

A. Rajakumari (derecha), que cosecha té a mano, dice que “Gracias a este trabajo, incluso durante las dificultades causadas por el coronavirus, pude mantener la casa y vivir confortablemente con nuestros hijos”.

Dólares digitales y té en línea

Las Bahamas, Sri Lanka y Uganda recurren a la innovación para combatir los trastornos causados por la pandemia

Steven Dorst

“**N**unca hay que desperdiciar una buena crisis”. Los innovadores en todo el mundo se han tomado a pecho esta máxima y están respondiendo a las perturbaciones derivadas de la pandemia de COVID-19 con creativas soluciones digitales.

Las iniciativas que relataremos son muy diversas: la transformación inmediata, tras 125 años, de la subasta de té a viva voz en Sri Lanka; la primera moneda digital de un banco central en Las Bahamas; y la aplicación para taxis en Kampala, Uganda, que se convirtió en una plataforma de comercio electrónico.

La característica común de las tres es el espíritu innovador y de empresa nacido de una necesidad urgente. La iniciativa de Las Bahamas obedeció a la necesidad de ofrecer servicios financieros a habitantes de islas alejadas a las que el clima extremo había hecho aún más inaccesibles. En Sri Lanka, la industria del té —vital para la economía y el empleo— sufrió un parón cuando la COVID-19 impidió que se celebraran las subastas semanales. Y en Uganda, el confinamiento redujo drásticamente la capacidad para obtener alimentos y medicinas y para trabajar.

Los factores del éxito de cada iniciativa varían de un país a otro, pero tienen un elemento en común: los entornos eran propicios para que las

ideas germinaran y no tardaran en hacerse realidad. ¿Cuál fue el resultado? Iniciativas innovadoras y locales que ayudan a millones de personas marginadas a acceder a financiamiento y tener más oportunidades de salir adelante.

Las Bahamas: Primera moneda digital

En octubre de 2020, Las Bahamas pasó a la vanguardia digital al lanzar la primera moneda digital de un banco central, el dólar de arena.

Con una paridad de uno a uno con el dólar bahameño y vinculada a un vale o *token* digital basado en cadena de bloques, la nueva moneda permite a personas y empresas comprar y vender bienes y servicios y enviar y recibir dinero. El banco central de Las Bahamas emite y regula el dólar de arena.

El territorio de Las Bahamas abarca más de 700 islas, por lo que a los bancos comerciales no les es rentable tener cajeros automáticos y sucursales en islas remotas y poco habitadas. Y los eventos meteorológicos extremos elevan mucho más el costo de mantenimiento de la infraestructura. Esto implica que los más vulnerables son los que tienden a quedar excluidos de los servicios financieros.

Las necesidades de atender a la población no bancarizada y poco bancarizada y de modernizar el sistema de pagos llevaron al banco central a introducir la nueva moneda digital.

“La idea inicial no era la de una moneda digital del banco central”, comenta John Rolle, gobernador del Banco Central de Las Bahamas. “Procuramos eliminar todos los obstáculos que fuera posible para que la gente pudiera acceder al equivalente de una cuenta de depósito o una billetera móvil para transacciones”.

Tras realizar unas pruebas auspiciosas, el banco central empezó a distribuir dólares de arena a bancos comerciales y proveedores de sistemas de pago y transferencias en Las Bahamas. Los fondos se depositan en billeteras digitales de los clientes, con acceso a distintos montos de dinero y límites de transacción.

Anke Weber, jefa de misión del FMI para Las Bahamas, atribuye la veloz implementación y el creciente interés a la necesidad creada por el devastador huracán Dorian en 2019 y la pandemia de COVID-19.

El proyecto aún está en ciernes, con apenas 130.000 dólares de arena en circulación frente a 500 millones de dólares bahameños. La acogida inicial ha sido positiva.

Los usuarios del dólar de arena se benefician de transacciones fáciles y rápidas y a menor costo.

“La primera vez que oí hablar del dólar de arena me entusiasmé mucho”, dice Brandon Kemp, fundador de Tin Ferl, un conocido parque de restaurantes *pop-up* en Nassau. “Lo genial del dólar de arena es que no tiene comisiones ni costos de transacción. Cuando tengo que pagar a los empleados puedo hacerlo desde aquí, de inmediato, y ellos reciben el dinero en segundos y todos quedamos contentos”.

