



Crear mercados

Desarrollar nuevos mercados es esencial para aumentar la inversión privada y alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas

Morten Lykke Lauridsen y Florian Mölders

Las congestionadas y estropeadas carreteras de Colombia han entorpecido su crecimiento económico durante décadas. Luego de la firma del acuerdo de paz de 2016 que puso fin a medio siglo de conflicto armado, el gobierno colombiano tenía grandes esperanzas de que la infraestructura y, en particular, las nuevas carreteras sentaran sólidas bases para el futuro del país.

Pero el gobierno comprendió que financiar un solo proyecto vial a la vez no bastaría para lograr el impulso económico que buscaba. Se necesitaban mercados, uno para la construcción privada de carreteras y otro para canalizar el ahorro hacia préstamos a largo plazo destinados a financiar tales proyectos.

Un reto clave era establecer un marco que atrajera a grandes inversionistas —fondos de pensión, compañías de seguros y fondos de cobertura, entre otros— para desarrollar emprendimientos que hasta entonces eran en gran medida territorio inexplorado. Crear un mercado que sedujera a esos inversionistas institucionales era crucial para subsanar las deficiencias de infraestructura del país.

Con ese propósito, la Corporación Financiera Internacional (CFI), el gobierno colombiano y el Banco de Desarrollo de América Latina crearon una nueva institución financiera para subsanar las fallas del mercado que obstruían el financiamiento de infraestructura. El gobierno también adoptó una serie de medidas favorables a la inversión, como garantías y apoyo de proyectos, y estableció nuevas regulaciones del mercado de capitales que facilitan la inversión de fondos de pensiones en proyectos de infraestructura. En enero de 2016 se creó un importante Fondo de Deuda para Infraestructura para financiar proyectos de gran escala.

Como resultado, Colombia podrá construir miles de kilómetros de nuevas carreteras —y dará un

importante impulso a su economía— mientras que los inversionistas encontrarán un gran número de nuevas oportunidades de negocios.

El déficit vial de Colombia es algo demasiado común en los mercados emergentes, y el enfoque adoptado ilustra cómo los países pueden ofrecer oportunidades a los inversionistas privados, cuya participación será esencial para movilizar la inversión estimada de USD 4 billones por año necesaria para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas en las economías en desarrollo.

Dadas las actuales tendencias de financiamiento, los países más pobres del mundo probablemente queden muy lejos de alcanzar esos objetivos sin un mayor acceso al capital privado. La cuestión es entonces ¿cómo pueden los gobiernos y las instituciones de financiamiento para el desarrollo crear mercados que incrementen la inversión privada?

Para responder esta pregunta es preciso conocer los principales componentes de los mercados y sus atributos fundamentales.

Establecer marcos

Todos los mercados tienen varios componentes en común. Siguiendo la teoría económica, los gobiernos que aspiran a crear mercados deben concentrarse en acciones que fomenten nuevas tecnologías, mejores instituciones y una mayor abundancia de ideas y capital humano, y pueden crear un marco apropiado para ello instituyendo incentivos y regulaciones que los respalden.

En India, por ejemplo, un nuevo marco de incentivos oficiales y una nueva estructura de licitación para proyectos contribuyeron a atraer a inversionistas privados para un proyecto de red de energía solar en Gandhinagar, el cual actualmente se está replicando

en otras cinco ciudades. En Ucrania, la adopción de nuevas leyes de seguridad alimentaria y regulaciones de la industria que cumplen con las reglas de la UE fue crucial para modernizar los mercados agropecuarios e incrementar las exportaciones.

Una lección clave de estos ejemplos es que a los organismos de desarrollo les cabe un papel central en construir un puente entre los gobiernos y el sector privado para lograr esos cambios positivos del mercado.

En las estrategias para desarrollar mercados es vital articular una visión clara respecto a cómo debería evolucionar un mercado en el tiempo. Los mercados sostenibles rara vez surgen por casualidad o por mera suerte.

