

Area de Enfoque del WBCSD: Desarrollo

La pobreza sigue siendo el mayor reto para el desarrollo sostenible. La forma como las empresas responden a este reto y su habilidad para generar bienestar y oportunidades, serán decisivas en el largo plazo. Siendo empresas líderes, los miembros del WBCSD han desarrollado una nueva perspectiva para abordar este desafío. Más allá de la filantropía, han desarrollado modelos de negocios inclusivos, los cuales crean nuevas fuentes de ingresos satisfaciendo las necesidades de los pobres por medio de operaciones comerciales rentables.

A través del Area de **Enfoque de Desarrollo** el WBCSD tiene el objetivo de:

- > **Concientizar** — suministrando herramientas y guías que nos permita comprender mejor los retos al desarrollo comunes y permitir a todos los sectores aprovechar las oportunidades correspondientes.
- > **Promover la contribución empresarial** — apoyando a las empresas a trabajar en alianza con las partes interesadas para desarrollar sinergias entre la asistencia oficial para el desarrollo y la inversión directa extranjera, con el fin de crear un entorno favorable para los negocios y promover reglas internacionales de comercio.
- > **Pasar del Dicho al Hecho** – trabajando con nuestros miembros, contrapartes regionales y otros grupos de interés en la identificación de nuevas ideas de negocios con beneficios tanto para las empresas como el desarrollo de la sociedad. Esto incluye una alianza con la Agencia de Desarrollo Holandesa (SNV) con el objetivo de tramitar oportunidades de negocios reales y sostenibles en América Latina.

Esta Area Focal también busca identificar sinergías entre las iniciativas del WBCSD sobre *Agua, Salud, Energía y Clima, Productos Forestales Sostenibles y Ecosistemas*.

La promoción de un entorno favorable a nivel nacional se realiza a través de los miembros de la *Red Regional del WBCSD*.

El Programa de la Universidad de Cambridge para la Industria, en asociación con el WBCSD y *Oxfam* ha desarrollado el **Programa de Liderazgo: Negocios y Pobreza**, orientado a altos ejecutivos y a diseñadores de políticas públicas.

Recursos y Estructura del Programa :

Co-directores: Thulani S. Gcabashe (Eskom), John Manzoni (BP), Julio Moura (GrupoNueva)

Grupo de trabajo: 70 compañías y socios regionales

Director: Shona Grant

Página web: www.wbcds.org/web/development.htm

Tabla de contenido

Prólogo

Resumen

1. Introducción – Negocios y desarrollo en la encrucijada

- Creación de bienestar y oportunidades – la clave para reducir la pobreza 12
- Apalancando lo que las empresas saben hacer 13
- Explorando nuevas formas de hacer negocios 14
- Maximizando las oportunidades para los pobres 15
- Aprovechando las fortalezas mutuas 16

2. La contribución empresarial al desarrollo

- Creando modos y estilos de vida sostenibles 19
 - Unilever* – Mejorando la salud suministrando sal yodada
 - Procter & Gamble* – Potabilizando el agua
 - Holcim* – Ofreciendo soluciones de vivienda a bajo costo
 - Grupo Nueva* – Impulsando la competitividad de las granjas locales
 - EDF* – Suministrando electricidad solar a la población del campo
 - Philips* – Llevando servicios de salud a las comunidades rurales
 - Vodafone* – Suministrando soluciones bancarias móviles
- Estableciendo lazos con las empresas locales 36
 - SC Johnson* – Mejorando el modo de vida de los cultivadores de piretro
 - Río Tinto* – Apoyando la autoestima de las comunidades locales
 - Unilever* – Aumentando los negocios de las mujeres de las áreas rurales
 - BP* – Desarrollando los proveedores locales
 - Eskom* – Empoderando a los empresarios locales
 - Rabobank* – Promoviendo las cooperativas agrarias
 - ConocoPhillips* – Desarrollando las habilidades de las mujeres empresarias

