

NEGOCIOS INCLUSIVOS: UNA APROXIMACIÓN A SUS POTENCIALIDADES EN EL MUNDO DEL TRABAJO*

Por:

Jenny Marcela Melo Velasco
jmarcela@univalle.edu.co :: jmarcela.melo@gmail.com
Universidad Nacional de La Plata

Jornadas Nacionales sobre Estudios Regionales y Mercado de Trabajo
Eje Temático: Procesos de inclusión y exclusión en los mercados de trabajo, y de
construcción de ciudadanía

Resumen

El concepto de negocios con la base de la pirámide, conocido también como negocios inclusivos, propone que el sector privado tiene la posibilidad de crear valor social al mismo tiempo que actúa con objetivos de rentabilidad; incluyendo en su cadena de valor a personas en condición de pobreza, ya sea como proveedores de materia prima, distribuidores de bienes o servicios, socios de negocio, o clientes.

En el contexto de la responsabilidad social y la sostenibilidad este tipo de negocios se están constituyendo a paso veloz como la nueva tendencia en los discursos y prácticas de diversas empresas localizadas en países con altas tasas de pobreza.

Esta ponencia tiene por objeto revisar dos experiencias concretas de negocios inclusivos, una de una empresa multinacional con sede en Colombia y otra de una pequeña empresa argentina, con el propósito de conocer el potencial impacto que están logrando en las condiciones de trabajo de las comunidades empobrecidas con las que cada empresa se relaciona. La revisión de estas experiencias, que se encuentran actualmente en distintas etapas de desarrollo, permite sugerir que los negocios inclusivos pueden llegar a ser un vehículo para lograr inclusión en el mundo del trabajo de personas en condición de pobreza, al propiciar las circunstancias para la consolidación de unidades productivas y su inserción en circuitos de mercado.

Palabras clave: negocios inclusivos, pobreza, América Latina.

Introducción

Los negocios inclusivos son considerados hoy en día por algunos sectores empresariales, grandes agencias de cooperación internacional y organismos de desarrollo, como una estrategia de superación de la pobreza que permite una participación activa del sector privado en los temas de desarrollo y la incorporación de comunidades empobrecidas en circuitos de mercado. Si bien las construcciones conceptuales, tanto las producidas por la academia como por organismos de cooperación y de desarrollo no completan una década y son consideradas por algunos como ingenuas y que subestiman las complejidades que entraña la relación empresa-comunidad pobre (Arora y Romjin, 2009), el discurso de los negocios inclusivos está siendo impulsado y llevado a la práctica por empresas de diverso tamaño y sector económico en países de bajos ingresos y con altas tasas de pobreza alrededor del mundo.

Conocer experiencias concretas que se están llevando a cabo en América Latina, acompañarlas, analizarlas, y aportar desde ellas a la comprensión de las potencialidades reales que tiene este concepto de traducirse en un vehículo efectivo de inclusión social, son tareas imperativas que deben ser abordadas desde la academia en el corto plazo. Para aportar en esta dirección este documento plantea elementos de dos experiencias de negocios inclusivos que se están llevando a cabo en Colombia y Argentina. En el primer apartado se avanza en una revisión general del discurso de los negocios inclusivos, sus proposiciones y supuestos. En el segundo se presenta el contexto y las líneas centrales de los casos Minga Mujer en Colombia y Chunchino en Argentina. Finalmente, se cierra con la proposición de algunas consideraciones con respecto al discurso y a la práctica de los negocios inclusivos, la promesa que encierra, y con el planteamiento de algunos desafíos y preguntas que surgen para ser abordados en trabajos siguientes.

El discurso de los negocios inclusivos: Propositiones y supuestos.

“Las empresas existen para resolver problemas. En Occidente se ha olvidado cuál es el objetivo de las empresas y se confunde con objetivos financieros. Los problemas de la cumbre de la pirámide ya están resueltos; donde hay problemas es en la base y, por lo tanto, es ahí donde las empresas deben intervenir”.

Stuart Hart (2004)

El artículo *The Fortune at the Bottom of the Pyramid* publicado en 2002 por Prahalad y Hart, dos profesores pertenecientes a escuelas de administración estadounidenses, y el libro *The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits*, publicado por Prahalad en 2004, son considerados referencias seminales en el campo de los negocios inclusivos. En estas referencias académicas iniciales se introdujo la noción de base de la pirámide -en adelante BdP- y se invitó a las empresas multinacionales a mirar con los lentes del “capitalismo inclusivo”, e incursionar en los mercados de las comunidades de menores ingresos, con la promesa de “obtener crecimiento, beneficios económicos, y realizar incalculables contribuciones a la humanidad”.

A partir de estas referencias iniciales se ha venido elaborando un cuerpo de conceptos, principalmente desde las organizaciones internacionales de desarrollo y desde las escuelas de administración, que describe los alcances y propósito de los negocios inclusivos. Para ilustrar este punto, en la tabla 1 (ver anexo) se presentan algunas definiciones sobre Negocios Inclusivos elaboradas por organizaciones multilaterales y Ong’s.

