

La contribución del sector privado en la lucha contra la Pobreza: Negocios Inclusivos

RESUMEN

De manera creciente la sociedad espera y pide al sector empresarial que se implique y participe a través de actitudes sociales y medioambientalmente responsables. Muestra de ello son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030. Cientos de Estados y organizaciones se comprometieron con el desarrollo global, y pusieron de manifiesto que lograr un mundo más sostenible y equitativo pasa por una colaboración más activa de la empresa en los retos que enfrenta la humanidad. Su rol involucra acciones muy variadas entre las que, como se verá, los negocios inclusivos pueden ocupar un lugar importante por su potencial de atender retos sociales con dinámicas empresariales.

Introducción

La colaboración de la empresa en el desarrollo se puede plantear desde tres ejes:

1. Desde la actividad empresarial: A través de su manera de hacer negocios, sus productos y servicios, su cadena de valor, sus prácticas de producción, aprovisionamiento o empleo.

2. Desde la acción social: Con inversiones en desarrollo que pueden estar más o menos relacionadas con la actividad de la empresa.

3. Desde el lobby y la sensibilización: Posicionándose ante problemas sociales y promoviendo la movilización para llegar a cambios legales, institucionales u otros.¹

La empresa, por su propia naturaleza, repercute en aspectos fundamentales del bienestar social. Sus inversiones, operaciones y cadenas de valor impactan en:

- Generación de empleo.
- Desarrollo de capital humano.
- Transferencia de tecnologías.
- Construcción de infraestructuras.
- Creación y distribución de productos y servicios para los consumidores.

Sin embargo, el impacto en estos factores no siempre es positivo y beneficioso para la sociedad. Es entonces cuando a la empresa se le pide que dé un paso adelante para identificar qué impactos negativos

¹ The United Nations and the Private Sector: A framework for Collaboration, UN, Global Compact Office, 2008

tiene su actividad, para minimizarlos, y que impactos positivos podría generar si actuase bajo un modelo y planteamiento de acción distinto, incorporando criterios de sostenibilidad y beneficio social. Asimismo, la empresa puede dar un paso más allá de su negocio convencional e impulsar de manera explícita nuevas actividades empresariales que buscan generar, al mismo tiempo, beneficios sociales determinados, al tiempo que obtiene beneficios económicos.

Los cambios desde la actividad de negocio se necesitan para cambiar dinámicas y sistemas económicos, a la vez que la filantropía es fundamental para complementar y llegar a áreas sociales que por ejemplo no están directamente relacionadas con la actividad empresarial (como la educación), y la capacidad de movilizar y sensibilizar es necesaria para influir en políticas, y percepciones y estructuras sociales.

A su vez, vemos que muchas veces estos tres ejes están conectados, de manera que apoyar programas de educación y sanidad en una comunidad agrícola revierte en mano de obra local más cualificada y cadenas de suministro agrícola más preparadas para atender la demanda y los clientes.

La empresa tiene por tanto capacidad de impactar desde múltiples vertientes, y esta capacidad y potencial se reconoce ahora más que nunca y se sitúa como clave para abordar el mayor plan global de lucha contra la pobreza que se ha planteado nunca: los Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Cuál es el papel de la empresa respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible?

La Agenda 2030 se concibe considerando a la empresa como uno de los agentes clave para su consecución. Esto se desprende de varios aspectos:

1. **Principio de Universalidad**, que establece que los Objetivos de Desarrollo Sostenible afectan e implican a todos los países, ricos y pobres, y a todos los actores, públicos, privados y civiles.
2. **Temática específica de un grupo de ODS**, clara y directamente vinculada a la actividad empresarial. Fundamentalmente:

Objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
 Objetivo 9. Industria, innovación e infraestructura.

3. Concepción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible **como sistema de objetivos interconectados**, que implica que directa o indirectamente la actividad empresarial impacta en todos los objetivos, y tiene por tanto responsabilidad y capacidad para aportar también en todos los objetivos, no sólo los relacionados con el mercado laboral y la productividad, sino también con el cambio climático, la igualdad o la lucha contra el hambre.

Pero el marco de los ODS va más allá de simplemente involucrar a la empresa. Le echa una mano dándole pautas sobre cómo hacerlo estableciendo que únicamente a través de la colaboración entre actores se puede abordar el reto de la pobreza y del conjunto de la Agenda 2030.

El indiscutible rol de las alianzas

Para que la contribución de la empresa a los ODS sea verdaderamente eficaz es necesaria la colaboración con organizaciones especializadas que le ayuden a entender y analizar las necesidades sociales que quiere abordar.

Las alianzas con las entidades sociales son críticas para identificar vías de intervención adecuadas. Las alianzas con el sector público también son una vía de acción cuando de la colaboración empresarial se derivan beneficios claros para la sociedad. Así, las Alianzas Público – Privadas para el Desarrollo constituyen una herramienta que puede resultar tremendamente útil para promover una contribución más proactiva del sector privado para atender los retos de desarrollo de un determinado contexto.

Además, las alianzas con las entidades sociales impulsan los compromisos más allá de los impactos tradicionales como el crecimiento económico, la creación de empleo y la provisión de bienes y servicios, hasta acciones que buscan crear valor compartido e impactan en el desarrollo a través de fórmulas más sostenibles, como son los **modelos de negocio inclusivos**.

Negocios inclusivos

De manera creciente las empresas, y la sociedad en general, están descubriendo y reconociendo el potencial de los llamados negocios inclusivos.

“Soluciones de negocios sostenibles que van más allá de la filantropía y amplían el acceso a bienes, servicios y oportunidades de subsistencia para comunidades de bajos ingresos en formas comercialmente viables”.