3. Cultivando las soluciones empresariales para el desarrollo

- Cerrando la brecha de la pobreza – Involucrando a las empresas 55
- Aumentando la escala de las soluciones 56
- Removiendo los obstáculos al crecimiento 57
- Mejorando la gobernabilidad 59
 - Estableciendo un sólido marco legal y regulatorio*
 - Enseñando a las PYMES*
 - Realizando inversiones en infraestructura*
- Energía – la conexión faltante 70
- Logrando que los mercados trabajen para el desarrollo 73

4. Conclusión – Asociándose para el cambio

- Construyendo un futuro sostenible 76
- Creando el efecto multiplicador 78
- Estableciendo prioridades 79

Apéndices

- Objetivos de Desarrollo del Milenio 82
- Lecturas recomendadas 84
- Matriz de Objetivos de Desarrollo del Milenio 85

Introducción

Presidentes del proyecto Modos de Vida Sostenibles del WBCSD

En la cumbre realizada en el 2002, en Johannesburgo, sobre Desarrollo Sostenible, las empresas “subimos al escenario” ante el público para demostrar que estamos tomando seriamente nuestro papel en el desarrollo. Parte de ese compromiso incluye dialogar sincera y abiertamente con los líderes políticos. Esta publicación forma parte de esa discusión y ese debate que se está llevando a cabo. El hecho de que la estemos lanzando durante la cumbre de las Naciones Unidas sobre los Objetivos de Desarrollo del Milenio no es una coincidencia.

Los negocios juegan un papel importante en la creación de oportunidades para empoderar y desarrollar. Los miembros del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), están listos para jugar un papel aún mayor en la creación de modos de vida sostenibles, y en la construcción de sociedades prósperas, a través de las actividades principales de sus negocios. Nuestra principal motivación, es la oportunidad real de negocios que encontramos al tratar algunos de los retos más importantes para el desarrollo. Al mismo tiempo, esto es impulsado por el deseo de mostrar que la globalización puede, y debe, incluir a todos.

Nuestro enfoque también ha sido moldeado por la realidad mundial. Los productos y servicios suministrados por los 175 miembros del WBCSD afectan cada día las vidas de dos mil quinientos millones de personas. Sin embargo, la mayor parte de la población mundial no tiene acceso a los mercados y se encuentra atrapada en la pobreza. Para el año 2050, el 85% de la población mundial, aproximadamente nueve mil millones de personas, se encontrará en los países en desarrollo, si esta gente no se incorpora al mercado, nuestras empresas no podrán prosperar y no existirán los beneficios de un mercado global. Claramente, es de interés mutuo apoyar a las sociedades para que tomen un camino más sostenible.

Por eso muchas empresas líderes están invirtiendo en nuevas ideas, desarrollando nuevos proyectos, buscando nuevos socios y redefiniendo su papel en el desarrollo. Aquí encontrarán múltiples ejemplos. La clave para este enfoque innovador, es pensar en términos de soluciones empresariales para el desarrollo. Estos proyectos están diseñados para que sean rentables y por ello autosostenibles. Los proyectos que no sean rentables no durarán y no serán replicados.

Muchas Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), han comprendido que las empresas pueden ser un aliado muy poderoso en la lucha contra la pobreza. Aun a pesar de que tienen motivaciones muy diversas, estas ONGs reconocen el gran potencial de las soluciones empresariales para el desarrollo y se están asociando con las empresas para ayudar a llevar a cabo estas iniciativas.

Muchos políticos también se han dado cuenta del potencial para las fuerzas del mercado, que existe en el estímulo al crecimiento económico y los beneficios del desarrollo. Tal como ha dicho el Secretario General de las Naciones Unidas: “es la ausencia de la actividad económica ampliamente difundida, no su presencia, la que condena a gran parte de la humanidad al sufrimiento. De hecho, lo que es utópico es la noción de que la pobreza puede ser superada sin la participación activa de las empresas”.

Para que las empresas acojan el desarrollo, se requiere de un ambiente apropiado. Esto es cierto para todo el amplio espectro de negocios, desde las microempresas hasta las grandes corporaciones. Éste ambiente debe incluir un sistema legal transparente, efectivo y honesto, acceso al crédito de bajo costo, y que el acceso a la tecnología no se encuentre limitado por barreras arancelarias ni comerciales.

