Seguros contra Precipitaciones en Gujarat, India

Investigadores/as:

Shawn Cole

Xavier Giné

Daniel Stein

Jeremy Tobacman

Petia B. Topalova

Robert Townsend

James Vickery

Sector(s): Agricultura, Protección Social

Fieldwork: Centre for Micro Finance (CMF)

Ubicación: Rural Gujarat, India

Muestra: 1900 hogares en 108 aldeas en estudio de Gujarat

Grupo objetivo: Farmers Rural population

Resultado de interés: Take-up of program/social service/healthy behavior

Tipo de intervención: Insurance Risk mitigation

Número de registro del AEA RCT Registry: AEARCTR-0000677

Datos: Download dataset from Open ICPSR

Research Papers: Barriers to Household Risk Management: Evidence from India

Socios Implementadores: BASIX Microfinance India, Gates Foundation, Global Association of Risk Professionals (GARP), ICICI Bank, Self-Employed Women's Association (SEWA), Switzerland State Secretariat for Economic Affairs (SECO), USAID, World Bank, Centre for Micro Finance (CMF)

Problema de política pública

A pesar de la introducción gradual de la tecnología de riego, la agricultura en países en desarrollo depende fuertemente de las fuentes naturales de agua. Esto implica que el desempeño de los agricultores, depende de las irregulares lluvias estacionales. Dicha dependencia, afecta tanto los ingresos de los granjeros como de los trabajadores agrícolas. Cuando amenazan las sequías, los granjeros a menudo se ven forzados a pedir prestado a sus parientes, amigos y vecinos. En tal ambiente, los acuerdos informales para compartir el riesgo tienen un valor limitado, puestodos aquellos involucrados en la agricultura en un área dada, están sujetos a los mismos imprevistos de productividad e ingresos provenientes de la escasa precipitación. Para aliviar esta dependencia de precipitación impredecible y para reducir el riesgo de imprevistos económicos, los legisladores están buscando formas para mitigar esta importante fuente de riesgo.

Contexto de la evaluación

Si bien Gujarat se encuentra en buen estado económico, comparado con muchos estados de India, aún enfrenta importantes obstáculos para el desarrollo. Cerca del 15 % de la población del estado y la mayoría de los pobres en zonas rurales, dependen de la agricultura irrigada por las lluvias y no por sistemas de regadío. Aproximadamente, la mitad de la población en el área de estudio fue registrada como casta o como tribu, con una familia compuesta en promedio por 6 personas, con gastos mensuales entre Rs. 1.100 y Rs. 1.200.

El Seguro contra las Inclemencias del Tiempo, es un producto financiero relativamente nuevo, el cual intenta entregar seguros contra el riesgo de condiciones climáticas impredecibles e incontrolables. En marzo de 2006, el Centro para Micro-Finanzas (SMF), La Universidad de Harvard y la Asociación de Mujeres Independientes (SEWA), comenzaron a ofrecer este producto, con la esperanza de entender qué tan bien reduce el riesgo y qué intervenciones complementarias se pueden hacer para que el seguro, contra las condiciones climáticas, sea más efectivo.



Farmer steers cattle.

Photo Credit: Michael Eddy, Shutterstock.com

Detalles de la intervención

En 2006, se administró una encuesta de línea base a 1500 familias en 100 aldeas de los distritos Anand, Ahmedabad, y Patan de Gujarat. La encuesta recolectó datos sobre la demografía, ingresos, ahorros, inversión, actitudes hacia el riesgo, alfabetismo financiero y experiencia con seguros.

Después de la encuesta, SEWA e ICICI/Lombard comenzaron a ofrecer seguros contra precipitaciones a todos los aldeanos (no solo a los encuestados), en 32 aldeas seleccionadas aleatoriamente de las 100 encuestadas. Los seguros ofrecían protección

contra el déficit o exceso de precipitación. La póliza cubría 110 días sobre tres periodos, tenía una prima promedio de Rs. 202 y un total asegurado de Rs. 1.485. El pago del seguro dependía de la precipitación recolectada, a nivel de distrito. Los equipos de marketing de SEWA, viajaron a cada una de las 32 aldeas para explicar y promover la póliza, a través de reuniones con la comunidad y visitas a los hogares. Posteriormente en ese año, las 1.500 familias originales fueron entrevistadas nuevamente, al igual que cualquier otra familia que hubiese comprado el seguro contra precipitaciones. En 2007, con mejores técnicas de marketing, se ofreció el seguro contra las condiciones climáticas a otras 20 aldeas, aunque estas pólizas cubrían solamente los déficits de precipitación. Los hogares fueron nuevamente encuestados, en marzo de 2008. En 2009, 8 aldeas de tratamiento completamente nuevas fueron agregadas, llegando el número de aldeas en el estudio a 108 y el número de familias a 1.900.

La precipitación no fue lo suficientemente baja para activar los pagos, bajo los términos de la póliza 2006, 2007 o 2008. Sin embargo, en 2009, las familias de muchas áreas de los distritos de Ahmedabad y Anand, recibieron una compensación por baja precipitación. El pago del seguro se realizó de acuerdo con la póliza ofrecida ese año, la cual fue suscrita por la Compañía de Seguros Agrícola de India.

Resultados y lecciones de la política pública

Adopción del Seguro: Se vendieron un total de 908 pólizas, en 826 hogares en el primer año. De los 500 hogares inicialmente encuestados, aproximadamente un 20% finalmente compró el seguro. Esto sugiere un alto nivel de confianza en SEWA por lo agricultores en el área, incluyendo compradores no encuestados, que no recibieron el marketing asociado con el estudio. La adopción estuvo positivamente correlacionada con la riqueza y la educación del hogar, pero no con las expectativas de las personas respecto de la calidad del monzón del año siguiente. La destreza para predecir probabilidades y la aversión al riesgo, están también altamente correlacionadas con la adopción, al igual que la experiencia con un producto integrado de seguros SEWA.

Las variaciones en los folletos publicitarios, produjeron una gran variación en la adopción. Los hogares que recibieron folletos con “lenguaje positivo”, fueron 26 % más proclives a comprar el seguro, que los hogares que recibieron folletos con “lenguaje negativo”. La “información negativa”, por otro lado, redujo la probabilidad de adopción en 33%, cuando se combinó con el leguaje negativo.

Efectos del Seguimiento: Entre los 7-8 meses, entre la compra y el seguimiento, las personas que compraron el seguro olvidaron los términos de la póliza contra precipitación de ICICI. Al parecer, no pudieron descifrar de qué manera los patrones de exceso o déficit de precipitaciones influirían en los pagos.

Debido a la precipitación normal en años, no hubo pagos en los tres primeros años. El análisis del efecto de los pagos del año 4, aún se encuentra en progreso.

Cole, Shawn, Xavier Gine, Jeremy Tobacman, Petia Topalova, Robert Townsend, and James Vickery. 2013. "Barriers to Household Risk Management: Evidence from India." American Economic Journal: Applied Economics 5(1): 104-135. Sarthak Gaurav, Shawn Cole, and Jeremy Tobacman. 2011. "Marketing Complex Financial Products in Emerging Markets: Evidence from Rainfall Insurance in India." Journal of Marketing Research 48: S150-S16. Cole, Shawn, Daniel Stein, and Jeremy Tobacman. "What Is Rainfall Index Insurance Worth? A Comparison of Valuation Techniques." Working Paper, Harvard Business School, September 7, 2011.

1. Prices have been converted to USD using the World Bank’s standard exchange rate from the year of the intervention and then inflated to 2014 USD.