las normas sociales dentro del hogar, como el caso de que una mujer decida iniciar un negocio.
2. **Prejuicio.** Las entrevistadas resaltaron el egoísmo y los celos de los hombres frente a los negocios de las mujeres, como un factor importante en la violencia. En este sentido, aclarar las percepciones erróneas sobre las normas o prácticas sociales puede alentar a las personas a cambiar su comportamiento (Alexander-Scott et al., 2016; Haylock et al., 2016).

Las soluciones basadas en las ciencias del comportamiento que presentamos a continuación para el nivel familiar se enfocan en las normas sociales sobre roles de género tradicionales y en la desnormalización de violencia.



Estrategia 5: Incorporar a la familia/pareja en capacitaciones

Una recomendación clave en la literatura es que los programas cuyo objetivo es empoderar económicamente a las mujeres deben intentar incluir a los hombres para reducir el riesgo de violencia dentro del hogar. Por ejemplo, la evaluación del proyecto Nigeria for Women recomendó incluir a los hombres en las iniciativas de empoderamiento económico para reducir los sentimientos de animosidad, amenaza o castración como resultado del empoderamiento financiero de las mujeres (Qasim y Asubaro, 2019). Esto podría lograrse (i) destacando los beneficios del empoderamiento financiero de la mujer para el hogar y la familia, y (ii) enmarcando a las mujeres que buscan ganancias financieras como "trabajadoras y virtuosas" en lugar de simplemente "empoderadas."

Recomendamos realizar módulos de capacitación con parejas (y otros miembros del entorno familiar) en los talleres de emprendimiento.

En Honduras, tendríamos que aliarnos con Ciudad Mujer y las cámaras de comercio e implementar estos módulos en los talleres que estas instituciones organizan. En estos módulos se conversaría sobre los papeles y expectativas del negocio para las parejas. Asimismo, se destacarían los beneficios que generan estos negocios para la familia y se induciría a que los hombres se sientan involucrados (manteniendo el papel de la mujer como lideresa de su empresa). El objetivo sería que las parejas apoyen a las mujeres empresarias con tareas del negocio y les den apoyo emocional, en particular, en momentos de dificultad.



Nivel individual

Los hallazgos de las entrevistas demuestran que, a nivel individual, el desempeño y la seguridad de las empresarias se ven afectados por la falta de competencias digitales y por la carencia de información concreta y operativa de cómo proteger sus negocios del crimen organizado. La venta por redes permite a las empresarias mantenerse en el anonimato y resguardar sus datos de contacto; de igual manera, al vender por redes sociales se encuentran menos expuestas a extorsiones, amedrentamiento y agresiones físicas.

“Uso las redes sociales. No hay suficiente capacitación para eso. En mi caso he aprendido sola, pero no veo que haya muchos talleres para eso. Hay algunos webinars por allí, pero son cortos y no son como deberían ser. Son generales, no son estratégicos.” (Entrevistada HR, octubre de 2020)

Un gran porcentaje de las empresarias entrevistadas mencionó haber comenzado a operar en plataformas en línea, como *Facebook* o *Whatsapp*, por considerar que su uso vuelve más seguras las operaciones de compra y venta frente al crimen organizado, debido al anonimato y a la distancia física.

En este ámbito, las dos principales barreras detectadas son:

1. **Carga cognitiva y escasez mental.** Las personas tenemos recursos cognitivos limitados para procesar información compleja. La carga adicional que supone para las mujeres vivir en situación de violencia limita su habilidad de realizar acciones deliberadas y tomar decisiones óptimas, como buscar información o completar capacitaciones (Mullainathan y Shafir, 2013).
2. **Estados fríos y calientes.** En los momentos de necesidad, también llamados estados instintivos o calientes, tendemos a tomar decisiones apresuradas y a no considerar todas las opciones disponibles. Las empresarias pueden experimentar este tipo de situaciones, por ejemplo, al sufrir una extorsión. Crear herramientas para planificar, cuando están tranquilas, qué harían en esos estados calientes puede ser beneficioso para tomar decisiones más deliberadas (Bazinger y Kühberger, 2013).

Entre las estrategias que podrían contribuir a la solución de estas barreras, además de reforzar la autoeficacia de las mujeres, se tienen las siguientes.