A partir de la revisión de esas definiciones se pueden dilucidar 3 elementos constitutivos en el concepto de negocios inclusivos: i) son iniciativas de negocio rentables para las empresas, que tienen el objetivo de contribuir a la superación de la pobreza y a la mejora de la calidad de vida de las comunidades excluidas, a través de relaciones gana-gana; ii) se enmarcan en los principios de responsabilidad social, por lo tanto consideran su triple resultado: social, económico y ambiental, y se rigen por el principio de sostenibilidad; y iii) involucran a la

población de la BdP en la cadena de valor de la empresa en diversos eslabones: como consumidores, proveedores, distribuidores, socios de negocio.

En un sentido contrario, también se puede indicar que se considera que los negocios inclusivos no son estrategias de filantropía que no agregan valor a la empresa; no significan “hacer negocio de los pobres”, llevando a la BdP a convertirse en consumidora de productos y servicios que no mejoran su calidad de vida; no son una estrategia de negocio que pierde de vista los principios de la responsabilidad social, despreocupándose por su impacto social y ambiental; y no buscan incentivar un aumento del endeudamiento para lograr mayor consumo.

En el espectro de posibilidades de los negocios inclusivos se pueden identificar tres niveles de participación de las comunidades pobres. En el primero solo tienen una potencialidad de consumidores. Desde la empresa esto implica la creación y/o adaptación de productos y servicios acordes a las condiciones de vida y los patrones de consumo de la BdP, que satisfagan sus necesidades básicas, tengan altos estándares de calidad, y un precio accesible. En un segundo nivel harían parte de la cadena de valor de las empresas; eso significa crear una relación comercial entre las comunidades y las empresas, ya sea para la provisión de materias primas e insumos o la distribución de productos y servicios. En este punto la empresa puede obrar como promotora de la organización de la comunidad, ya sea impulsando la formación de unidades productivas, potenciando una forma de organización existente, o simplemente operando como cliente o proveedor (Licandro, 2009). En un tercer nivel, la BdP actúa como “socio y colega” de la empresa, lo cual implica la creación conjunta de un negocio integrado al tejido social de la comunidad. Este tercer nivel incorpora la participación de organizaciones mediadoras que facilitan el acercamiento entre la empresa y la comunidad.

En el discurso de los negocios inclusivos se pueden identificar los siguientes supuestos sobre el papel de la empresa privada y el carácter de las comunidades de bajos ingresos (Prahalad, 2004):

- La población en condición de pobreza es empresaria, creativa y con alto sentido del valor, lo cual implica que es viable y posible que las empresas se asocien con ella para

construir espacios de gana-gana, donde la BdP está comprometida y la empresa privada obtiene rentabilidad.

- La BdP es un mercado que proporciona una nueva oportunidad de crecimiento al sector privado, y es un escenario propicio para la innovación en sus procesos, productos y enfoques.
- Para dar una respuesta efectiva a la pobreza global se requieren tres condiciones que reúne la empresa privada: posibilidad de escalamiento, permanencia en el tiempo, y eficiencia (Austin, 2006; Gutiérrez y Lobo, 2006, citado en Licandro, 2009).

Expuestos los principales elementos del concepto, sin abordar sus críticas que serán consideradas hacia el final del documento, en el siguiente apartado se avanza en la consideración de dos experiencias que pueden considerarse enmarcadas en este discurso.

Revisión de experiencias.

A continuación se revisan las líneas centrales de dos casos que varían en dimensión y se encuentran actualmente en distintas etapas de desarrollo: Minga Mujer en Colombia, y Chunchino en Argentina. Esta revisión se realiza a partir de informaciones primarias y documentos que reseñan ambas experiencias provistos por las personas que coordinan ambas iniciativas desde las empresas. En ambos casos se dará cuenta del contexto en el que se desarrollan, la forma en que surge cada experiencia, su estado actual, y la relación que se ha establecido con las comunidades empobrecidas.

El caso de Minga Mujer en Colombia.

“Generar ingresos me ha cambiado mucho la vida, tengo para mi sustento y el de mis hijos. Cambió mi rutina. En el grupo nos tratamos muy bien, somos muy unidas y hemos logrado muchas cosas y quiero seguir para alcanzar muchos otros más beneficios. Mi meta es ver que esta asociación crezca para que otras mujeres tengan acceso a llegar acá”

Limbania, Minga Mujer

Esta experiencia de negocios inclusivos tiene lugar en Colombia, en el norte del

departamento del Cauca. En este caso, desde 2008 la Asociación Regional de Mujeres Minga Mujer es proveedora de wipe (confección en tela para limpiar máquinas), almuerzos y refrigerios de la empresa Pavco de Occidente. Antes de describir ambas organizaciones y presentar los momentos del proceso que llevó al trabajo articulado entre ambas, se proporciona una descripción de contexto de la zona.

Algunas notas sobre el norte del Cauca

El Cauca es uno de los 32 departamentos de Colombia. Se encuentra localizado al suroccidente del país. En este departamento alrededor del 40% de la población es afro descendiente y se ubica principalmente en la zona norte del departamento, representando allí casi un 90% de la población. Según el Plan de Desarrollo y la Agenda Regional del Cauca (2007), la zona del Norte del Cauca presenta unos indicadores bastantes críticos con relación a la calidad de vida de los habitantes: el 39,7% de los hogares viven en condiciones de indigencia y el 77 % en condiciones de pobreza; el 57,5% de los habitantes presentan más de una necesidad básica insatisfecha, solamente el 54,5% de los hogares cuentan con una vivienda digna y con posibilidad de acceder al sistema escolar.