WBCSD, 20005

Desde que se acuñó el término, se han generado múltiples definiciones. En todas ellas se incluyen 4 elementos definitorios:

- Se refieren a iniciativas empresariales (pueden ser gestionadas y promovidas por empresas, pero también por ONG).
- Se basan en un modelo de negocio que se dirige, en gran medida, al segmento de la Base de la Pirámide, como cliente, proveedor, distribuidor o empleado; aunque también son aplicables a contextos desarrollados para atender las necesidades de grupos vulnerables².
- Crean valor retorno para todos, tanto para la población de la Base de la Pirámide como para la empresa o entidad que los promueve.
- En el caso de la Base de la Pirámide se busca que redunde de manera directa en una mejora de la calidad de vida.

Antes de profundizar más en este tipo de negocio, es fundamental tener claro uno de los elementos definitorios: la Base de la Pirámide.

¿QUÉ ES LA BASE DE LA PIRÁMIDE?

La Base de la Pirámide (BdP) es una denominación socioeconómica para designar a los 4.000 millones de personas que viven principalmente en países en desarrollo y cuya renta per cápita anual se encuentra por debajo de los 1.500 USD (por paridad de poder adquisitivo).

Tradicionalmente la población de la BdP, que sobrevive con menos de \$4 al día, ha estado excluida de la economía y de los

mercados empresariales, ya que con un planteamiento empresarial básico y tradicional, este segmento no es aparentemente rentable.

El resultado es que un grupo que supone 2/3 de la población mundial, no cuenta con apenas productos y servicios creados o adaptados para abordar sus necesidades, cuando, en la práctica, sus necesidades son muchas. La Teoría de la BdP viene a llamar la atención sobre este hecho:

La BdP supone un mercado segmento de población con un inmenso tamaño y potencial, cuyas capacidades adquisitivas y necesidades pueden ser atendidas con modelos empresariales.

¿EN QUÉ SE DIFERENCIAN DE LOS NEGOCIOS TRADICIONALES?

Que un negocio venda productos baratos a comunidades en situación de pobreza no lo convierte en un negocio inclusivo. Por lo pronto, no todos los productos que se comercializan para la BdP tienen un impacto social positivo. Igualmente, tampoco se trata de crear nuevas o innecesarias necesidades de consumo.

Los negocios inclusivos deben proveer productos y servicios que facilitan y mejoran la vida de la gente que los adquiere (en el caso de BdP como consumidores) o impactar positivamente en la BdP a través del acceso a oportunidades económicas y laborales (en el caso de proveedores, distribuidores o empleados).

La gran diferencia radica en pensar que las necesidades de la población de escasos recursos no se resuelven únicamente, ni en todos los casos, por la vía del asistencialismo, sino considerando que hay productos o servicios que pueden mejorar su calidad de vida y que pueden adquirirlos; o bien que pueden integrarse en modelos empresariales en los que participan como proveedores o

distribuidores. Desde la perspectiva empresarial, supone una nueva manera de entender su posible contribución al desarrollo, basada en la innovación en productos y servicios que resuelven necesidades sociales o en articular en su cadena de valor el trabajo con poblaciones de escasos recursos.

¿PARA QUÉ SIRVEN LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS?

La utilidad de los negocios inclusivos se desprende de una premisa clara ya mencionada:

Son una forma de resolver necesidades de la población con esquemas más sostenibles, que permiten a las empresas orientar su contribución a los ODS generando modelos de negocio que atienden necesidades de la población de escasos recursos o permiten integrar en sus cadenas modelo de negocio win-win, en el que todos ganan, puesto que se crea valor social y económico para todas las partes implicadas de la población antes excluida.

De manera específica, los negocios inclusivos tienen ventajas concretas, y distintas, para la empresa y para el grupo poblacional al que se dirigen.



¿Y cuáles son las claves para el éxito de este modelo?

Si bien no existen fórmulas mágicas y absolutas para que un negocio inclusivo, al igual que cualquier modelo de negocio, tenga éxito, sí hay una serie de aspectos que se consideran clave para avanzar adecuadamente:

Propuesta de valor. Las empresas que atienden o integran en sus cadenas de valor a la BdP deben crear propuestas de valor amplias y convincentes, generar todo un ecosistema de negocio que aporte valor a la población local y a las comunidades de múltiples maneras, y no sólo a través de un único producto o servicio.

Escalabilidad. Se requiere un nivel de escala significativo dentro de la empresa: es decir, que el negocio inclusivo pueda ser replicado y llegar/ integrar cada vez un mayor número de personas de manera viable.

La escalabilidad en última instancia está relacionada con el umbral de rentabilidad de cada empresa y el retorno sobre la inversión. Sólo los proyectos viables son escalables.

Alianzas. La colaboración con ONG, administraciones y actores de la comunidad local es fundamental para generar confianza, conocer necesidades, riesgos y aspiraciones, e identificar vías de intervención a la hora de comercializar productos y servicios apropiados para la BdP.

Nuevos recursos. Las empresas deben ir más allá de los recursos tradicionales, financiando proyectos piloto en las etapas iniciales de la concepción del negocio inclusivo, e integrando e impulsando recursos como el conocimiento y la tecnología.

Innovación. La innovación productiva, así como la innovación incluyente, son esenciales para el progreso económico y adaptación a nuevos mercados.



Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) en el marco del convenio 14-CO1-590. El contenido de dicha publicación es responsabilidad exclusiva de CODESPA y no refleja necesariamente la opinión de la AECID.

Dirección:
María Jesús Pérez

Autoría:
Fundación CODESPA

Coordinación y Edición:
Mónica Gil-Casares
María Ximena Peñuela