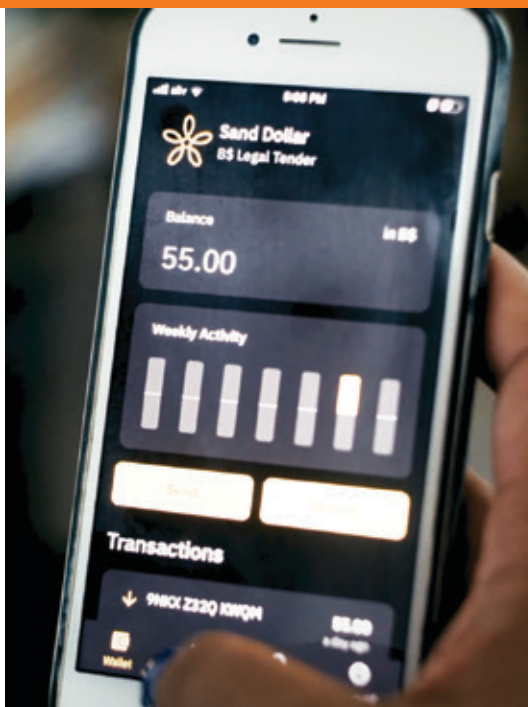
Para usar el dólar de arena ni siquiera se necesita una cuenta bancaria o un teléfono móvil, aunque así es como se realizan la mayoría de las transacciones.

La idea no surgió de la pandemia, pero los usuarios dicen que la seguridad de las transacciones sin efectivo es uno de los principales atractivos de la moneda digital. “Lo que finalmente me empujó a usar el dólar de arena fue la COVID”, dice Mikia Cooper, una abogada de Twenty Twenty and Associates.

Los países que experimentan con las monedas digitales del banco central, sin duda, estarán muy interesados en las enseñanzas de Las Bahamas.

Sri Lanka: Transformación de la subasta de té

Para muchas personas, Sri Lanka (antes conocido como Ceilán) y el té ceilandés son sinónimos. La economía y la sociedad del país están estrechamente vinculadas a la majestuosa hoja de té. Hoy



Un usuario inicial de la aplicación de billetera móvil muestra su saldo y sus transacciones en dólares de arena.

en día, 10% de los ceilandeses derivan su ingreso de la industria del té, que en 2020 generó más de USD 1.200 millones en ingresos por exportaciones.

Por más de 125 años, la industria del té ha dependido de una subasta repleta de tradiciones que se celebra en la Cámara de Comercio de Ceilán y a la que acuden cientos de personas dos veces por semana para negociar las mejores hojas de té de Sri Lanka.

Al llegar la COVID, la subasta de té más antigua del mundo y que había funcionado sin interrupción a lo largo de más de un siglo, de repente no pudo reunir a compradores y operadores para las subastas semanales. Las plantaciones y fábricas no tenían dónde vender su producto, los compradores quedaron en el limbo y los ingresos de millones de personas corrían peligro.

La subasta del té de Sri Lanka tenía que reinventarse, sin demora.

“El país entero se dijo: 2 millones de habitantes dependen de esta industria ... tenemos que ayudarlos”, cuenta Anil Cooke, ejecutivo principal de Asia Siyaka Commodities, que dirigió el grupo al que se le encargó digitalizar la subasta.

Como los operadores y compradores no podían reunirse en persona, el desafío no era solo encontrar una alternativa de la subasta en vivo, sino también ponerla en marcha y con buenos precios, de inmediato.

La idea de adoptar una subasta digital había estado rondando desde hace más de 20 años. Pero la peculiar dinámica de la subasta —conocimientos innatos de mezclas complejas de té, pujas frenéticas en vivo y datos de mercado en tiempo real— había frustrado intentos previos.

*Té cosechado a mano:
Las subastas digitales
de Sri Lanka tenían
que reconstruir todas
las variables humanas
y técnicas de las
subastas en vivo.*



Con muchísimo en juego, se lanzó un equipo conformado por la Junta del Té de Sri Lanka, expertos técnicos, el gobierno, operadores, subastadores y otros en busca de una solución.

La empresa informática local CICRA Holdings dirigió la labor técnica con la ayuda de operadores expertos en la dinámica de las pujas en vivo y en las categorías y calidades del té. Lo que se necesitaba era que la plataforma electrónica reconstruyera todas las variables humanas y técnicas de la subasta en vivo.

En cuestión de días, unas 300 personas participaron en simulacros de entrenamiento hasta la víspera del lanzamiento.

“Me enorgullece decir que en apenas unos siete días encontramos una solución... [e] hicimos historia el 4 de abril de 2020 cuando empezó la primera subasta digital en vivo”, dice Boshan Dayaratne, ejecutivo principal de CICRA.