En 1994 el departamento sufrió un fuerte sismo que generó una avalancha en el río Páez ocasionando cuantiosas pérdidas tanto de vidas como de infraestructura. Esta tragedia natural acentuó aún más las condiciones de pobreza de la zona afectando las oportunidades de crecimiento social y económico. Como respuesta a esta situación, el gobierno nacional aprobó un proyecto de ley para fomentar la inversión con incentivos a largo plazo, naciendo así la Ley 218 de 1995, conocida como la Ley Páez, que se convirtió en una herramienta de incentivo para el fomento de la actividad económica y una gran oportunidad para modernizar el aparato productivo de la economía caucana. A partir de la Ley Páez quedan exentas del impuesto de renta y complementarios las nuevas empresas del sector agrícola y ganadero, microempresas, establecimientos comerciales, industriales, turísticos, las compañías exportadoras y mineras que no se relacionen con la exploración o explotación de hidrocarburos (Alonso y Lotero 2006). Con la Ley Páez se crearon las condiciones para el establecimiento de diversas empresas en la zona norte del Departamento del Cauca que se sumaron a las que ya estaban asentadas en la zona. Actualmente en el norte del Cauca,

especialmente en jurisdicción de los municipios de Caloto, Guachené, Villarica y Puerto Tejada, hay asentadas unas 139 empresas en varios parques industriales que generan unos 6.500 empleos directos y 13.500 indirectos.

Este proceso de industrialización ha traído un impacto positivo en la estructura económica de la zona. Sin embargo, dados los serios problemas de formación que existen en la zona (la población se concentra en los niveles educativos con primaria incompleta, secundaria incompleta y secundaria completa), las demandas por empleos con niveles altos de cualificación son provistos por trabajadores provenientes de municipios como Cali, más adelantados en términos de desarrollo y condiciones de vida, aunque la mayor parte del empleo nuevo en niveles medios y bajos proviene de la región y sigue en aumento. Para dar continuidad a este proceso en 2008 el gobierno nacional autorizó la creación de Zonas Francas en la zona, lo cual implica que las empresas se quedarán al menos 30 años más en el Norte del Cauca, con el compromiso de más inversión y generación de empleo local.

Pavco de Occidente y Minga Mujer

Pavco es una empresa del sector de producción y comercialización de tuberías y accesorios de PVC. Fue fundada en Colombia en noviembre de 1962. En 1989, Amanco, un grupo industrial de capital suizo, que en la actualidad es líder en Latinoamérica en la producción y mercadeo de sistemas de tuberías, conexiones y accesorios plásticos para la conducción de fluidos, principalmente agua, compró un porcentaje mayoritario de las acciones, convirtiendo a la empresa en una compañía multinacional. Este cambio dió inicio a una gran transformación estratégico-cultural. En 2007 el grupo industrial de capital suizo fue adquirido por Mexichem, un conglomerado mexicano de empresas químicas y petroquímicas líder en el mercado latinoamericano. La planta de Guachené, que opera bajo el nombre de Pavco de Occidente fue fundada en 1998 en el marco de la Ley Páez. Esta planta se encarga de la fabricación de tuberías y está ubicada en el Parque Industrial y Comercial del Cauca Etapa III. Durante sus doce años la planta ha trabajado con el objetivo corporativo del triple resultado, en lo económico, en el tema ambiental y de responsabilidad social, siguiendo los lineamientos de la casa matriz, inicialmente de origen suizo.

En el proceso que llevó a que Pavco de Occidente y Minga Mujer trabajaran de forma

articulada se pueden identificar 3 momentos. El primer tiene que ver con la creación de Minga Mujer, el segundo con una decisión de Pavco de Occidente, y el tercero con la puesta en marcha de un proyecto que se propone vincular a Minga Mujer como proveedores de las empresas del Parque Industrial y Comercial del Cauca Etapa III.

1. La Fundación Propal en asocio con la Organización Internacional del Trabajo –OIT– y el Fondo para la Acción Ambiental y la Niñez –FPAA– desarrollaron durante 2003 y 2006 un programa sobre erradicación y prevención del trabajo infantil. Finalizado este periodo el grupo de madres de los niños y niñas trabajadores tomaron la decisión de organizarse para buscar alternativas que les permitieran mantener a sus hijos en el sistema escolar y retirados del trabajo infantil. Nació así la Asociación Regional de Mujeres MINGA MUJER, cuyo propósito es consolidar espacios de autonomía económica para la mujer y la defensa de sus derechos. En esa vía se propusieron iniciar procesos de capacitación en artes y oficios a través del Servicio Nacional de Aprendizaje –SENA– y organizar pequeñas unidades productivas que les permitiera generar ingresos para el sostenimiento familiar y la mejora de su calidad de vida. En una de sus líneas de desarrollo social la Asociación Nacional de Industriales –ANDI– seccional Cauca trabaja con población desplazada de la zona del Norte del Cauca en la que tiene operando talleres de confección. Viene apoyando a Minga Mujer con máquinas industriales a través de recursos de la Agencia para el Desarrollo Internacional USAID.

