

Negocios inclusivos beneficio compartido entre empresas y poblaciones vulneradas de Latinoamérica

Inclusive business benefit sharing between companies and Latin American populations Violated

Arnulfo MONTENEGRO Rada [1](#); Adriana URIBE Uran [2](#); Mildred GARIZABAL Donado [3](#); Madelin SÁNCHEZ Otero [4](#)

Recibido: 05/08/2017 • Aprobado: 05/09/2017

Contenido

[1. Introducción](#)

[2. Metodología](#)

[3. Resultados](#)

[4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

El artículo, explica los negocios inclusivos, como acción que promueve beneficios compartidos entre empresas y poblaciones vulneradas en Latinoamérica. La metodología es documental, aplicando técnicas de análisis de contenido y deducción. Se evidencia, la expansión de esta tendencia en países que buscan la inclusión de poblaciones desasistidas y vulneradas. En conclusión, los negocios inclusivos se proyectan mediante las potencialidades económicas que estos impulsan, así como la capacidad con la que contribuyen a minimizar la brecha de exclusión y desarrollo socio productivo.

Palabras clave Negocios inclusivos; Sociedad latinoamericana; Población colombiana vulnerada, Brechas socioeconómicas

ABSTRACT:

The article explains inclusive business as an action that promotes shared benefits between companies and populations violated in Latin America. The documentary methodology, applying content analysis and deduction technique. It is evident, the expansion of this trend in countries seeking to include unassisted and infringed populations. In conclusion, inclusive businesses are projected through the economic potentials they drive, as well as the capacity with which they contribute to minimizing the exclusion gap and productive partner development.

Keywords Inclusive Business; Latin American Society; Colombian vulnerable population, socioeconomic Gaps

1. Introducción

Los negocios inclusivos han sido impulsados en la última década por el sector productivo, de los países latinoamericanos como Bolivia, Perú, Honduras, Colombia, Ecuador, Uruguay, cuyas sociedades en zonas focalizadas se consideran vulneradas. Estos negocios se asumen en la actualidad como una estrategia empresarial que contribuye a promover prácticas de beneficio compartido desde la visión de la aplicación de procesos innovadores y sostenibles que contribuyen con la construcción de una sociedad más justa; por otra parte también propician la interacción entre el Estado-Empresa-Zonas Vulnerables, para enfrentar lo que Ancos (2011), plantea en el sentido de que a pesar de los avances registrados en los últimos cincuenta años, con respecto al desarrollo a escala global, aún el 70% de la población mundial equivalente a unos 3.700 millones de personas todavía vive con menos de cuatro dólares al día, y casi 2.600 millones lo hacen con menos de dos dólares al día.

Uno de los aspectos fundamentales para dar solución a la superación de la pobreza, es la capacidad que tengan las sociedades latinoamericanas de fomentar mecanismos que ayuden a incrementar los indicadores de empleo y emprendimiento. En tal sentido, la vinculación entre empresa-poblaciones vulnerables, afianzan la perspectiva de atención de la población considerando la denominada Base de la Pirámide (BdP), que es el segmento poblacional compuesto por las personas que tienen ingresos anuales inferiores y que permanecen al margen del sistema económico de un país.

En los negocios inclusivos la población de bajos ingresos es vista como productores o distribuidores y como socios estratégicos para emprender nuevos negocios. Esta concepción, busca cerrar brechas de exclusión donde parte

importante de las poblaciones identificadas en paises latinoamericanos, producto de diferentes entornos son afectados en función de los ámbitos ya conocidos que declaran la vulnerabilidad como los son: lo económico, social, familiar, vivienda/ambiente y personal, correspondiendo en el presente estudio el análisis de la vulnerabilidad desde la perspectiva socioeconómica sin dejar de destacar la influencia del resto de las mencionadas, que se asumen como aspectos de influencia directa.

Desde esta perspectiva, el objetivo del artículo se centra en explicar la importancia de los negocios inclusivos en el contexto de la sociedad Latinoamericana con énfasis en Colombia, como estrategia que promueve en los ciudadanos prácticas de beneficio compartido entre la empresa y poblaciones vulnerables, por lo cual resulta importante sistematizar la fundamentación teórica conceptual que en los últimos cinco años 2011-2016, han marcado pauta socialmente para enfrentar fenómenos que inciden y debilitan la dinámica social y donde la participación de sectores empresariales conjuntamente con el Estado, necesariamente debe marcar la diferencia en el ámbito colombiano e internacional.