Estrategia 6: Usar llamados a la acción claros y concretos, incluyendo reglas de oro, para fortalecer capacitaciones

Existe evidencia de que, simplificando llamados a la acción y mostrándolos de manera que la audiencia los capte y entienda fácilmente, estos pueden ser más efectivos (Behavioural Insights Team, 2014). Los atajos cognitivos, o reglas simples (también llamadas reglas de oro), simplifican las decisiones, lo que resulta muy útil en condiciones de incertidumbre.

Proponemos crear una serie de mensajes de reglas de oro que abarquen estrategias de protección contra ciberataques y extorsiones.

Resultados de un ensayo controlado aleatorio muestran que los microempresarios que fueron capacitados con reglas de oro fueron significativamente más propensos a llevar registros, calcular ingresos y adoptar una mejor gestión empresarial que empresarios que recibieron la capacitación contable tradicional (Drexler et al., 2014).

Para implementar esto en Honduras, necesitaríamos un punto de entrada directo con las usuarias (por ejemplo, sus números de celular) y adaptar el contenido de capacitaciones en mensajes claros y concretos. Estos mensajes permitirán a las mujeres conocer (i) qué estrategias existen, y (ii) recurrir a ellas cuando puedan tener recursos cognitivos limitados para procesar información compleja (al momento de un intento de extorsión).



Estrategia 7: Crear capacitaciones mediante la construcción de autoeficacia y soluciones de aprendizaje de personas adultas

Las capacitaciones en herramientas digitales y en estrategias de seguridad pueden contribuir tanto a la protección de los negocios como a su crecimiento y rendimiento. Las entrevistadas expresaron interés en capacitaciones acerca del manejo de redes sociales y ventas en línea que las ayuden a acortar la brecha digital y a hacer crecer sus negocios (incluso durante la pandemia) sin aumentar su visibilidad y la vulnerabilidad a las extorsiones.

Dado que muchas de las empresarias participarán en capacitaciones (por ejemplo, para acortar la brecha digital) de forma física o virtual por primera vez después de muchos años, y algunas de ellas provienen de entornos desfavorables, será importante considerar la evidencia de qué funciona para promover el aprendizaje en personas adultas e incorporar estas técnicas en intervenciones que busquen construir nuevos conocimientos o habilidades.

Proponemos desarrollar capacitaciones en herramientas digitales y estrategias de seguridad que den especial atención a la construcción de autoeficacia y soluciones de aprendizaje de adultos. Los adultos que reciben intervenciones que refuerzan la relevancia que tienen estos cursos o capacitaciones para sus objetivos futuros (Priniski et al., 2018) pueden fomentar su demanda, inspirar mayor compromiso durante el aprendizaje y mejorar la asistencia (Soicher y Becker-Blease, 2020).

Para implementar esta estrategia en Honduras, tendríamos que contar con la colaboración de las organizaciones implementadoras de talleres en herramientas digitales y estrategias de seguridad; asimismo, habría que incorporar mensajes de mentalidad de crecimiento (la formulación de que las habilidades no son estáticas, sino que se desarrollan con la práctica) y otras estrategias de motivación de aprendizajes (Haimovitz y Dweck, 2016).

Conclusión

Es crucial abordar la ecología social de las mujeres empresarias para comprender los aspectos clave de su seguridad. Como se ha evidenciado en este estudio, además de enfrentar la inseguridad relacionada con grupos delictivos como maras y pandillas como sus contrapartes masculinas, las mujeres enfrentan distintas formas de violencia y discriminación basadas en su género; esto resulta en barreras a nivel estructural (instituciones), comunitaria (pares), familiar (parejas) e individual (capacidades) para su desarrollo y para el desempeño y crecimiento de sus negocios.

Este estudio documentó aquellas barreras desde el enfoque comportamental en los niveles antes señalados. A partir de estas barreras comportamentales, se plantearon soluciones que no solo involucran a las empresarias, sino a otros actores clave, ya que la seguridad de ellas se ve afectada por las decisiones y sesgos comportamentales de esos otros actores.

Las ciencias del comportamiento pueden contribuir a mejorar la experiencia de las mujeres empresarias. En los distintos niveles analizados, se han propuesto siete estrategias que pueden contribuir a generar un entorno más seguro y propicio al crecimiento de las empresarias.

Si bien se han construido estas estrategias de carácter comportamental con base en la evidencia existente en otros campos, se requiere hacer una evaluación rigurosa de estas para documentar su efectividad al ser aplicadas al contexto de las mujeres en Honduras.