Minga Mujer reúne a 150 mujeres que habitan en los municipios de Guachené, Caloto, Puerto Tejada, Villarrica y Santander de Quilichao. Son en su mayoría mujeres afrocolombianas (78%), también incluye mestizas (17%) e indígenas (5%); todas mayores de 15 años, madres solteras, algunas familiares de los trabajadores de las empresas del Parque Industrial, otras desplazadas, víctimas de maltrato conyugal, con baja y mediana escolaridad, dependientes, sin empleo fijo y de tipo informal.

2. En el año 2007 Pavco de Occidente a través de la Fundación Carvajal realizó un estudio de diagnóstico socioeconómico de la zona de influencia donde están ubicadas las plantas de producción en el Parque Industrial, que permitiera conocer la situación social y económica en la que viven los trabajadores de la empresa y la comunidad circundante. A

partir de este trabajo se ponen en marcha líneas de intervención que se proponen contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores de la empresa, oriundos de Guachené. En el marco de estas líneas se construyeron alianzas con fundaciones, empresas privadas y con la comunidad para articular y unir esfuerzos para la puesta en marcha de acciones que generaran oportunidades de ingresos en las familias a través de negocios incluyentes. En este marco, Pavco de Occidente interesada en el desarrollo de sus comunidades vecinas y tomando en cuenta que algunas las mujeres asociadas en Minga Mujer pertenecían a las familias de sus colaboradores, convirtió a la asociación en la proveedora de los refrigerios y almuerzos para clientes en su planta en Guachené; posteriormente la incorporó también como proveedora de wipe.

3. En 2008, dada la calidad de los suministros se inició un proyecto liderado por Pavco de Occidente, con la participación de otras organizaciones, con el propósito de vincular a las mujeres de la comunidad de Guachené, agrupadas en la asociación regional de mujeres Minga Mujer, como proveedores de las empresas del parque industrial. Este proyecto se formuló con tres apuestas: i) fortalecer iniciativas comunitarias que mejoran la situación socioeconómica de grupos de mujeres que se han organizado para mejorar los ingresos en sus familias y que no tienen fuentes de empleo; ii) afianzar alianzas interinstitucionales para el desarrollo regional, apoyando iniciativas que benefician a la comunidad vecina y a las familias de nuestros colaboradores; y iii) promover desde Pavco de Occidente la implementación de Negocios Inclusivos (comprar a Minga Mujer refrigerios, dotación y otros), como estrategia de integración socio-económica de las comunidades del entorno a la cadena de valor.

De acuerdo con los datos suministrados por la empresa, al primer semestre del 2009 como resultado del fortalecimiento de las iniciativas comunitarias se contaba con 65 beneficiarios directos y 326 indirectos. El valor facturado ascendió a \$64.000.000 pesos colombianos, aprox 32.000 USD (Pavco de Occidente y Minga Mujer, 2010).

El caso Chunchino en Argentina.

“Hasta el momento el aporte de Chunchino es más orientado a concientizar y a motivar a

otros a emprender responsablemente haciendo foco en la importancia de la selección de proveedores que realmente trabajen para mejorar las condiciones de vida de los trabajadores de manera digna, lejos de la caridad y el clientelismo. Sobre todo eso, hay tanto clientelismo, tanto manoseo de la solidaridad de mucha gente con buenas intenciones, que por más pequeño que sea el mercado que muevo hoy en día, hago llegar un mensaje a la gente”.

Ileana Lacabanne, Gerente Chunchino

Esta experiencia de negocios inclusivos tiene lugar en La Plata, Provincia de Buenos Aires, Argentina. En este caso la microempresa Chunchino ha incorporado en su proceso de producción a organizaciones que aglutinan a grupos vulnerables como la Cooperativa La Alameda, Otro Mercado al Sur y RedActivos. A continuación se indican algunos elementos significativos del contexto, se presentan las particularidades de las organizaciones y se describe el trabajo articulado que se ha desarrollado.

Algunas notas sobre la provincia de Buenos Aires

La provincia de Buenos Aires es una de las 23 provincias que componen la República Argentina, y sin duda una de las más importantes. De acuerdo con la Dirección Provincial de Deuda y Crédito Público –DPDCP– (2009), esta provincia representa el 36% del PBI nacional, genera más del 37% del total de las exportaciones, alberga al 38% del total de la población del país y educa más de 4 millones de alumnos en todos los niveles educacionales. Para el ámbito de lo social la fuente mencionada proporciona cifras muy conservadoras, aunque no dejan de ser preocupantes. Para el último trimestre de 2009, el 13,6% de la población de la provincia estaba por debajo de la línea de pobreza. Por su parte, para el INDEC en el Gran Buenos Aires (Ciudad de Buenos Aires y Partidos del Conurbano) en el segundo semestre de 2009 solo el 2,8% de los hogares, y 3.1% de las personas se encontraban bajo la línea de indigencia; 8,7% de los hogares y 12,6% de las personas se encontraban bajo la línea de pobreza.

Para algunos actores, como universidades y organizaciones no gubernamentales, estas cifras no dan cuenta de las brechas sociales que existen en la realidad en diferentes zonas de la provincia. Existe una percepción generalizada sobre una disminución evidente de la calidad

y de las condiciones de vida de la población, evidenciada en el crecimiento el trabajo infantil, la consolidación de villas miseria alrededor de los centros urbanos, y profundizada por el aumento de los precios.

