

Entendiendo el DH Redes HDR septiembre de 2008 Número 21



¿La proliferación de mercados inclusivos es una vía para salir de la pobreza?

Ron Mendoza, Namsuk Kim y Nina Thelen
Oficina de Estudios de Desarrollo del PNUD

Casi la mitad de la población mundial se encuentra sumida en la pobreza, la mayoría vive en países en desarrollo, y muchos se sitúan en la base de la pirámide económica. Los pobres y casi pobres representan un vasto mercado de bienes y servicios en gran medida aún sin explotar como también una fuente potencial de iniciativas emprendedoras y de capacidad productiva. A pesar de lo prometedor de esta eventual ganancia mutua entre negocio y desarrollo, hay cada vez más pruebas que demuestran que la gran mayoría de los pobres del mundo siguen marginados, incluso cuando los mercados continúan expandiéndose dentro de los países y se integran cada vez más a nivel internacional. Es más, en algunos casos extremos, los pobres se enfrentan a una *condena de pobreza*, es decir, terminan pagando más por los mismos bienes y servicios en comparación con el resto de la población. Así, los dos retos idénticos que tienen por delante tanto empresas como profesionales del desarrollo son, por un lado, llegar a las causas de raíz que explican por qué los mercados no incluyen a los pobres, y, por otro, plantear posibles soluciones en el momento y el lugar adecuado para que sean viables y estén garantizadas.

¿Cómo contribuyen los mercados más inclusivos al desarrollo humano?

Está claro que no todos los retos relacionados con la pobreza se gestionan mejor a través de los mercados. Los gobiernos pueden y deben continuar desempeñando un papel fundamental, especialmente ayudando a que los mercados funcionen de forma más inclusiva. Numerosas publicaciones indican que la falta de acceso a los mercados, como el de créditos y seguros, podría reforzar la escasez de bienes y las trampas de la pobreza a las que se enfrentan muchos pobres. Un menor acceso a los mercados de créditos y seguros podría limitar la capacidad de los pobres hacia el consumo fluido y las inversiones (por ejemplo, educación, sanidad, etc.), lo que, en definitiva, podría agudizar su pobreza. El acceso al mercado es un aspecto crítico de las vidas económicas de muchos pobres y casi pobres, y participar satisfactoriamente en los mercados es, quizás, una condición *sine qua non* para salir definitivamente de la pobreza. De hecho, en algunas zonas donde el sector público ha sido deficiente o, incluso, inexistente, los mercados (especialmente los mercados informales) son el recurso *de facto* de los pobres.

Un mayor acceso por parte de los pobres a los mercados de bienes y servicios básicos (por ejemplo, vivienda, agua, sanidad) y a los mercados de bienes y servicios que posiblemente puedan mejorar su potenciación económica (por ejemplo, financiación, seguros, servicios de

remesas de dinero), podría contribuir no sólo al desarrollo humano, la reducción de la pobreza y la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), sino que también podría representar oportunidades de negocio y serviría para estimular un desarrollo más sólido del sector privado y tal vez un crecimiento económico general.

Además, el desarrollo puede verse como el proceso que aumenta y amplía la libertad y las oportunidades de las personas. En base a esta definición, hay varios mercados en los que se espera que la participación de los pobres tenga un efecto amplio y positivo en el desarrollo humano, lo que constituye el centro de nuestro reciente trabajo:

1. Mercados de bienes y servicios que podrían ayudar a satisfacer las necesidades humanas básicas de los pobres y, así, a mejorar directamente su bienestar y cimentar sus capacidades humanas más amplias (por ejemplo, acceso a la sanidad, vivienda, agua, etc.).
2. Mercados de bienes y servicios que podrían ser cruciales para ofrecer oportunidades a los pobres para mejorar su nivel de vida, aumentar sus ingresos y ampliar más sus oportunidades, en buena parte, a través de la potenciación económica (por ejemplo, mercados de crédito, mercados de seguros, mercados para aplicaciones de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), mercado laboral, etc.).

Por lo tanto, los mercados son inclusivos si facilitan a los pobres el acceso a bienes y servicios claves; y siempre que su funcionamiento no los explote, amplíe realmente sus oportunidades para lograr la potenciación económica y mejore el desarrollo humano.