Referencias

- Alesina, A. F., Lotti, F. y Mistrulli, P. E. (2013). Do women pay more for credit? Evidence from Italy. *Journal of the European Economic Association*, 11, 45–66. <http://www.jstor.org/stable/23355059>
- Alexander-Scott, M., Bell, E. y Holden, J. (2016). *DFID Guidance Note: Shifting social norms to tackle violence against women and girls (VAWG)*. VAWG Helpdesk. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/507845/Shifting-Social-Norms-tackle-Violence-against-Women-Girls3.pdf
- Auguste, S., Prat, J. y Texeira, G. (2021). *Brecha de género en el acceso al financiamiento en Centroamérica y República Dominicana*. Banco Interamericano de Desarrollo. <http://dx.doi.org/10.18235/0003151>
- Banco Mundial. (28 de mayo de 2021). *Honduras: panorama general*. <https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview>
- Bandura, A. (1989). Perceived self-efficacy in the exercise of control over AIDS infection. En V. M. Mays, G. W. Albee y S. F. Schneider (Eds.), *The primary prevention of AIDS: Psychological approaches* (pp. 128 – 141). Sage Publications.
- Bazinger, C. y Kühberger, A. (2013). Empathy gaps and decisions: The case of curiosity. En *Handbook of Psychology of Emotions: Recent Theoretical Perspectives and Novel Empirical Findings* (pp. 189-200). Nova Science Publishers Inc.
- Behavioural Insights Team. (2014). *EAST: Four Simple Ways to Apply Behavioural Insights*. The Behavioural Insights Team. <https://www.bi.team/publications/east-four-simple-ways-to-apply-behavioural-insights/>
- Behavioural Insights Team (2020). *Testing the efficacy of coronavirus messaging*. The Behavioural Insights Team. <https://www.bi.team/wp-content/uploads/2020/03/BIT-Experiment-results-How-to-wash-your-hands-international-comparison.pdf>
- Bicchieri, C. (2017). *Norms in the wild: How to diagnose, measure, and change social norms*. Oxford Scholarship Online. DOI:10.1093/acprof:oso/9780190622046.001.0001
- Bogliciano, F., Jiménez Lozano, L. y Reyes Galvis, D. (2015). *Identificar la incidencia de la estratificación socioeconómica urbana sobre la segregación de los hogares colombianos* (Investigaciones y productos CID, n.º 24). Universidad Nacional de Colombia. <http://www.cid.unal.edu.co/node/4059>

- Bohnet, I. (2016). *What works: Gender equality by design*. Harvard University Press.
- Bronfenbrenner, V. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Harvard University Press.
- Buvinic, M., Furst-Nichols, R. y Pryor, E. C. (2013). *A roadmap for promoting women's economic empowerment*. United Nations Foundation and ExxonMobil Foundation. https://www.fsnnetwork.org/sites/default/files/WEE_Roadmap_Report_Final_1.pdf
- Clore, G. L. y Byrne, D. (1974). The reinforcement affect model of attraction. En T. L. Huston (Ed.), *Foundations of interpersonal attraction* (pp. 143-170). Academic Press.
- Comisión Nacional de Bancos y Seguros. (1 de octubre de 2020). *Reporte de brecha de género en Honduras octubre 2020*. <https://www.cnbs.gob.hn/wp-content/uploads/2020/10/Reporte-de-Brecha-de-Genero-en-Honduras-October-2020.pdf>
- Christensen, D., Dube, O., Haushofer, J., Siddiqi, B. y Voors, M. (2021). Building resilient health systems: Experimental evidence from Sierra Leone and the 2014 ebola outbreak. *The Quarterly Journal of Economics*, 136(2), 1145-1198, <https://doi.org/10.1093/qje/qjaa039>
- D'Espallier, B., Guérin, I. y Mersland, R. (2011). Women and repayment in microfinance: A global analysis. *World Development*, 39(5), 758-772. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2010.10.008>
- Drexler, A., Fischer, G. y Schoar, A. (2014). Keeping it simple: Financial literacy and rules of thumb. *American Economic Journal: Applied Economics*, 6(2), 1-31. <https://www.jstor.org/stable/43189475>
- Durantini, M. R., Albarracín, D., Mitchell, A. L., Earl, A. N. and Gillette, J. C. (2006). Conceptualizing the influence of social agents of behavior change: A meta-analysis of the effectiveness of HIV-prevention interventionists for different groups. *Psychological Bulletin*, 132(2), 212-248. <https://dx.doi.org/10.1037%2F0033-2909.132.2.212>
- Hallsworth, M., Chadborn, T., Sallis, A., Sanders, M., Berry, D., Greaves, F., Clements, L. y Davies, S. C. (2016). Provision of social norm feedback to high prescribers of antibiotics in general practice: A pragmatic national randomised controlled trial. *Lancet*, 387(10029):1743-52. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(16\)00215-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(16)00215-4)
- Haimovitz, K. y Dweck, C. S. (2016). Parents' views of failure predict children's fixed and growth intelligence mind-sets. *Psychological Science*, 27(6), 859-869.