1.1. Negocios inclusivos desde la fundamentación teórica

Son diversas las posturas relacionadas con el concepto de negocios inclusivos, por parte de los organismos y autores que se han interesado sobre el tema. A continuación se presenta lo expuesto por el Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo - SNV (2012), la cual considera que los Negocios Inclusivos son iniciativas económicamente rentables, ambiental y socialmente responsables, que utilizan mecanismos de mercado para mejorar la calidad de vida de las personas de bajos recursos económicos, al permitir la implicación en la cadena de valor como proveedores de materia prima, como vendedores/distribuidores, como agentes que agregan valor a los bienes y servicios, estas iniciativas empresariales tienen como objetivo procesos de generación sustentable y mejoramiento de empleos, ingresos y producción.

Por otro lado, para Pineda (2014), los Negocios Inclusivos son proyectados como una estrategia de negocio que más allá de encarnar el paternalismo o la filantropía, empodera a las poblaciones vulnerables, vinculando necesidades sociales a la creación de trabajos y fuentes estables de ingreso; ofreciendo un mecanismo más efectivo para reducir la pobreza y promover el desarrollo en el largo plazo. Teniendo en cuenta lo expuesto por el autor, los negocios inclusivos como estrategia de negocio hacen partícipe a las poblaciones menos favorecidas a través de la generación de fuentes de ingresos y mejora de su calidad de vida.

Para la fundación AVINA (2011), los Negocios Inclusivos (NI) son iniciativas económicamente rentables, así como ambiental y 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, como agentes que agregan valor a bienes o servicios, o como vendedores/distribuidores de bienes o servicios, o también al permitir 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"; en esta definición, se puede observar como desde la perspectiva de la autora se profundiza la forma como la población ubicada en la base de la pirámide participa en este tipo de negocios.

Al considerar las posturas de los anteriores autores, los negocios inclusivos están siendo progresivamente concebidos como un modelo de negocio, que supone una mayor articulación entre empresa y comunidad, de manera que generan una co-creación de valor, tanto económico como social, que beneficia todas las partes interesadas. Es por ello, que se considera lo planteado por Poyantos (2015), que a diferencia de los autores anteriores tiene en cuenta lo expuesto por Burbridge (2007), y hace una claridad con respecto a los negocios inclusivos considerando, que mediante este modelo de negocio no solo se mejora la calidad de vida de las personas, a través, de la venta de productos o servicios a los pobres sino que se crean mercados eficientes, descubriendo nichos de mercado que aun las empresas de economía formal y las organizaciones del Estado no han alcanzado a cubrir.

Sin dejar de destacar, las acciones gubernamentales que predominan en los planes sociales que se vienen implementando en los países latinoamericanos, de los cuales se mencionan las acciones asistencialistas por parte del gobierno con ayudas y subsidios, otro apoyo se plasmó en los grandes programas de capacitación para la inserción laboral, la asistencia técnica destinada a la creación de micro emprendimientos o el desarrollo del microcrédito. Estos tipos de estrategias realmente no generaron el impacto buscado, debido a la falta de equilibrio entre el abordaje social, cultural y económico requerido para que este tipo de población alcance los estándares solicitados por el entorno globalizado y competitivo. (Licandro, 2013). Desde esta perspectiva, los negocios inclusivos, según Porter & Kramer, (2011), buscan generar valor compartido y según Kotler (2008), prácticas de beneficio mutuo. Asimismo, los desarrollos de los modelos de negocios inclusivos están asociados a intereses de los empresarios (Jenkins et al., 2011).

1.2. Negocios inclusivos: un análisis contextual sobre las denominadas poblaciones vulneradas

En las sociedades latinoamericanas durante la última década, los negocios inclusivos han surgido como parte de una necesidad para enfrentar la presencia de diferentes impactos, de los cuales se mencionan crisis económica, social, cultural, educativa, familiar, ambiental, ideologías y condiciones biosicosocial de las personas que de forma directa inciden en las denominadas poblaciones vulneradas.

Las iniciativas emprendidas por diferentes Organismos Internacionales como Organizaciones no Gubernamentales - ONG, Organizaciones públicas y privadas, Gobiernos, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD, sigue

captando la participación de sectores relacionados para superar el fenómeno social que se incrementa de forma continua, los cuales, han utilizado enfoques tradicionales con poco éxito para aliviar la situación de pobreza que vive la población en el ámbito mundial, con miras a lograr modelos o enfoques que se sustenten, no sólo con la asistencia relacionada con ayudas y apoyo del gobierno, sino también a impulsar mecanismos que complementen la relación de diferentes sectores socioproductivos que contribuyen a garantizar el denominado desarrollo sostenible y por ende minimizar la relación de dependencia de las poblaciones vulneradas.