Innovaciones para lograr mercados más inclusivos para los pobres

Los fallos del mercado, los fallos gubernamentales, y algunas de las características tanto de los pobres como de los actores empresariales, así como sus entornos, podrían actuar como barreras que evitan la participación más activa de los pobres en los mercados, tanto en calidad de consumidores como de productores. Para ayudar a que los mercados sean más inclusivos para los pobres, una posible solución podría centrarse en eliminar algunas de estas barreras con el fin de cambiar el propio entorno. Esta línea de acción podría conllevar, por ejemplo, la creación de instituciones y la ampliación de los derechos de los pobres y, quizás, de una parte significativa de la población que no es pobre, pero que todavía tiene ingresos bajos. No obstante, estos tipos de inversión podrían tardar tiempo en dar frutos; mientras tanto, una posible solución alternativa podría consistir en trabajar dentro del escenario actual. Los actores privados, incluidas las entidades con y sin ánimo de lucro, a menudo, en colaboración con el sector público, han logrado mitigar algunas de estas limitaciones a través de innovaciones que han contribuido a que los mercados sean más inclusivos para los pobres. Así, se ha posibilitado no sólo que tengan acceso a dichos mercados, sino que la manera de participar en ellos les permita mejorar su potenciación económica y su desarrollo humano.

Por ejemplo, algunas de las innovaciones en los ámbitos de servicios financieros y de las TIC incluyen:

- ***Cajeros automáticos inteligentes***: Prodem FFP, un fondo financiero privado, utiliza en Bolivia productos y sistemas basados en nuevas tecnologías para llegar mejor a la gran mayoría de la población del país que no tiene acceso a los bancos. Para que sus servicios sean de más fácil utilización para el usuario en zonas con índices de alfabetización bajos, se ha promovido el uso de tarjetas inteligentes y del reconocimiento de huella dactilar; y algunas sucursales cuentan con *Cajeros automáticos inteligentes*, que ofrecen servicios en idiomas locales con pantallas con códigos de colores.
- ***e-Choupals***: La sociedad india ITC ha presentado los *e-Choupals*, quioscos de internet que sirven tanto de lugar de reunión social para intercambiar información como de punto de acceso al comercio electrónico. El ordenador con conexión a internet, que generalmente se encuentra en casa de un campesino, presta servicio a una media de 600 campesinos de 10

poblaciones vecinas situadas dentro de un radio de unos cinco kilómetros. Al compartir el coste de mantener un punto de acceso a internet en el pueblo, los campesinos tienen mayor capacidad para estar conectados a la información del mercado, lo que, a su vez, se prevé que aumente su poder de negociación.

- **Banca móvil:** Las TIC podrían ayudar a mejorar el acceso a los servicios bancarios. *La banca mediante telefonía móvil (o banca móvil)* se ofrece ya en varios países. El banco sudafricano WIZZIT es un claro ejemplo. Una cuenta del WIZZIT cuesta menos que las cuentas bancarias (con todos los servicios) más baratas ofrecidas por los cuatro bancos principales de Sudáfrica u otros proveedores de banca móvil que operan en el país.
- **Comprar con los ahorros:** A través del programa *Patrimonio Hoy*, la sociedad mexicana de construcción CEMEX puede ofrecer servicios de construcción y edificación a la población mexicana con ingresos bajos. La piedra angular de PH es un programa de ahorro bien planificado, que permite a las familias con ingresos bajos tener acceso a servicios, cemento y otros materiales a crédito. En otras palabras, quizás más creativas, el plan de pago flexible les permite comprar sus casas "por capítulos".

Además de los ejemplos anteriores, las innovaciones en instrumentos de seguros, especialmente con la creación de instrumentos indexados de transferencia de riesgos (IBRTP), podrían resultar útiles para superar algunos de los retos relacionados con los seguros tradicionales, como los problemas de información. El pago de los IBRTP se basa en un índice subyacente (por ejemplo, la cantidad de precipitaciones o los índices totales de mortalidad de ganado) y difieren de los productos de seguros tradicionales, que pagan indemnizaciones cuando las pérdidas liquidadas exceden un umbral establecido. En cambio, los IBRTP realizan los pagos cuando el valor de liquidación del índice subyacente supera o cae por debajo de un umbral establecido. Este diseño permite evitar los problemas de información asimétricos de las pólizas tradicionales, ya que los titulares no pueden influir en el resultado del índice. Al no tener que asumir los niveles esperados de márgenes o pérdidas agrícolas, también se rebajan los costes de transacción y, así, es posible ofrecer los productos a un precio más asequible. Algunos de los ejemplos de estas innovaciones son:

- **Seguro indexado de ganado en Mongolia:** Desde 2005, las compañías aseguradoras ofrecen a los pastores de tres provincias de Mongolia un IBRTP basado en los índices de mortalidad anual del ganado. Las aseguradoras realizan pagos si estos índices de mortalidad se sitúan entre el 7 y el 30 por ciento. Si el índice de mortalidad supera el 30 por cien, es el gobierno quien paga las indemnizaciones. Además, con el fin de atraer a las aseguradoras privadas, el gobierno también ha creado un instrumento de reaseguro que cubre a las compañías aseguradoras frente a las pérdidas que superen el 105 por cien de las primas de los pastores. En 2007, dos años después de la presentación de estos productos, el 14 por ciento de los pastores elegibles ya habían contratado un IBRTP.
- **Seguros indexados frente a riesgos climatológicos en la India:** Desde 2003, la sociedad de seguros generales ICICI Lombard ofrece un IBRTP a los campesinos de algunas zonas de la India. Los IBRTP, que se ofrecieron por primera vez en el estado Andhra Pradesh, se comercializan a través de la institución de microfinanciación BASIX. Estos instrumentos ayudan a los campesinos a protegerse frente a los efectos de la escasez de lluvias durante las fases de siembra y cultivo del Kharif (estación del monzón) y frente al exceso de lluvias durante la fase de recolección. Desde 2005, ya se han suscrito más de 7.600 pólizas de estos seguros indexados en seis estados de la India.
- **Seguros indexados frente a contingencias climatológicas en México:** Desde 2003, el Fondo para Atender a la Población Rural Afectada por Contingencias Climatológicas (FAPRACC) de México ha ofrecido asistencia a pequeños agricultores en caso de contingencias climatológicas, como las ocasionadas por heladas y vientos excesivos. El coste de ofrecer esta asistencia se comparte en una proporción de 70-30 entre el gobierno federal y los gobiernos estatales. El FAPRACC se ha centrado en los seguros indexados frente a contingencias climatológicas con el fin de transferir algunos de los riesgos a los que se exponen los presupuestos del gobierno federal y local a los mercados internacionales.

AGROASEMEX, sociedad aseguradora estatal, emite contratos de seguro que, a su vez, se reaseguran a nivel internacional.

Con miras al futuro

¿Van a tener éxito estas iniciativas a la hora de obtener viabilidad económica o van siquiera a conseguir márgenes de beneficios competitivos? ¿Existe una relación entre la viabilidad económica y la posibilidad de penetrar más en los mercados de ingresos bajos? ¿Será significativo y sostenible el efecto positivo sobre el desarrollo? ¿Se podrá llegar a la mayoría de los pobres, por ejemplo, a aquellos que viven con menos de 2 \$ al día? Y, quizás lo más importante, ¿reflejan estas estrategias e innovaciones una tendencia emergente? Por lo general, hemos observado que las respuestas a estas preguntas, en gran medida, se basan todavía en suposiciones más que en pruebas empíricas concluyentes. Aunque existen una serie de experiencias de éxito dignas de mención, la mayor parte de las evidencias que hemos encontrado son todavía preliminares. No obstante, el cambio parece inminente: la dirección y el alcance de los cambios en el paisaje del mercado de ingresos bajos que están promoviendo los actores privados y sus innovaciones indican, sin duda, la existencia de un terreno fértil donde seguir investigando.

Algunas fuentes generales:

Este número de *Entendiendo el DH* se basa en el estudio llevada a cabo por la Oficina de Estudios de Desarrollo en el contexto de la Iniciativa Crecimiento de Mercados Inclusivos, un esfuerzo multidisciplinar promovido por el PNUD para explorar las oportunidades empresariales y el avance del desarrollo humano (www.growinginclusivemarkets.org).

1. ACOSTA, Pablo; MELZER, Illana; MENDOZA, Ronald U.; KIM, Namsuk y THELEN, Nina (2008). "Are Markets Inclusive for the Poor? Developing Market Heat Maps". Documento de trabajo. Oficina de Estudios de Desarrollo, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Nueva York.
2. ALDERMAN, Harold y HAQUE, Trina (2007). "Insurance against Covariate Shocks: The Role of Index-based Insurance in Social Protection in Low-income Countries of Africa". Hoja de trabajo 95. Banco Mundial, Washington, D.C.
3. MENDOZA, Ronald U. (por publicar). "Why Do the Poor Pay More? Exploring the Poverty Penalty Concept." *Journal of International Development*.
4. MENDOZA, Ronald U. y THELEN, Nina (2008). "Innovations to Make Markets More Inclusive for the Poor." *Development Policy Review* 26(4):427-458.
5. MENDOZA, Ronald U. y VICK, Brandon C. (2008). "From Revolution to Evolution: Charting the Main Features of Microfinance 2.0". Universidad de Fordham, Departamento de Economía, Proposición de debate N° 2008-03. [Disponible en: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1098982].
6. RANGAN, V.; QUELCH, J.; HERRERO, G. y BARTON, B. (2007). *Business Solutions for the Global Poor: Creating Social and Economic Value*. San Francisco, California: Jossey-Bass.
7. PNUD (2008). *Creating Value for All: Strategies for Doing Business with the Poor*. Nueva York: PNUD. [Disponible en: <http://www.growinginclusivemarkets.org>].
8. La Comisión para el Empoderamiento Jurídico de los Pobres (<http://legalempowerment.undp.org>).
9. Base de datos "Doing Business" del Banco Mundial (www.doingbusiness.org)

Nota: Entendiendo el DH (HD Insights) son las contribuciones de los miembros de la red y no necesariamente representan el punto de vista del PNUD.