- Haylock, L., Cornelius, R., Malunga, A. y Mbandazayo, K. (2016). Shifting negative social norms rooted in unequal gender and power relationships to prevent violence against women and girls. *Gender & Development*, 24(2), 231-244. <http://dx.doi.org/10.1080/13552074.2016.1194020>
- Härkönen, U. (2001). *The Bronfenbrenner ecological systems theory of human development*.
- Instituto Universitario en Democracia, Paz y Seguridad (IUDPAS). (2019). *Muerte violenta de mujeres y femicidios. Resultados del análisis enero-diciembre 2019*. Universidad Nacional Autónoma de Honduras. <https://iudpas.unah.edu.hn/observatorio-de-la-violencia/boletines-del-observatorio-2/unidad-de-genero>
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Kiss, L, Schraiber L.B., Hossain, M., Watts, C., y Zimmerman, C. (2015). The Link Between Community-Based Violence and Intimate Partner Violence: the Effect of Crime and Male Aggression on Intimate Partner Violence Against Women. *Prev. Sci.*, 16(6), 881-889. doi: 10.1007/s11121-015-0567-6.
- Laukhuf, R. L. y Malone, T. A. (2015). Women Entrepreneurs Need Mentors. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 13(1), 70-86. https://researchportal.coachfederation.org/Document/Pdf/abstract_1875
- Loewenstein, G. F., Weber, E. U., Hsee, C. K. y Welch, N. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin*, 127(2), 267-286. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.2.267>
- Luciano, D, Hidalgo, N., Acuña, N y Urban, A.M. (2019). *Femicidio en Honduras*. Banco Interamericano de Desarrollo, nota técnica IDB-TN-1551. <http://dx.doi.org/10.18235/0001584>
- Michel, V. y Walker, I. (2020). *Honduras Jobs Diagnostic* (Job Series 17). The World Bank. <http://hdl.handle.net/10986/33304>
- Miller, D. T. y McFarland, C. (1987). Pluralistic ignorance: When similarity is interpreted as dissimilarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(2), 298-305. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.2.298>
- Montoya, A. M., Parrado, E., Solís, A. y Undurraga, R. (2020). *De mal gusto. Discriminación de género en el mercado de créditos de consumo*. Interamerican Development Bank. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/De-mal-gusto-Discriminacion-de-genero-en-el-mercado-de-creditos-de-consumo.pdf>

- Mullainathan, S. y Shafir, E. (2013). *Scarcity: Why having too little means so much*. Macmillan.
- Paluck, E. L., Shepherd, H. y Aronow, P. M. (2016). Changing climates of conflict: A social network experiment in 56 schools. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 566-571.
- Pratt, T., Cullen, F., Blevins, K., Daigle, L. y Madensen, T. (2006). The empirical status of deterrence theory: A meta-analysis. En F. T. Cullen, J. P. Wright y K. R. Blevins (Eds.), *Advances in criminological theory: Vol. 15. Taking stock: The status of criminological theory* (pp. 367-395). Transaction Publishers.
- Priniski, S. J., Hecht, C. A. y Harackiewicz, J. M. (2018). Making learning personally meaningful: A new framework for relevance research. *Journal of Experimental Education*, 86(1), 11-29. <https://doi.org/10.1080/00220973.2017.1380589>
- Qasim, F. y Asubaro, W. (2019). *Gender-based violence: An analysis of the implications for the Nigeria for Women Project*. World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/731521555064925144/Gender-Based-Violence-An-Analysis-of-the-Implications-for-the-Nigeria-for-Women-Project>
- Qasim, Q. y Cirera, X. (2014). *Supporting growth-oriented women entrepreneurs: a review of the evidence and key challenges*. Innovation, technology and entrepreneurship policy note; n.º 5. World Bank. <http://hdl.handle.net/10986/23654>
- Soicher, R. N., & Becker-Blease, K. A. (2020). *Utility value interventions: Why and how instructors should use them in college psychology courses*. Scholarship of Teaching and Learning in Psychology. Advance online publication. <https://doi.org/10.1037/stl0000240>
- Solenski, T. (2019). *Empowering female entrepreneurs through mentorship in Medellin, Colombia: Results from the field* [Tesis de maestría, The University of San Francisco]. <https://repository.usfca.edu/thes/1181>
- Soon, Z. y Hume, S. (16 de octubre de 2017). *Helping everyone reach their potential: new education results*. The Behavioural Insights Team. <https://www.bi.team/blogs/helping-everyone-reach-their-potential-new-education-results/>
- Tversky, A. y Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124-1131. <http://www.jstor.org/stable/1738360>

