



INFORME LAS EMPRESAS FRENTE AL DESAFÍO DE LA POBREZA

HOJA DE DATOS MUNDIALES

Desde México hasta Mauritania, desde Polonia hasta Filipinas, en la carrera por promover el desarrollo humano, el mayor recurso sin explotar es la enorme capacidad del sector privado. Más de mil millones de personas no tiene acceso a agua limpia, 1.600 millones no tienen electricidad y 5.400 millones no tienen Internet. Sin embargo, los pobres tienen un potencial de consumo, producción, innovación y emprendimiento, en gran parte desaprovechado. *Las Empresas Frente al Desafío de la Pobreza: Estrategias Exitosas* demuestra la eficacia de modelos de negocios más inclusivos, tanto para el progreso como para la creación de riqueza.



PRODUCTORES DE ALGODÓN DE COMERCIO JUSTO EN MALI FUENTE: ARMOR-LUX

• Los modelos de negocios inclusivos

Los modelos de negocios inclusivos involucran a los pobres en varios puntos de la cadena de valor, tanto por el lado de la demanda, como clientes y consumidores, como también por el lado de la oferta, como empleados, productores y dueños de empresas. Estos modelos tienden puentes entre las empresas y los pobres para beneficio mutuo. Sus beneficios van más allá de las ganancias inmediatas y el aumento en los ingresos. Para las empresas, el modelo implica dirigir innovaciones, construir mercados y fortalecer cadenas de suministro; para los pobres, implica más productividad, ganancias sostenibles y mayor empoderamiento. La concepción de los modelos de

- **El mercado de teléfonos móviles de África** aumentó en promedio 50% al año entre 2001 y 2006. Se espera que crezca a 250 millones de abonados el año 2010.
- **El sector de comercio justo** creció 42% entre 2005 y 2006.
- El total de clientes de **microfinanzas** aumentó en casi 500% desde 1997 a 2003.
- En América Latina, la rentabilidad del capital en el área de las microfinanzas fue de 31,2%, en contraste con el 16,5% en la banca convencional.

negocios inclusivos de este informe se basa y refuerza el trabajo del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, SNV Organización Neerlandesa de Desarrollo y otros interesados en los negocios inclusivos.

Oportunidades para las empresas: Hacer negocios con los pobres genera ganancias, desarrolla nuevos mercados, estimula la innovación, expande los recursos laborales y fortalece las cadenas de valor, al incorporar a los pobres como productores, proveedores, distribuidores, minoristas y concesionarios.

Oportunidades para los pobres: Los modelos de negocios inclusivos mejoran la vida de los pobres y contribuyen a que sus países alcancen los Objetivos de Desarrollo del Milenio, al suplir necesidades básicas, contribuir a que los pobres sean más productivos, aumentar sus ingresos y empoderarlos para que mejoren el control sobre su vida.

Restricciones: Las condiciones de mercado en las que se desenvuelven los pobres son complejas, arriesgadas y caras. En ese sentido, el informe identifica cinco restricciones: información de mercado insuficiente; marco regulatorio poco efectivo; infraestructura inadecuada; falta de conocimiento y habilidades y acceso limitado a servicios y productos financieros.

Estrategias eficaces: Múltiples empresas están obteniendo buenos resultados en mercados pobres, luego de superar las restricciones en forma creativa. Los estudios de caso presentados en el informe revelan

cinco estrategias comunes: adaptar productos y procesos, invertir para remover las restricciones del mercado, apalancar las fortalezas de los pobres, combinar recursos y capacidades con otras organizaciones, y comprometerse en diálogos de políticas con los gobiernos.

Herramientas

- **La matriz de estrategias** ayuda a identificar las restricciones del mercado y a definir estrategias para enfrentarlas; vincula cinco restricciones generales en los mercados de los pobres con cinco estrategias que pueden dar lugar a soluciones.

- **Los “mapas de calor”** identifican oportunidades al ilustrar el acceso a servicios de agua, crédito, electricidad o telefonía. Ofrecen una descripción visual y una primera aproximación a los posibles mercados, además de contar con información sobre la estructura de esos mercados, tal como los diversos tipos de proveedores.

- **Los estudios de caso** ayudan a los lectores a encontrar soluciones a partir de la experiencia de otros y de la descripción de modelos de negocios exitosos que involucran a los pobres.

Ejemplos de modelos de negocios inclusivos que contribuyen a que los países cumplan con los ODM:

- En **Colombia**, la empresa Juan Valdez está ofreciendo ingresos más altos y más estables a más de 500.000 pequeños productores de café.
- En **China**, Tsinghua Tongfang comercializa computadoras con software de educación a distancia para la población rural, tanto de educación primaria y secundaria como de educación en idiomas de minorías.
- En la **Federación de Rusia**, más del 80% de los clientes del Banco Forus son mujeres, la mayoría de las cuales se desempeña en negocios minoristas. En 2006, el banco ayudó a crear 4.250 puestos de trabajo directos y 19.950 indirectos.
- En **Senegal**, la organización de salud Pésinet puso en marcha un método de alerta temprana para monitorear las condiciones de salud de niños menores de cinco años de familias de bajos ingresos –la tasa de mortalidad infantil disminuyó de 120 a 8 por cada 1.000 nacidos vivos, es decir, más del 90% entre 2002 y 2005.

- En Cabo Delgado, **Mozambique**, el gas licuado de petróleo suministrado por VidaGas mejora la esterilidad del instrumental médico usado en los partos.

- En **Tanzanía**, A to Z Textile Mills provee a precios razonables mosquiteros para camas, tratados con insecticidas de larga duración, que impiden a los mosquitos contagiar el paludismo; gracias a ello, la mortalidad disminuyó en 50%.

- En los barrios pobres de Casablanca, **Marruecos**, Lydec ha aumentado drásticamente el porcentaje de gente con acceso a agua y a electricidad.

- En **Filipinas**, Smart, cuya red cubre a más del 99% de la población, ofrece tarjetas telefónicas prepagadas para hablar por celular a bajo costo y facilita las transacciones financieras gracias a la alternativa de enviar remesas usando la tecnología de servicio de mensajes breves (SMS).

Consejo Asesor

El consejo asesor de la Iniciativa GIM está compuesto por diversas instituciones, con un interés en el papel del sector privado en el desarrollo. Incluye a los principales organismos internacionales dedicados al desarrollo, organizaciones empresariales mundiales que representan a cientos de empresas y expertos de reconocidas instituciones de investigación que interconectan los negocios con el desarrollo.

*La **Iniciativa Crecimiento de Mercados Inclusivos** • La Iniciativa Crecimiento de Mercados Inclusivos, dirigida por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), es una plataforma que facilita la participación de todos los actores en modelos de negocios más inclusivos de manera tal que la búsqueda de creación de riquezas y progreso humano se beneficien mutuamente. En ese sentido, GIM también recopila información pertinente, destaca buenos ejemplos, desarrolla estrategias operacionales prácticas y genera instancias de diálogo.*

Si desea mayor información, visite:

www.undp.org o www.growinginclusivemarkets.org

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

One United Nations Plaza
Nueva York, NY 10017, EE.UU.

Julio 2008