Desde esta perspectiva, se busca en sociedades de avanzadas, la participación de sectores productivos, con la interacción de otros actores, como son el estado y las organizaciones de la sociedad civil. Es así, como en algunos países se enfocaron hacia la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), enmarcados en la agenda 2030 aprobada por la Asamblea de la Organización de Naciones Unidas - ONU (2015), cuyo fin está direccionado, hacia la disminución de la pobreza y la desigualdad en el mundo en forma sostenible. Estas iniciativas, han de responder mediante el impulso de acciones, que de forma conjunta empresas, estado y organizaciones de la sociedad civil y que desde una perspectiva latinoamericana buscan consolidar, para los efectos se presenta a través del presente estudio las experiencias de negocios inclusivos. (Ver tabla 1).

Tabla 1
Experiencias de negocios inclusivos en Latinoamérica

PAÍS	POBLACIÓN VULNERADAS	IMPACTO DE ACCIONES
Bolivia	Productores de leche de baja escala del Altiplano Boliviano	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la competitividad y productividad, logrando con esto, oportunidad de financiamiento, incremento en sus ingresos y un mayor acopio de leche y relación comercial estable con este grupo de productores. Se logró vincular diversas entidades al proceso como: CEDES, SNV y las entidades microfinancieras Fondo Financiero Privado, FIE, y el Banco de Desarrollo Productivo a través del Fondo Financiero Privado Prodem.
Ecuador	Campesino pobre dedicados a la agricultura, que poseen menos de 10 hectáreas, ubicados en la provincia del Guayas	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la producción, precios justos y acceso al crédito en alianza SNV WBCSD. Mejora de la calidad de vida de los pequeños productores y la empresa se beneficia de producción permanente y de calidad con proveedores locales.
Uruguay	Grupo de familias pobres ubicadas en zona rural, departamento de Cerro Largo	<ul style="list-style-type: none"> Generación de fuente de trabajo e ingreso en estas familias, acceso a mercado con mejores estándares, vendiendo toda la producción al Grupo DISCO
Perú	Pequeños productores de orgánicos de banano del Valle del Chira	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de sus capacidades y mejora de la eficiencia de la producción con el fin de volver los productos atractivos para el mercado de exportación, el incremento de ventas. Se logró vincular diversas entidades al proceso como: COPDEBAN, operador de Dole en el Perú; SNV, empresa social de desarrollo que ayuda a consolidar una relación de beneficio mutuo entre los productores y COPDEBAN; la Fundación DALE-Perú, encargada de desarrollar programas y acciones de Responsabilidad Social Empresarial; y el Fondo Multilateral de Inversiones, FOMIN
Honduras	Familias étnicas que viven en extrema pobreza de la región de Moradel	<ul style="list-style-type: none"> Generación de competencias en las familias para la recolección y transporte de los frutos de corozo, acopio y secada. Mejora de los ingresos y calidad de vida de las familias y la empresa obtiene insumos para la fabricación de aceite
Guatemala	Productores de bajos ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Generación de beneficios económicos, sociales y ambientales y los campesinos fueron certificados internacionalmente para cultivos ambiental y socialmente responsables
Colombia	Población vulnerable por pobreza, pobreza extrema y violencia en	<ul style="list-style-type: none"> Precios y condiciones justas. Ventas aseguradas. Creación o expansión de puestos de trabajo.

	diversas zonas del País (Departamento de Bolívar, Magdalena)	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y asistencia técnica. • Transferencia de conocimientos y de tecnología. • Acceso a financiamiento. • Participación en un ambiente empresarial y de inversiones. • Mayor acceso a productos y servicios de calidad. • Precios menores y accesibles. • Mejor calidad de vida. • Aumentos de productividad.
--	---	--

Fuente: Elaboración Propia (2016) teniendo como base a Alianza SNV-WBCSD, CECODES y Licandro (2012)

A pesar de las iniciativas impulsadas, las cuales se conciben como alternativas viables para superar importantes desigualdades en las poblaciones objeto de estudio, en la actualidad aún se consideran como débiles, al observar que escasamente son difundidas y conocidas, por ende, las estrategias no impactan de forma favorable en los sectores afectados. Este desconocimiento, ha de propicia el interés de profundizar sobre cuál y como es la incidencia de la participación de los sectores empresariales y estatales en el caso específico del contexto de estudio en Colombia, con el fin de que se reorienten estrategias para superar desde el ámbito local, regional y nacional las debilidades de las denominadas poblaciones vulnerables previamente identificadas, donde se generan importantes brechas socioeconómicas.

1.3. Brechas socioeconómicas en poblaciones vulnerables en Latinoamérica

La pobreza es una característica constante de la historia de América Latina. En la década de los noventa se experimentó el auge de esta problemática social. A mediados de dicha década se registraron 200 millones de pobres en América Latina, alrededor de 70 millones por encima del promedio anterior al periodo de la década de los ochenta (Calvento, 2006).