Anexos

Anexo 1. Detalles sobre el trabajo cualitativo

En la primera ronda de trabajo cualitativo, la cual llevamos a cabo entre junio y agosto de 2020, realizamos catorce entrevistas semiestructuradas con actores clave, tales como servidores públicos que trabajan a diario con mujeres empresarias. Conversamos con personal de los centros Ciudad Mujer, centros de desarrollo empresarial, cámaras de comercio y fuerzas de seguridad. Aunque estos actores tenían mayor experiencia con emprendedoras y microempresarias, las entrevistas nos ayudaron a contar con un mejor entendimiento de los principales retos de seguridad que enfrentan las mujeres que lideran negocios. Esto a su vez nos permitió orientar el enfoque de la segunda ronda de entrevistas.

Dos temas clave surgieron de este trabajo:

- ▶ **La violencia intrafamiliar o de pareja**, que afecta sobre todo a mujeres que encabezan empresas de menor tamaño y está ligada a dinámicas de poder dentro del hogar, control del tiempo y la movilidad, manejo de recursos económicos y manipulación emocional.
- ▶ **La inseguridad frente al crimen organizado**, que afecta sobre todo a empresarias en zonas urbanas y está ligada a las extorsiones.

En la siguiente ronda de entrevistas con empresarias exploramos estos dos temas a profundidad e identificamos estrategias de mitigación, dejando temas como la burocracia y el acoso como preguntas de investigación secundarias. Durante esta ronda (septiembre- noviembre 2020) realizamos 20 entrevistas semiestructuradas de investigación cualitativa para comprender el contexto en el que las empresarias se desenvuelven, identificar actores relevantes para su seguridad, investigar los cambios de comportamiento que pudieran mejorar tanto su seguridad como su desempeño e indagar cuáles son las barreras o facilitadores al cambio. Los hallazgos de este ejercicio sirvieron como base para la elaboración de una estrategia informada por las ciencias del comportamiento para apoyar a las pymes lideradas por mujeres en Honduras.

Con base en los resultados del trabajo cualitativo, realizamos una revisión de literatura relevante —tanto en el campo de violencia de género como de las ciencias del comportamiento— para identificar y desarrollar las estrategias propuestas en esta nota técnica.

Tabla a. Preguntas de investigación específicas por actor y número de entrevistas realizadas

	Ronda 1			Ronda 2
	Funcionarias estatales de CM, INAM	Funcionarias/os de las fuerzas de seguridad	Sector privado y gremios (cámaras de comercio y CDE)	Empresarias/os
Preguntas de investigación específicas por actor	<p>¿A qué canales de atención pueden acudir las mujeres empresarias en situaciones de violencia?</p> <p>¿Qué estrategias existen para mitigar riesgos comunes?</p>	<p>¿Cuáles son los principales riesgos que enfrentan las mujeres empresarias?</p> <p>¿Cómo y en qué momentos se manifiestan estos riesgos?</p> <p>¿A qué canales de atención legal o de seguridad pueden acudir las mujeres empresarias en situaciones de violencia?</p>	<p>¿Qué factores impiden el crecimiento de las pymes de las mujeres empresarias y qué formas de organización tienen?</p> <p>¿Qué redes de apoyo o servicios existen para apoyar a las mujeres empresarias?</p>	<p>¿Cuáles son los principales retos que enfrentan las mujeres empresarias debido a la violencia?</p> <p>¿Cómo y en qué momentos se manifiesta este tipo de violencia?</p> <p>¿Cómo afecta esto el crecimiento y desarrollo de sus empresas?</p> <p>¿Qué estrategias existen para mitigar riesgos?</p>
Número de entrevistas	3	3	8	20

