No son pobres, están pobres

15 de Mayo de 2023



Por: Rolando Arellano
El Comercio, 15 de Mayo del 2023

“La pobreza no es una característica inherente a las personas, como el sexo, la raza o la talla, sino una situación puntual”.

La pésima noticia de que hoy el 27,5% de peruanos son pobres tiene que ser interpretada más allá de las cifras. Porque ser pobre en el Perú tiene características especiales. Veamos.

Luego de que, gracias a millones de peruanos que generaron su progreso, pasamos del 60% al 20% de pobres en menos de 15 años; en el 2020, el COVID-19 y la paralización obligada –una de las más largas del mundo– hicieron retroceder el avance al 30%. Aunque en el 2021 la capacidad de recuperación de nuestros conciudadanos revirtió en 5% esa pérdida, la pobreza volvió a crecer en el 2022 con la inflación mundial y el nuevo gobierno. La dupla de circunstancias externas y malas decisiones de las autoridades hizo aumentar la pobreza que millones trataban de evitar.

¿Significa eso que los nuevos pobres peruanos regresaron a su misma condición de pobreza anterior? No es así, por al menos dos razones.

Una es que la jerarquía de necesidades humanas, estudiadas por Maslow, señala que quien ya satisfizo una necesidad de manera superior mantiene el deseo de continuar con ese nivel de bienestar. Así, quien ya se acostumbró a comer con mejor calidad, a vivir en una casa más cómoda o a lavarse el cabello con champú, se esforzará más para recuperar ese bienestar si lo pierde.

Otra es que diversos estudios muestran que menos del 10% de los pobres se mantienen en la pobreza durante todo un período de cinco años. En otras palabras, los pobres no son los mismos hoy,

ayer o el año que sigue, sino que unos entran , mientras otros (probablemente gracias a su esfuerzo) van saliendo de la precariedad.

¿Qué implica esto para la sociedad y para el sector productivo? Primero, que quizás algunas formas de ayuda a los pobres, además de disminuir sus penurias del momento, los incentivan a producir más para mantener el nuevo bienestar cuando la ayuda acaba. En el plano empresarial eso se manifiesta, por ejemplo, cuando la nueva clase media prefiere disminuir cantidad o frecuencia de consumo de una marca, antes que regresar a una calidad inferior. Son pobres hoy, pero continúan siendo clientes, reales o potenciales.

La segunda implicancia, mucho más importante, es que la pobreza no es una característica inherente a las personas, como el sexo, la raza o la talla, sino una situación puntual. No es que el 27,5% de nuestros conciudadanos, o de nuestros clientes, “son” pobres, sino que “están” pobres. Si lo viéramos así, quizás no los discriminaríamos como a veces hacemos y, sobre todo, entendiendo mejor su situación, sabríamos que podríamos disminuir rápidamente esa cifra si, como sociedad, nos esforzáramos en lograrlo. Que tengan una gran semana.