Entre los países latinoamericanos en donde son muchos los avances que se han logrado con respecto a la disminución de la pobreza encontramos a Bolivia, Perú, Honduras, Colombia, Ecuador y Uruguay. Son marcadas las diferencias en formas de vida que rigen en las sociedades de estos países, a pesar de los esfuerzos e iniciativas emprendidas por parte de ellos, están muy lejos de cumplir los (ODS, 2015: 4), que establecen como visión: un mundo sin pobreza, hambre, enfermedades ni privaciones, donde todas las formas de vida puedan prosperar; un mundo sin temor ni violencia; un mundo en el que la alfabetización sea universal, con acceso equitativo y universal a una educación de calidad en todos los niveles, a la atención sanitaria y la protección social, y donde esté garantizado el bienestar físico, mental y social; un mundo en el que reafirmemos nuestros compromisos sobre el derecho humano al agua potable y al saneamiento, donde haya mejor higiene y los alimentos sean suficientes, inocuos, asequibles y nutritivos; un mundo cuyos hábitats humanos sean seguros, resilientes y sostenibles y donde haya acceso universal a un suministro de energía asequible, fiable y sostenible.

Ya que la pobreza o como la llaman los nuevos analistas, la desigualdad, la exclusión social y la vulnerabilidad sigue siendo el mayor reto del desarrollo sostenible. Esto a pesar de que más de 700 millones de personas abandonaron la pobreza en el mundo y siguen siendo, en su gran mayoría, muy vulnerables a los vaivenes de la economía (Insulza, 2011).

Un análisis realizado por la Jacob (2012), asevera la existencia de grandes brechas entre los ricos y los pobres, mostrando que esta problemática ha venido acrecentándose de manera muy particular, en algunas regiones de América Latina y el Caribe, ubicación en la que se registran las mayores desigualdades del mundo en términos de ingresos. Lo cual, podría evidenciarse en la propuesta de ODS, donde se apuesta a la superación de la pobreza y al desigualada en el mundo.

Las condiciones descritas, que generan una sociedad con alto índice de pobreza conllevan a que los países integren en su sistema, estrategias sociales dirigidas al crecimiento económico acompañado de creación de empleo y estabilidad política, aspectos necesarios, aunque no suficiente para mejorar la distribución del ingreso y las oportunidades sociales en las regiones. A esto, se le debe sumar el desarrollo de instituciones públicas estables que le brinden seguridad jurídica a los ciudadanos y al sector privado, pero que, a la vez, promuevan mecanismos de protección social a los segmentos de las poblaciones más vulnerables.

1.4. Visión empresarial para el fortalecimiento de los negocios inclusivos en las poblaciones vulneradas en la Base de la Pirámide (BdP)

Para el fortalecimiento de los Negocios Inclusivos, se hace necesaria la participación de las empresas, quienes pueden contribuir a dar solución de manera efectiva y superar la pobreza; para ello, primero que todo deben contar con una escala, que les permita dar soluciones ante el fenómeno a millones de personas; para lograrlo deben permanecer en el tiempo y ser eficientes y eficaces, es decir que deben tener la capacidad de utilizar de manera productiva todos los recursos en el menor tiempo posible. La capacidad de estas empresas en contribuir con el fortalecimiento requerido a través de la incorporación en su cadena de valor ha de permitir que se convierta en su principal cliente; mediante la adquisición de sus bienes y servicios ya existentes y apoyándolos en acceder a los insumos y mercados, así como también incluirlos en acciones sociales que estén al servicio de la comunidad.

Sin embargo, para desarrollar estos mercados, las empresas deben manejar bajos costos, excelente calidad,

sostenibilidad y rentabilidad. El involucrarse trae consigo una serie de retos, que impactan en su normal funcionamiento, como las carencias de infraestructura, enfrentar la brecha cultural, lograr la sostenibilidad de las iniciativas y que pueda ser replicado.

Diversos organismos como el PNUD, el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo, han impulsado los negocios inclusivos en la BdP para personas en condición de vulnerabilidad como medio para superar las brechas socioeconómicas y en tal sentido, han comprometido al sector empresarial. Desde esta mirada, el sector empresarial, considera a la BdP como una oportunidad de negocio.

Desde lo descrito, la concepción del negocio inclusivo por parte de los empresarios es la forma de contribuir entre lo público y lo privado a las condiciones de personas vulneradas, generando beneficio mutuo. Según la fundación CODESPA (2013), esta modalidad que utilizan los empresarios se les concibe como una innovación social, donde los más pobres pueden hacer parte de su cadena de valor como proveedores, clientes o distribuidores.