Chunchino, Otro Mercado al Sur, Cooperativa La Alameda y RedActivos

Chunchino es un proyecto de ecodiseño de indumentaria para bebés y regalos de nacimiento sustentables que nace a finales de 2008 como una iniciativa de dos emprendedoras de La Plata. Este emprendimiento se propone enmarcarse en el mercado verde, es decir, en la oferta de artículos producidos con el menor daño posible al medio ambiente, y promover el consumo responsable; tiene desde su génesis la filosofía del comercio justo, la responsabilidad social y la sustentabilidad.

En correspondencia a este enfoque, Chunchino buscó proveedores que estuvieran alineados con su filosofía. Por esta razón, incorporó como proveedores en su cadena de valor a tres fundaciones sin fines de lucro: Otro Mercado al Sur, que provee como materia prima algodón agroecológico, Cooperativa La Alameda, que realiza la manufactura textil, y RedActivos, que provee el servicio de comercialización y distribución de productos. A continuación se describe la orientación década una de estas organizaciones.

Otro Mercado al Sur

Otro Mercado al Sur es una asociación civil sin fines de lucro fundada en 2004, surgida por iniciativa de un grupo de voluntarios de diferentes países comprometidos en el desarrollo y la promoción de la economía solidaria, el comercio justo y el consumo responsable en Argentina y América Latina. Tiene como misión contribuir a la construcción de una economía más justa y responsable buscando la eliminación de los desequilibrios generados por los efectos de los modelos socio-económicos dominantes: desigualdad económica y social, destrucción ambiental, empobrecimiento cultural, y desigualdad en las relaciones comerciales entre los países del norte y del sur del mundo.

Su trabajo se centra en el desarrollo y promoción del proyecto Cadena Textil Solidaria, que propone conformar un proceso productivo y comercial desde la materia prima hasta el

producto terminado. Realiza el siguiente circuito: se articula la producción de algodón de pequeños productores de Argentina y Paraguay a los que se brinda apoyo para lograr fibra agroecológica. Posteriormente el tejido del algodón, los teñidos y el corte son realizados en la Cooperativa Textiles Pigüé, fábrica recuperada y gestionada por sus trabajadores en el sur de la Provincia de Buenos Aires. La confección de las prendas se realiza en una red de talleres textiles de la provincia en concordancia con los principios del comercio justo.

Cooperativa La Alameda

La Cooperativa la Alameda, Asamblea Popular y Cooperativa de Trabajo “20 de Diciembre” de Parque Avellaneda, se constituyó en 2001 como resultado de los hechos represivos que tuvieron lugar el 19 y 20 de diciembre de ese año. Esta organización ha vivido una transición desde la organización de una “olla popular” para satisfacer las inmediatas necesidades básicas, hasta la conformación de la Unión de Trabajadores Costureros que hoy en día tiene entre su plan de lucha la defensa de los derechos laborales del gremio de costureros al que pertenecen un buen número de inmigrantes bolivianos y la mayoría de los asambleístas.

Esta cooperativa, de la que participan mujeres que luchan contra el trabajo esclavo y que en su mayoría han sido víctimas en talleres textiles clandestinos que existen en Buenos Aires, presta el servicio de manufactura textil a Chunchino.

RedACTivos

RedACTIVOS es una de las estrategias de la asociación civil sin fines de lucro La Usina, creada en 2002 con la misión de promover un cambio de actitud respecto a la discapacidad, para construir ciudadanía activa. Se encarga de comercializar y distribuir productos y servicios desarrollados por personas con discapacidad, en particular productos para embalaje: cajas de cartón, bolsas de papel y polietileno, creando y operando una red centrada en criterios de equidad y guiada por un código de ética. Provee a Chunchino el servicio de comercialización y distribución de productos, realizado sustentablemente a través de procesos de reciclado.

RedACTIVOS se propone fomentar la autonomía social y económica de los trabajadores con discapacidad a través de la sustentabilidad de los emprendimientos productivos en los que se desempeñan. Estas unidades productivas tienen grandes dificultades para comercializar sus productos y servicios por carecer de estructuras comerciales enfocadas en el proceso de ventas. Cuenta con un relevamiento inicial de 21 TPPs (Talleres Protegidos de Producción) que son entidades estatales o privadas bajo dependencia de asociaciones con personería jurídica y reconocidas como de bien público, que tienen por finalidad la producción de bienes y/o servicios, cuya planta está integrada por trabajadores con discapacidad física y/o mental. Del total de TPPs, 19 se encuentran ubicados en provincia de Buenos Aires y 2 en Capital Federal, esto impacta en más de 630 trabajadores con discapacidad, en su mayoría mental.

RedACTIVOS actúa para que los TPPs pasen de una situación deficitaria a una situación de autosustentabilidad. Brinda capacitaciones gratuitas, teórico / prácticas muchas veces acompañadas por procesos de mentorías, con el fin de que los emprendimientos agreguen valor y mejoren sus prácticas, incorporando de este modo una mirada profesional a los mismos. Realiza el contacto con clientes socialmente responsables permitiendo lograr una estabilidad en las ventas, impactando en la sustentabilidad de cada TPPs y por consiguiente en la fuente laboral de los trabajadores con discapacidad.