Para contribuir al logro de los ODS, los nuevos mercados deben ser:

- **Ampliables:** Los mercados deben influir y beneficiar a un gran número de personas, e incluir a la larga a aquellas no contempladas en la inversión original.
- **Sostenibles:** Los esfuerzos de desarrollo de mercados deben promover cambios sistémicos que persistan por sí solos una vez finalizada la inversión de un gobierno o una institución de financiamiento para el desarrollo, sin imponer cargas fiscales insostenibles sobre los gobiernos. Los mercados también deben ser ambiental y socialmente sostenibles.
- **Resilientes:** Los participantes del mercado deben adaptar modelos e instituciones que puedan seguir suministrando bienes y servicios aun cuando el contexto externo varíe.

Además, para lograr los ODS, los mercados deben ser inclusivos y trabajar en favor de los pobres. Por ejemplo, en Bangladesh, una inversión de la CFI y otros bancos de desarrollo en la empresa de servicios financieros móviles bKash es un ejemplo de la creación de mercados en su fase inicial. El rápido crecimiento de la empresa tras la inversión permitió incorporar en el sistema financiero formal a millones de personas pobres no bancarizadas, que previamente operaban mayormente en efectivo y tenían dificultades para ahorrar.

Canales de creación de mercados

Para crear mercados, cuatro canales son importantes:

- **Instaurar plataformas y reformas que permitan que los mercados funcionen.** Mediante cambios de políticas públicas en sectores tales como la energía o la agricultura se eliminan los obstáculos y frenos disuasivos para los inversionistas privados permitiéndoles entrar en esos mercados. La responsabilidad de hacerlo recae ante todo en los gobiernos, a menudo con el asesoramiento y la asistencia de las instituciones de financiamiento para el desarrollo.
- **Promover la competencia para que otros agentes del mercado redoblen sus esfuerzos.** Por ejemplo, al

invertir en un nuevo modelo de comercio minorista que mejore el servicio y reduzca los precios se forzará a los competidores en ese mercado a adaptarse introduciendo mejoras similares.

- **Mostrar el éxito y promover la propagación de ideas.** El éxito genera imitación y es la razón clave de los efectos de demostración. Por ejemplo, una estructura de bonos novedosa que atraiga capitales y demuestre la viabilidad de un mercado alentará a otras instituciones privadas a ofrecer bonos similares. Dicho de otro modo, se alienta a los imitadores.
- **Desarrollar aptitudes que abran nuevas oportunidades de mercado.** Por ejemplo, capacitando a los reguladores del mercado de derivados o impulsando la inversión en instituciones financieras se puede crear un mercado para productos de cobertura, que son instrumentos financieros que permiten a los clientes corporativos gestionar el riesgo financiero.

Al generar actividad de mercado en sectores y segmentos de la población no directamente conectados con la inversión inicial, estos canales promueven cambios en el mercado que exceden con mucho los efectos directos de un proyecto de desarrollo o inversión particular.

Para los organismos de financiamiento del desarrollo como la CFI, el desafío es hacer que los mercados adopten estos modelos de negocio operativos, antes que una orientación tradicional centrada en inversiones individuales. Esto exige un cambio de mentalidad, pasando de emprender una operación por vez, a observar, desde una perspectiva más amplia, cómo varios instrumentos pueden aportar un mayor impacto en el desarrollo. Al mismo tiempo, hay que centrar la atención en el impacto sobre el medio ambiente, y sobre los pobres y los marginados, para garantizar la inclusión y la sostenibilidad.

Dentro de esta línea, la CFI está presentando un nuevo marco analítico para evaluar el impacto previsto que tendrán en el desarrollo nuevas inversiones y actividades de asesoramiento, una labor que incluye evaluar los efectos dinámicos de los proyectos en la creación de mercados. Ese ambicioso marco permitirá al personal de la CFI evaluar sistemáticamente y prever mejor el impacto de los proyectos y las inversiones en el mercado. Al concentrarse en la creación de mercados, este marco también le permitirá a la CFI redoblar los esfuerzos en entornos difíciles, como los Estados frágiles o desgarrados por conflictos, donde la inversión privada es vital para alcanzar las metas de los ODS en materia de pobreza. **FD**

MORTEN LYKKE LAURIDSEN es economista principal y **FLORIAN MÖLDERS** funcionario de operaciones de la Corporación Financiera Internacional bajo la Vicepresidencia de Economía y Desarrollo del Sector Privado.