También, la promulgación de los ODS, enmarcado en la agenda 2030, se ha convertido en motor de estímulo para que el empresario se vincule o se comprometa con esta agenda para el desarrollo sostenible en general y el de su organización, logrando así la reducción e inequidad socioeconómica en poblaciones vulneradas y desarrollando relaciones de largo plazo con las comunidades. Por otra parte, las empresas al vincular a las poblaciones vulneradas en su cadena de valor generan transformación social y económica y por lo tanto, crean valor compartido, que beneficia tanto a la empresa como a estas comunidades.

Los negocios inclusivos se caracterizan por tener diversas formas de funcionamiento y estructura, algunas prácticas se enfocan en ver a las personas vulneradas en la base del BdP como una oportunidad de negocio para generar productos, es decir, estos les entregan insumos para la fabricación, logrando así llegar a otros segmentos de mercado, lo cual favorece capacidades, empleo y mejora en el nivel de vida de las personas vulneradas. En lo que respecta al enfoque de consumidores, en el cual, las empresas desarrollan productos o servicios adaptados a poblaciones vulneradas, que sería imposible que estos tuviesen oportunidad de acceder a ello por otro medio.

1.5. Negocios inclusivos: realidad y proyección desde la experiencia Colombia

Los negocios inclusivos en Colombia se han convertido en un factor clave dentro de las organizaciones ya que les toca asumir dentro de su proceso de transformación, acciones que beneficien específicamente a poblaciones vulneradas; sin embargo, en algunos casos les resulta un gran desafío.

Como parte de las experiencias impulsadas para el año de 1993 se creó el capítulo del Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible – CECODES por parte de varias empresas (38) y gremios (4) de los sectores económicos de la minería, agroindustria, energía, forestal, manufacturera, construcción y financiera, el cual, tenía en sus propósitos ejercer liderazgo para promover el desarrollo sostenible en el territorio colombiano.

A continuación, se desarrollará una descripción de algunos negocios inclusivos que funcionan en Colombia desde los diferentes enfoques (Ver tabla 2).

Tabla 2
Descripción de negocios inclusivos por enfoques

Empresa-enfoque	Antecedentes	Esquema de trabajo	Modelo de negocios	Actores involucrados	Resultados
Natura-enfoque de distribución	Dedicada a la distribución en la venta directa de productos cosméticos	la cadena productiva inclusiva está dividida en 7 tipos distintos: 1) suministro, 2) repartición de beneficios por acceso al patrimonio genético o conocimiento tradicional asociado, 3) fondos y apoyos, 4) uso de imagen, 5) capacitación, 6) certificación y manejo y 7) estudios y asesorías	Busca crear valor para la sociedad generando resultados integrados en las dimensiones económicas, social y ambiental a través de la venta directa por catálogo y el establecimiento de redes	familias y cooperativas que residen en las regiones pobres de la Amazonia mujeres cabeza de hogar	Crecimiento en la venta, incursión del producto a diferentes estratos, generación de ingresos adicionales para las familias

Alpina – Enfoque de proveedores	Se dedica a producir, comercializar y distribuir derivados lácteos y alimentos procesados.	el proceso inicia cuando la empresa contacta a los posibles proveedores, analiza las muestras de leche, visita las fincas, revisa con el productor los estándares de calidad, establece el precio, hace la oferta, vincula al proveedor y realiza el pago	Abastecimiento en el sur del país a los pequeños productores	Pequeños ganaderos y asociaciones indígenas productores de leche 1050	establecieron relaciones comerciales sólidas y la empresa se comprometió a brindar asistencia técnica y a comprar la leche a un precio acorde con la legislación vigente
Indupalma – socios	Es una empresa agroindustrial líder en el sector palmicultor.	Mediante alianzas con la banca el Gobierno Indupalma logró para que los campesinos compraran sus tierras para cultivo.	Un modelo cooperativo con pequeños propietarios empresarios palmeros	Cooperativas de trabajo asociado, con 1.300 familias, de las cuales 500 son hoy propietarias de sus tierras.	modelo de desarrollo económico y social aumento de la producción Apertura de nuevas oportunidades en banca de inversión y en operación de proyectos.
PAVCO – enfoque de clientes	PAVCO S.A. forma parte del grupo Amanco, el conglomerado de empresas químicas y petroquímicas líder en el mercado latinoamericano.	Abrir créditos a potenciales clientes, que no tendrían este beneficio en un negocio convencional. Pavco aporta la tecnología de riego por goteo y capacita a Los instaladores, financia la compra del sistema y hace seguimiento del mismo.	Generación de empleo y disminuir el conflicto armado Poner al servicio de la comunidad su sistema altamente tecnificado de riego por goteo al cultivo del ají.	La población oriunda de la región del Norte del Cauca, que han sido afectados por el conflicto en la zona.	Convirtieron a las mujeres en proveedoras de alimentos y uniformes Comunidades con oportunidades de empleo formal y lícito. - capacitaciones y aumento productividad

Fuente: Elaboración Propia basada en documentos de SNV-CECODES (2008).