Consideraciones finales.

En los apartados anteriores se plantearon los elementos generales del concepto de negocios inclusivos y las líneas centrales de dos experiencias que tienen lugar en América Latina. En este apartado final se presentan consideraciones para ambos niveles: conceptual y empírico. Se cierra el documento planteando algunos desafíos y preguntas para estudios posteriores.

Sobre el enfoque conceptual de los negocios inclusivos

La promesa teórica que encierran los negocios inclusivos se sustenta en considerar que el

saber hacer de la empresa puede usarse para lograr el bien común, y que generar valor social y empresarial, simultáneamente, es posible. No obstante, sus críticos y escépticos consideran que este enfoque exuda optimismo, atribuyendo un papel positivo al papel de la empresa y al funcionamiento de los mercados en el modelo capitalista, sin problematizar su responsabilidad en la dinámica económica que genera la pobreza.

Otra crítica tiene que ver con el supuesto de la existencia de una relación de mutuo beneficio y de gana-gana entre las comunidades y las empresas. Para Arora y Romijn (2009) es evidente la manera informal en la que los principales proponentes de la base de la pirámide han tratado dos cuestiones: la heterogeneidad entre los pobres, y las complejidades de la participación como socios entre las empresas transnacionales, las ONG y las comunidades pobres en los países en desarrollo. El asunto de las relaciones de poder adversas y las jerarquías que pueden existir entre las comunidades y las empresas no es considerado en el marco conceptual de los negocios inclusivos, a pesar de la importancia sustancial que reviste.

En lo relacionado a la inclusión puede inferirse que se considera que las comunidades en condición de pobreza logran “estar incluidos” en la medida en que participan de un circuito de mercado formal, y son reconocidas por las empresas como actores funcionales y productivos, estableciendo una relación comercial. Parece evidente que la mirada que ha prevalecido en el marco conceptual es el de las empresas, quedando ausente la mirada de las comunidades pobres sobre las implicaciones que estar incluidos en mecanismos de mercado pueden tener en la eliminación de los límites (educativos, sanitarios, de vivienda, empleo...) que les impiden acceder a bienes y derechos considerados básicos, participar en la vida social y constituirse como ciudadanos.

En términos prácticos se puede considerar que el aporte que realizan los negocios inclusivos es: promover la conformación de unidades productivas conformadas por comunidades empobrecidas y otorgarles una prioridad para hacer parte de la cadena de valor de una empresa con enfoque de responsabilidad social.

Es importante no perder de vista que la decisión de las empresas por emprender negocios de esta naturaleza tiene que ver en unos casos, con el desarrollo de una sensibilidad y una

conciencia social sobre el impacto que tienen los negocios, y en otros, con una búsqueda de alternativas a la saturación de los mercados tradicionales que estaba ocasionados un acrecentamiento de la competencia y una disminución de las tasas de rentabilidad.

Sobre las dos experiencias de negocios inclusivos

Como se indicó al inicio de este documento, los dos casos reseñados varían en tamaño y en estado de maduración. En el caso de Minga Mujer, se encuentra la participación de una empresa que cuenta hoy con capital multinacional establecida hace más de 50 años en Colombia. En esta experiencia particular, la planta de la empresa se instaló en el Norte del Cauca para aprovechar exenciones fiscales derivadas de la Ley Paéz. En el caso de Chunchino, por el contrario, se trata de un reciente emprendimiento que está en un proceso de ser una empresa autosostenible y generadora de dividendos para sus creadoras. Sin embargo, en ambos casos se encuentra una filosofía empresarial particular, alineada a preceptos de responsabilidad social y sostenibilidad. Las fuentes de esta orientación son diversas, para Pavco de Occidente provienen de los lineamientos de la empresa de capital suizo que tuvo el control de la compañía durante más de una década; en Chunchino provienen de visiones personales de sus creadoras sobre el papel que las empresas pueden jugar para cambiar realidades sociales. En ambos casos también hay una intención de combinar oportunidades de mercado con beneficio social.

La adhesión a esta filosofía, y a los elementos centrales del concepto de negocios inclusivos ha hecho posible en ambos casos la relación comercial entre los actores. En este punto reside un elemento, a mi juicio, fundamental: ciertas ideas asociadas al enfoque de negocios inclusivos son las que permiten que desde la empresa se tome la decisión de escoger cierto tipo de proveedor en vez de otro. En este sentido, al menos una parte de la promesa de los negocios inclusivos se cumple. Sin embargo, ahondar en la forma en que se establecen las relaciones, en los asuntos de jerarquía y poder resulta esencial para establecer la calidad de trabajo que se ofrece, así como para dilucidar en qué casos se presenta un oportunismo empresarial para simplemente reducir costos de materia prima.

