

**TEMAS RELEVANTES
FORUM EMPRESA**
www.empresa.org

NEGOCIOS INCLUSIVOS

Los Negocios Inclusivos son negocios sustentables que benefician a las comunidades de bajos ingresos.

El rol predominante de la empresa en la sociedad ha sido el de generar riqueza económica para sus accionistas de acuerdo a lo postulado por Milton Friedman (disponible en <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>)

Las empresas tradicionalmente se concentran en los consumidores de los segmentos de ingresos intermedios y altos de la sociedad, y en los suministradores y proveedores de servicio de la economía formal. Los Negocios Inclusivos proponen un nuevo rol para la empresa en la sociedad, bajo una orientación ética diferente donde el rol de las empresas es generar bienestar para la sociedad al mismo tiempo que genera riqueza económica. Dada exclusión de la economía y la ciudadanía formal que se ve reflejada en los índices de inequidad de los países en desarrollo, los Negocios Inclusivos constituyen una alternativa viable para el Desarrollo Sostenible.

Los Negocios Inclusivos incluyen de manera rentable al segmento de bajos ingresos en sus actividades, con el propósito de beneficiar a las comunidades de bajos ingresos y lograr que puedan subsistir de forma sustentable. Siempre y cuando mejoren su calidad de vida, las comunidades de bajos ingresos pueden participar del Negocio Inclusivo como proveedores, contratistas, empleados, accionistas o asesores externos.

Los Negocios Inclusivos pueden involucrar a las comunidades de bajos ingresos a través de, entre otras cosas, la contratación directa de gente de bajos ingresos, el aumento de suministradores y proveedores de servicios de comunidades de bajos ingresos, o el suministro de bienes y servicios asequibles dirigidos a comunidades de bajos ingresos. En cualquiera de estos casos la comunidad de escasos ingresos puede ser el gestor o dueño del negocio.

Como empleados y proveedores, los segmentos de bajos ingresos obtienen acceso a la economía formal, incluyendo las posibilidades de formación y el acceso a financiamiento e ingresos. Como consumidores, los clientes de bajos ingresos pueden beneficiarse de productos y servicios que respondan a sus necesidades básicas de manera asequible (servicios públicos, educación, salud, vivienda, acceso a agua potable, reciclaje y manejo de residuos, etc.).

Los negocios inclusivos no son filantropía empresarial ni Responsabilidad Social Empresarial. Se trata más bien de buscar modelos empresariales sustentables que permiten "prosperar ayudando a los demás", donde el negocio central genera impacto social y ambiental positivo.

De acuerdo a la Fundación AVINA, "los Negocios Inclusivos son iniciativas económicamente rentables y ambiental/socialmente responsables, que utilizan los mecanismos del mercado para mejorar la calidad de vida de personas de bajos ingresos, al permitir:

- su participación en la cadena de valor como proveedores de materia prima, agentes que agregan valor a bienes o servicios, o distribuidores de bienes o servicios, y/o
- su acceso a servicios básicos esenciales de mejor calidad o a menor precio, y/o
- su acceso a productos o servicios que les permita entrar en un "círculo virtuoso" de oportunidades de hacer negocios o mejorar su situación socio-económica."

El WBCSD entiende los negocios de inclusión como una iniciativa empresarial que, sin perder de vista el objetivo final de generar ganancias, contribuye a la superación de la pobreza a través de la incorporación de personas de bajos ingresos a su cadena de valor. Es decir, es un modelo de negocio que busca alinear los intereses privados con las necesidades sociales a través de cuatro pasos:

- 1.- entender el significado de las tendencias sociales
- 2.- buscar soluciones empresariales para satisfacer las necesidades
- 3.- integrar las oportunidades en la estrategia empresarial
- 4.- medir los resultados a largo plazo. Una tarea nada fácil, a la cual ya se han sumado 41 importantes empresas a nivel mundial, pertenecientes al WBCSD

Los negocios inclusivos se dividen en dos categorías, los que buscan integrar a las personas de escasos recursos como consumidores y los que integran a los más pobres como proveedores o distribuidores. En el primer caso, las empresas ganan vendiendo bienes y servicios a un mercado inexplorado, mientras las comunidades de bajos ingresos ganan accediendo a productos a precios accesibles; mientras en el segundo escenario las comunidades de bajos ingresos logran vender sus servicios aportando en la creación de valor y las empresas generan mayores ingresos comprando recursos locales.

Entre los factores críticos para tener éxito, están el concentrarse en competencias clave de la empresa, crear alianzas con entidades externas que ofrecen experiencia complementaria y localizar la creación de valor potenciando los conocimientos y las capacidades locales.

La situación en Latinoamérica

Recientemente se dio a conocer los principales resultados de una investigación sobre las tendencias, obstáculos y principales desafíos que enfrentan las compañías al implementar negocios inclusivos hecha en alianza entre el WBCSD, el SNV y el BID a 521 empresas nacionales medianas y grandes de 13 países de la región: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Perú y Trinidad y Tobago.

Según el documento, casi la mitad de ellas reconoció que participa en iniciativas para incorporar a los más desfavorecidos en la economía formal. Entre los motivos para hacerlo, el hecho de que es un buen negocio (85%) supera a la Responsabilidad Social Empresarial (74%). Entre las estrategias más mencionadas para desarrollar los negocios inclusivos con foco en los consumidores, están el diseño de productos y servicios específicos para los más desfavorecidos (82%), el diseño de canales de distribución apropiados (77%) y las estrategias de precios (76%). Mientras que para incluir a la base de la pirámide en los procesos de producción, el desarrollo de capacidades de los agentes (89%) es la estrategia más utilizada, seguida por el fortalecimiento de las habilidades organizacionales de los mismos (73%).

El costo asociado marginal inicial se presenta como el principal obstáculo a la hora de hacer negocios inclusivos. Sin embargo, las firmas ven los beneficios económicos de incorporar a los mercados de bajos ingresos en su negocio. Una de las principales conclusiones fue que, "un 75% de las empresas manifestó que uno de los principales beneficios de lo negocios de inclusión son una mejora en los ingresos y ventas", tal es el caso de Nestlé en Perú, donde gracias a la capacitación de dueñas de casa en la venta de productos, aumentó sus ventas en un 33% en el segmento más bajo.

Link de interés

<http://www.inclusivebusiness.org/2007/12/brochure-sobre.html>

<http://www.wbcd.org/web/development.htm>

<http://www.snvla.org/>

<http://www.avina.net/>