Algo que se convierte en un común denominador de las experiencias mencionadas, es que la mayoría de estos negocios buscan aliviar las necesidades de las personas de la zona en la cual están ubicadas. Además, la mayoría de los negocios que funcionan en Colombia traspasan los límites naturales para convertir a esta población excluida en pequeños empresarios para que se desempeñen como proveedores, tal es el caso de Indupalma. Un punto relevante en la relación de las empresas anclas y las BdP es que algunas de estas empresas han incluido nuevas líneas de negocios ajenas a su cadena principal para ajustarse a las necesidades de la comunidad beneficiaria

Así como la visión a 2020 de CECODES, contempla el reconocimiento por la sociedad y el sector empresarial de Colombia como organización líder en el desarrollo sostenible. Desde esta visión, proyectada a la visión 2050

establecida por CECODES, denominada una nueva agenda para los negocios y la cual tiene como visión que 9000 millones de personas en el mundo vivan dignamente de acuerdo con los límites del planeta, CECODES, además de liderar iniciativas, también, se ha propuesto promocionar los negocios inclusivos para que se vinculen nuevas empresas y actores.

Destacando de igual forma, el plan de desarrollo nacional 2014-2018 de Colombia, en su objetivo 2, incluyó entre las estrategias fomentar los negocios Inclusivos en la región Caribe Colombiana, con el propósito de favorecer a las personas vulneradas en la generación de ingresos y el mejoramiento de la calidad de vida. Para ello, en el documento se plantea promover que las empresas los vinculen en su cadena de valor, ya sea como proveedores o distribuidores o empleados.

2. Metodología

Para llevar a efecto el desarrollo de la investigación documental, se utilizó la técnica de análisis de contenido y deducción. Su desarrollo permite hacer una categorización de fuentes de información correspondiente a los últimos cinco años, relacionada con los negocios inclusivos. Se parte de una compilación de contenidos, los cuales se complementan con la argumentación basada en las categorías de análisis en función de las unidades de estudio, para proceder con la generación de conocimiento previa comparación de los aportes identificados en diferentes países latinoamericanos según lista de cotejo, donde se evidencia la presencia o ausencia de acciones o estrategias que permiten afianzar los negocios inclusivos como una forma de minimizar la brecha socioeconómica en poblaciones vulneradas.

La categorización de las estrategias identificadas, son consideradas en función de las directrices definidas por organismos internacionales como: PNUD, CECODES, AVINA, SNV, Corporación Financiera Internacional - CFI, Banco Mundial, Banco de Desarrollo de América Latina - CAF, para ser sistematizadas y caracterizadas como aspectos concluyentes que han de ser propuestas como tendencias definidas en el contexto de la sociedad actual, con el fin de afianzar el proceso de construcción de una nueva visión social articulada con los actores principales Empresas-Estado para beneficiar desde un perspectiva integral el objeto de estudio.

Debido a lo anterior, a continuación, se elabora matriz (tabla 3) relacionada con los fundamentos teóricos relacionado con la variable negocios inclusivos:

Tabla 3
Matriz de Análisis de Fundamentos teóricos

Autor	Enfoque	Componentes	
		Comparativos	Distintivos
Fundamentos teóricos			
Poyantos (2015),	Mercado eficiente Descubrimiento de nuevos nichos de mercado	Mercado	Mercados eficientes Oportunidad de negocio
Pineda (2014)	Empoderamiento de población vulnerable Vinculación de necesidades sociales Reducción de pobreza Desarrollo de largo plazo	Pobreza Desarrollo	Empoderamiento de población vulnerable necesidades sociales
Casado (2011)	Operan en la economía de mercado Deben hacerse bajo las reglas de la economía de mercado	Mercado	Economía de mercado
Fundamentos de organismos internacionales			
Fundación AVINA (2011),	Negocios rentables, ambiental y socialmente responsables Mercado mejora de calidad de vida Personas de bajos ingresos Oportunidades de negocio	Bajos ingresos Mercado Calidad de vida Negocio rentable	Oportunidad de negocio Negocios sostenibles
SNV (2012)	Emprendimientos rentables Mejora de la calidad de vida de personas de	Calidad de vida	Empleo y producción sustentable