El proceso de inclusión en la cadena de valor de ambas empresas guarda similitudes y

diferencias. Minga Mujer es una organización que si bien es creada por el interés de las mujeres del norte del Cauca, recibe el impulso de varias organizaciones sin ánimo de lucro, que les brindan capacitación y acceso a maquinaria. Este hecho trae a la superficie la importancia que revisten otras organizaciones (ong's, organismos internacionales de cooperación, agencias del estado, entre otros) en el proceso de fortalecimiento de las unidades productivas conformadas por comunidades de bajos ingresos. La relación de la empresa con esta organización está marcada por la participación de mujeres parientes de los varones que hacen parte de su plantilla de personal. Resulta importante indicar también que en el caso de Pavco de Occidente la incorporación de Minga Mujer no ha sido en un eslabón fundamental de la cadena de valor, es decir, los insumos que provee no son esenciales para el proceso de producción de la empresa.

En el caso de Chunchino, las tres fundaciones que están vinculadas al proceso de producción ya existían y estaban conformadas antes de la creación de esta empresa de vestimenta agroecológica para bebé. Esta situación, sumada al tamaño de la empresa Chunchino pone en otro escenario el tipo de relaciones que se establecen. Son relaciones comerciales entre pequeños emprendimientos que encuentran puntos de contacto en su filosofía empresarial. Es interesante notar como cada una de estas organizaciones vincula a comunidades que han sido marginadas del circuito formal de la economía de formas diversas: por las particularidades de explotación informal de los sectores (confección textil y producción agrícola) o por su condición de discapacidad. Esta experiencia pone de manifiesto que la BdP no solo se vé envuelta en situaciones de escasos ingresos, si no que existen otros factores en los ámbitos económico, laboral, formativo, sociosanitario, residencial, relacional y de la ciudadanía, que les afectan estructuralmente, y que se suman a condiciones tales como género, edad y etnia.

En este caso los proveedores están en los procesos vitales de la producción de la empresa. Esta diferencia podría explicarse por el objeto social y por el tamaño de ambas empresas, ya que la diferencia en las complejidades del desarrollo tecnológico que requieren ambos procesos productivos es muy significativa.

En el estado actual de las experiencias revisadas no se cumple la condición de escalamiento,

tan necesaria para que los negocios inclusivos sean considerados una alternativa que pueda ofrecer respuestas acordes a las dimensiones del flagelo de la pobreza.

La información disponible no permite dar cuenta de la magnitud del impacto de estas iniciativas, tanto en el aumento de los ingresos, como en la calidad de vida, o la eliminación de límites estructurales. Sin embargo, es claro que decenas de familias están teniendo la posibilidad de hacer parte de un mercado formal, con la promesa de lograr a través de éste un cambio en sus vidas, escapando del círculo de la pobreza.

Desafíos y preguntas

Actualmente hay 180 millones de latinoamericanos en condición de pobreza y 71 en condición de pobreza extrema o indigencia. Significan el 33% y 12,9% de la población respectivamente (CEPAL, 2009). Las enormes brechas sociales de las que dan cuenta estas estadísticas no han variado significativamente a pesar de los diferentes esfuerzos que se han venido realizando hace varias décadas. Sin embargo, siguen indicando la necesidad de medidas urgentes y efectivas.

Si bien las situaciones sociales, económicas y políticas tienen matices distintos en Argentina y Colombia, ambos países se enfrentan a un gran desafío en el terreno de mejorar las condiciones sociales de sus habitantes. De acuerdo con la CEPAL, para el 2007 el 21% de la población argentina estaba en situación de pobreza, y el 7,2% en indigencia. En el caso de Colombia el panorama parece más desalentador, para la misma fecha, el 46,8% estaba en condición de pobreza y el 20,2% en indigencia.

Aunque en ambos países el flagelo de la pobreza tiene diferentes características en los dos se están desarrollando iniciativas de negocios inclusivos. En muchos casos estas experiencias avanzan de forma intuitiva, o siguiendo lineamientos muy generales derivados de incipientes avances teóricos. Aprender de las experiencias concretas que tienen lugar en estos dos países, y en el conjunto de países latinoamericanos permitirá nutrir la teoría, haciéndola más acorde a las realidades, necesidades y desafíos del contexto actual; aportar en el desarrollo de miradas críticas, desde lo específico de los contextos nacionales; y consolidar las bases

para desarrollar hacia el mediano plazo estudios comparativos.

Como se plantean Eguía y Ortale (2007), el término pobreza tiene distintos significados en las ciencias sociales, que van desde la dificultad para satisfacer las necesidades, la dificultad de insertarse en relaciones de producción, la falta de ingresos para acceder a bienes, y falta de recursos para acceder al poder y status social. Los estudios que se realicen sobre el impacto de los negocios inclusivos deben considerar categorías amplias sobre la pobreza, que superen los peligros de una mirada economicista, y avancen en la construcción de “una perspectiva que integre el análisis de las dimensiones objetiva y subjetiva”, incorporando el punto de vista de las comunidades de base, no solamente la perspectiva empresarial. El concepto de exclusión social puede ser iluminador y aportar nuevas categorías para la redefinición de la noción: base de la pirámide.

A pesar de las críticas que pueda recibir el enfoque de los negocios inclusivos, es una realidad que se están emprendiendo acciones empresariales enarbolando su bandera. Analizar y extraer aprendizajes de estas prácticas que puedan alimentar el cuerpo conceptual es una tarea que no puede pasar inadvertida para los estudiosos de las ciencias sociales.