El nuevo sistema no solo protege de la COVID sino que es más rápido, estratégico y económico, e incluso arroja precios más altos. Además, ha mejorado la transparencia y eficiencia y ha reducido la duplicación de tareas.

Y las ventajas también se notan localmente. D. Gayan, supervisor de Dessford Tea Estate, dice que ha podido seguir operando y pagando a los trabajadores gracias a la continuidad de las ventas.

A. Rajakumari, que cosecha el té a mano, cuenta que “el año pasado, a pesar del virus, los que estábamos en la plantación recibimos nuestro salario. Gracias a este trabajo, incluso durante las dificultades causadas por el coronavirus pude mantener la casa y vivir confortablemente con nuestros hijos”.

Uganda: Ayuda digital sobre ruedas

Cuando la COVID-19 llegó a Kampala, Uganda, las pequeñas empresas no podían entregar sus bienes y servicios a los clientes. La gente no podía comprar alimentos y medicinas. Y millones de personas podían quedar desempleadas.

Fue entonces cuando SafeBoda, una innovadora empresa local, adaptó inmediatamente su modelo de negocio para atender las necesidades urgentes de esta capital de casi 2 millones de habitantes.

En Kampala abundan los “boda bodas”, mototaxis conducidos por temerarios pilotos. SafeBoda surgió en 2015 como una alternativa que daba prioridad a la seguridad de conductores y pasajeros. Para simplificar y abaratar el servicio, SafeBoda creó una aplicación móvil para conectar a pasajeros con conductores.

La calidad del servicio de SafeBoda estimuló la demanda de otras ofertas. Al mismo tiempo, un viejo problema de los conductores estaba haciéndose notar: la falta de documentación sobre sus ingresos dificultaba su acceso al crédito.

“La inclusión financiera es un tema importante aquí”, dice Ricky Rapa Thompson, cofundador y gerente de operaciones de SafeBoda. “Como [los conductores] son trabajadores informales, muchos bancos e instituciones financieras no estaban muy dispuestos a trabajar con ellos”.

Por eso en 2017 SafeBoda introdujo una billetera que ofrece a los usuarios de la aplicación y a los conductores un sistema integrado de pago a través de proveedores de servicios móviles. Cuando



Daniel Ssemu, conductor de SafeBoda en Kampala: Más dinero gracias a los repartos; Ruth Tindyebwa, vendedora en un mercado.



los clientes pagan por teléfono, los conductores pueden documentar su ingreso sin necesidad de una cuenta bancaria, ampliando así la gama de servicios financieros a su disposición.

El estallido de la COVID-19 en marzo de 2020 obligó a restringir la movilidad para contener la propagación del virus. El tráfico vehicular y el comercio prácticamente se paralizaron. Mucha gente que no tenía frigoríficos necesitaba alimentos, y millones de empleos estaban en peligro.

SafeBoda enseguida se asoció con restaurantes, vendedores de alimentos y mercados locales —con la ayuda del Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo del Capital y expertos digitales— y en menos de dos semanas inauguró un servicio digital, Shop.

Hoy en día la aplicación SafeBoda ha sido descargada más de un millón de veces, y gracias a 20.000 mototaxistas de Kampala conecta a clientes con casi 1.000 vendedores de alimentos, 350 tiendas, 16

mercados y 21 farmacias del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA).

Al quitar de en medio el dinero en efectivo y reducir al mínimo las interacciones personales, el servicio de SafeBoda no solo ayudó a revitalizar la economía local, sino que contribuyó a mitigar la exposición a la COVID-19.

Ruth Tindyebwa, una de las primeras vendedoras que se incorporó a la plataforma Shop, dice que inscribirse fue rápido y que ahora gana más que antes de la pandemia. “Ahora puedo pagar el alquiler y el colegio de mis hijos”.

Daniel Ssemu, conductor de SafeBoda, dice que “la transición al comercio electrónico y el reparto de productos ha sido algo muy bueno. Ahora ganamos más dinero... porque transportamos pasajeros y hacemos entregas”.

El servicio ha ayudado a reducir la exposición a la pandemia, ha estimulado la economía local y ha inspirado a una nueva generación de innovadores digitales, no solo en Uganda.

“SafeBoda es una buena experiencia de Uganda”, dice CK Japheth, director del equipo Innovation Village. “Activó la economía digital, y ahora vemos que la tecnología ha ofrecido un nuevo panorama competitivo de oportunidades”. **FD**

STEVEN DORST es productor de documentales. Este artículo se basa en los videos conexos producidos por Dorst MediaWorks (véase www.imf.org/fandd).