	bajos ingresos Cadena de valor de las empresas Procesos sustentables de empleo, ingresos y producción	Bajos ingresos Negocio rentable Cadena de valor	
PNUD (2010)	Inclusión de pobres como clientes, productores y propietarios de negocios Cadena de valor de las empresas	Pobres Cadena de valor	Personas de Bdp vista desde tres perspectivas diferentes
CFI (2010)	Oportunidades de subsistencia para la BdP Formas comerciales viables y escalables	Negocios rentables	Subsistencia de BdP Negocios escalables
Alianza SNV-WBCSD (2008)	Alivio de la pobreza Inclusión de comunidades de bajos ingresos Cadena de valor de las empresas Generación de ganancias por parte de las empresas anclas	Pobreza Bajos ingresos Cadena de valor	Empresas deben ganar

Fuente: elaboración propia (2016)

3. Resultados

El concepto de negocios inclusivos se ha popularizado en los últimos años para explicar cualquiera de las actividades empresariales dirigidas a poblaciones vulneradas. Son diversas las posturas, con respecto al concepto de los organismos y autores que se han interesado sobre el tema. A continuación, se abordaron las más relevantes para la investigación. (Ver tabla 3). Las categorías y propiedades se derivaron de las tendencias proyectadas por organismos internacionales y autores que rigen el objeto de estudio.

En relación con la posición de autores, se observa que el enfoque está orientado principalmente al mercado (Casado (2011) y Poyantos (2015), sin embargo, Pineda (2014) hace énfasis en aspectos en las condiciones de pobreza y desarrollo de las personas de bajos ingresos

También, se identifican elementos distintivos entre las concepciones de los autores, para Casado, 2011 y Poyantos, 2015 los negocios inclusivos deben ser en mercados eficientes y manejarse en una la economía de mercado, mientras que para Pineda (2014), la necesidad social y el empoderamiento de los más pobres es primordial en esta modalidad de negocios.

Con respecto a la fundamentación de organismos internacionales, los puntos de encuentros o coincidentes son la calidad de vida de las personas de bajos ingresos, la cadena de valor de las empresas y que debe ser un negocio rentable, a excepción de la Fundación AVINA (2011), que hace referencia o involucra al mercado en el desarrollo de los negocios inclusivos.

De las evidencias que se observa en la tabla, se deduce, que entre los elementos distintivos de estos organismos se destacan elementos como: representan una oportunidad de negocio y deben ser un negocio sostenible (Fundación AVINA (2011), a diferencia de SNV (2012), que plantea que estos negocios deben generar empleos y producción sustentables; para el PNUD (2010), esta modalidad de negocio involucra a las personas de la BdO como clientes, productores y propietarios; y la posición de CFI es la de seguir viendo a las personas de la BdP en la sobrevivencia, a pesar de que se de este emprendimiento y agrega que este tipo de negocio es escalable y la alianza SNV- CECODES (2008), plantea que estos negocios deben generarle a las empresas involucradas o a las empresas anclas ganancias.

Relacionado la posición de los autores con la fundamentación de los organismos Internacionales, se observa que los primeros hacen hincapié en aspectos relacionados con el mercado y el desarrollo, excepto Pineda (2014), que su enfoque es más social y los segundos, se infiere, orientan su posición más a la cadena de valor de la empresa, a favorecer a los pobres y que debe ser un negocio rentable, que la empresa ancla gane. En el caso de los organismos todo coinciden en que los negocios inclusivos involucran a los pobres, lo cual, coinciden con la posición de Pineda (2014).

4. Conclusiones

Es evidente según el relato sobre las diferentes fuentes teóricas encontradas, que la historia sobre los negocios inclusivos data desde los años 90 y que la estrategia ha impactado en la disminución de la excesiva pobreza en que se encuentran muchos países en el mundo.

El concepto de negocios inclusivos se ha popularizado en los últimos años para explicar cualesquiera actividades empresariales dirigidas a poblaciones vulnerables. Son diversas los aporte respecto al concepto por parte de organismos y autores que se han interesado sobre el tema, quienes en algunos casos coinciden en que los negocios inclusivos están siendo progresivamente concebidos como un modelo de negocio, que supone una mayor articulación entre empresa y comunidad, de manera que generan una co-creación de valor, tanto económico como social, que beneficia todas las partes interesadas

Sin embargo, este concepto todavía es bastante difuso dentro del mundo empresarial principalmente en la metodología a utilizar, este desconocimiento dificulta la participación de las empresas en la puesta en marcha del modelo de negocio. Ahora no es correcto decir que haya pocos estudios sobre el tema, sino que los estudios existentes todavía no han llegado a concretar el impacto causado por este modelo de negocios en los diferentes actores involucrados. Aspecto que enfatizaría importancia ya que serían mayores el número de empresas participantes.