Bibliografía

Alonso, J.C y Lotero, A. 2006. *10 años de la Ley Páez*. Centro de Investigación en Economía y Finanzas .Cali: Universidad Icesi

Arora, S. y Romijn, H. 2009. Innovation for the base of the pyramid: Critical perspectives from development studies on heterogeneity and participation. UNU-MERIT Working Paper Series. United Nations University.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL-. 2009. *Panorama Social de América Latina*.

Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible –CECODES– y Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo –SNV– .2008. *Los Negocios Inclusivos en Colombia*.

Dirección Provincial de Deuda y Crédito Público –DPDCP– . 2009. *Provincia de Buenos Aires 2009*. Presentación realizada por Alejandro Arlía, Ministro de Economía. Documento consultado en http://www.ec.gba.gov.ar/SubHacienda/deuda/archivos/Presentaci%C3%B3n_ministro09_espa%C3%B1ol.pdf

- Eguía, A. y Ortale, S. 2007. *Los significados de la pobreza*. Buenos Aires: Editorial Biblos
- Gobernación del Cauca. 2007. *Plan de Desarrollo*.
- Gobernación del Cauca. 2007. *Agenda Regional del Cauca*.
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria –IARSE– .2009. *Negocios Inclusivos – Casos de Buenas Prácticas Nacionales*.
- Hart, S. 2004. *La base de la pirámide y las innovaciones disruptivas*. Presentación realizada en el Forum Barcelona 2004.
- Licandro, O. 2009. *Negocios Inclusivos: un aporte para su reflexión conceptual y metodológica*. Documento presentado en el Segundo Foro de Responsabilidad Social Empresarial del MERCOSUR, organizado por InWent y UNESCO. Asunción, Paraguay.
- Márquez, P; Reficco, E. y Berger, G. 2009. *Negocios Inclusivos en América Latina*. Harvard Business Review. Mayo.
- Pavco de Occidente y Minga Mujer. 2010. *Proyecto “Integración socio-económica a nuestra cadena de valor, de unidades productivas de mujeres de la comunidad de Guachené agrupadas en la Asociación regional de mujeres Minga Mujer”*.
- Prahalad, C.K & Hall, S. 2002. *The Fortune at the Bottom of the Pyramid*. Strategy + Business. 26, 54-67
- Simanis, E ; Hart, S; DeKoszmovszky, J; Donohue, P; Duke, D; Enk,G; Gordon, M; y Thieme, T .2008. *The Base of the Pyramid Protocol: Toward Next Generation BoP Strategy*. Second Edition, Ithaca: Cornell University.
- Subirats, J. et al. 2004. *Pobreza y exclusión social. Un análisis de la realidad española y europea*. Colección Estudios Sociales No. 16. Fundación La Caixa.
- Yunus, M. 2008. *Un mundo sin pobreza: las empresas sociales y el futuro del capitalismo*. Buenos Aires: Paidós.

Anexo 1.

Tabla 1. Definiciones sobre Negocios Inclusivos elaboradas por organizaciones multilaterales, Ong's y académicos
Un Negocio Inclusivo, NI, es una iniciativa empresarial que, sin perder de vista el objetivo final de generar ganancias, contribuye a superar la pobreza al incorporar a los ciudadanos de bajos ingresos en su cadena de valor, en una relación de beneficio para todas las partes. <i>SNV y CECODES</i>
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 vendedores/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. <i>Fundación AVINA</i>
Los modelos de negocios inclusivos incluyen a los pobres como clientes, por el lado de la demanda y, como empleados, productores y propietarios de negocios en las distintas partes de la cadena de valor, por el lado de la oferta. Estos modelos tienden puentes entre los negocios y los pobres para su beneficio mutuo. Los beneficios de modelos de negocios inclusivos trascienden los beneficios inmediatos y los mayores ingresos. En el caso de los negocios, incluyen el estímulo a las innovaciones, la creación de mercados y el fortalecimiento de las cadenas de proveedores. Y, para los pobres, generan mayor productividad, ingresos sostenibles y mayor empoderamiento. <i>PNUD- Iniciativa de crecimiento de negocios inclusivos.</i>
Al hablar de negocios inclusivos se busca poner el énfasis en las actividades económicas que permiten lograr la participación de los más pobres en cadenas de generación de valor, de manera tal que éstos logren capturar valor para sí mismos, que permitan mejorar sus condiciones de vida. <i>Márquez, P; Reficco, E. & Berger, G. (2009: 29)</i>
Un “Negocio Inclusivo” es un negocio que incorpora a la “base de la pirámide económica” (BDP) es decir a personas de escasos recursos económicos, y que, al hacerlo, tiene un impacto positivo en su calidad de vida al tiempo que genera valor para la empresa. La inclusión de la BDP puede hacerse en distintos puntos de la cadena de valor empresarial: * Proveedor: El negocio inclusivo se provee de productos o insumos de pequeños empresarios. * Distribuidor: El negocio tiene una red de distribuidores independientes pero apoyados por la empresa central. * Cliente: El negocio ofrece productos atractivos, asequibles y de calidad a la BDP. * Socio Lanzar un negocio Inclusivo tiene beneficios para las personas de escasos recursos

económicos y para la empresa.

*Idea tu Empresa :: Concurso
de planes de negocio inclusivos*