También es relevante observar como el primer enfoque en el cual se orientó el modelo de negocios inclusivos fue el de incluir a los de la base de la pirámide como consumidores, pero debido a las permanentes críticas se pudo detectar en los estudios realizados que se desestimulo un poco su práctica tomando mayor auge la participación de estos como proveedores, esto se puede ratificar con lo expuesto por Karnani (2007), que el papel del empresario en la erradicación de la pobreza no es convertirlos en consumidores, sino en productores propiciando así el desarrollo de sus capacidades y la generación de empleo. Papel por el cual se diseñó esta nueva estrategia. Además, para promover y fortalecer este tipo de negocios, se requiere los establecimientos de organismos tanto gubernamentales como privados que apoyen esta estrategia y en alianzas con empresas que atraigan nuevos inversionistas que quieran aportar al desarrollo económico y social del país. Por esta razón tal como lo expresa Vives & Mutis (2011). La complejidad y desconocimiento de los mercados de la BdP hace necesario el desarrollo de alianzas con actores locales que faciliten la co-creación de negocios inclusivos, a través de la combinación de las capacidades de la propia empresa con las del contexto. De igual forma se hace necesario de acuerdo con las experiencias ya tenidas, diseñar metodologías de acuerdo con cada enfoque practicado, solo de esta manera se generará mayor seguridad en su inversión.

Al contextualizarse en el entorno colombiano, es poca la información acerca del protocolo que maneja este tipo de negocios, ya que son muchas las formas en que las empresas trabajan con esta población, unas lo hacen desde su cadena productiva, otras desde fundaciones que se crean para fusionar el trabajo social y económico, que en algunos casos se tienden a confundir con acciones de responsabilidad social, otro aspecto que hay que profundizar en posteriores investigaciones.

Referencias bibliográficas

Ancos, Helena (2011), *Negocios Inclusivos y empleo en la base de la pirámide*, Madrid: Editorial Complutense.

AVINA (2011), *Negocios y Mercados Inclusivos*. Disponible en: <http://www.avina.net/esp/oportunidades/mercados-inclusivos/> [01 de noviembre de 2015].

Burbridge, Martín (2007), "Cómo hacer negocios con la base de la pirámide económica", Disponible en: <http://www.iprofesional.com/notas/39158-Cmo-hacer-negocios-con-la-base-de-la-pirmide-economica> [01 de noviembre de 2015].

Calvento, Mariana (2006), *Fundamentos teóricos del neoliberalismo: su vinculación con las temáticas sociales y sus efectos en América Latina*, En *Convergencia*, vol. 13, núm. 41, México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Casado, Fernando (2011), "El concepto de Negocio Inclusivo considerando la comunidad de la base de la pirámide como aliado estratégico" en Ancos Helena (coord), *Negocios Inclusivos y empleo en la base de la pirámide*, España: Editorial Complutense.

CODESPA (2013), *Alianzas público-privadas para el desarrollo. Modelos para llevar a la práctica la innovación social empresarial*. 1ª ed. Madrid: Edición CODESPA

Insulza, José (2011), "Desigualdad, democracia e inclusión social" en Zela, Hugo et al. (coord), *Desigualdad e inclusión social en las Américas*. 14 ensayos. 2ª ed. Washington: Organización de los Estados Americanos.

Jacob, Claf (2012), *Pobreza, desigualdad de oportunidades y políticas públicas en América Latina*. Rio de Janeiro: Programa SOPLA de la Fundación Konrad Adenauer.

Jenkins, Beth., Ishikawa, Eriko., Geaneotes, Alexis., Baptista, Piya., & Masuoka, Toshi (2011), *Acelerar las oportunidades de hacer negocios inclusivos: Modelos de negocio que marcan la diferencia*, Washington, DC: Corporación Financiera Internacional.

Karnani, Aneel (2007), *The Mirage of Marketing to the Bottom of the Pyramid: How the Private Sector Can Help Alleviate Poverty*, *California Management Review*, vol.49, núm. 4, California: University of California

Kotler, Philip (2008). *Principios de marketing*. Madrid: Prentice

Licandro, Oscar (2013), *Modelos para el análisis de los negocios inclusivos: construcción mediante el estudio de casos*. Telos, vol. 15, núm. 1, Venezuela: Universidad Rafael Belloso Chacín.

Pineda, María (2014), *Negocios inclusivos y REED+ en Colombia*, Tesis universidad Politécnico Gran colombiano. Disponible en:

<http://repository.poligran.edu.co/bitstream/10823/579/1/Negocios%20Inclusivos%20y%20REDD%20en%20Colombia.pdf> [01 de noviembre de 2015].