Esta publicación destaca clara y determinadamente, la necesidad de llevar a cabo negocios en los países en desarrollo. En cada uno de los catorce ejemplos de modelos de negocios, que muestran los beneficios del desarrollo, las empresas describen los obstáculos para el crecimiento que han encontrado.

Es muy importante mencionar que hemos identificado tres prioridades generales: un marco regulatorio y legal efectivo, apoyo para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) e inversión en infraestructura básica. A pesar de que reconocemos que las condiciones marco cambian de un país a otro, y que la política debe ser ajustada a las prioridades de cada país, la comunidad empresarial percibe estas tres áreas como las bases de una economía próspera.

Las empresas no pueden crear el clima adecuado para la inversión, esta es una función de quienes desarrollan la política, que pueden demostrar así su compromiso con acciones consistentes y efectivas. Para ello se requiere de un compromiso estable, a largo plazo y de acciones y estrategias coherentes, que involucren muy de cerca al sector privado.

Recientemente, se ha presentado un, muy bienvenido, crecimiento en el consenso sobre los temas del desarrollo. Es un momento con un gran potencial. La reunión de quienes elaboran las políticas con los líderes mundiales en Nueva York, para revisar los progresos de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. y el trabajo hacia su logro, nos proporciona una oportunidad para pensar de nuevo el papel de los negocios en el desarrollo.

Si se dan los incentivos correctos, las soluciones lideradas por las empresas, pueden acelerar considerablemente el paso de los esfuerzos para el desarrollo. Enfocando los esfuerzos para el desarrollo, en la creación del clima apropiado para la inversión en los países en desarrollo, los gobiernos pueden proveer un camino innovador, para apalancar nuestros recursos y nuestras capacidades colectivas.

Nuestro mensaje más valioso: El tema primordial de esta publicación es una invitación al gobierno y a los líderes de la sociedad civil, a trabajar en conjunto con nosotros, para lograr el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Adicionalmente es de beneficio mutuo ir más allá de estos objetivos, para crear un mundo de oportunidades y de modos de vida sostenibles para todos.

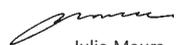


Reuel Khoza
Chairman

Eskom Holdings



John Manzoni
Chief Executive
Refining and Marketing
BP



Julio Moura
Chief Executive Officer

Grupo Nueva

Resumen

Acelerando el paso del desarrollo

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio representan un reto formidable. En muchos países la pobreza se encuentra profundamente arraigada, evitando que vastas extensiones del mundo en desarrollo logren desarrollar su potencial humano y económico.

Durante la reunión de líderes mundiales en Nueva York para revisar el progreso de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, se hizo cada vez más notorio que nos estamos quedando muy atrás en el cumplimiento de estas metas vitales. Si no encontramos formas efectivas de ampliar dramáticamente las oportunidades económicas, la mayoría de los pobres del mundo permanecerán atrapados por la pobreza.

Investigaciones sobre el impacto de la ayuda oficial para el desarrollo sugieren que el simple incremento de la ayuda no proporciona soluciones duraderas y costo efectivas. En contraste, el fortalecimiento del papel de los negocios —el principal impulsor de la creación de bienestar— en los esfuerzos para el desarrollo, ofrece una oportunidad tangible y sostenible de reforzar nuestros esfuerzos para combatir la pobreza.

Dada la urgencia y la gran magnitud del reto es imperativo aprovechar las sinergias entre la ayuda y la inversión del sector privado. Una forma muy efectiva de involucrar a la comunidad empresarial en nuestros esfuerzos globales concertados para lograr cumplir los Objetivos, es dirigir un parte importante de la ayuda oficial para el desarrollo hacia el mejoramiento del clima para la inversión en los países en desarrollo.

Los miembros del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) creen firmemente que **los negocios son buenos para el desarrollo y el desarrollo es bueno para los negocios.**

Todos tenemos que participar en la creación de sociedades pacíficas, estables y prósperas. La pobreza generalizada sigue siendo una barrera importante para la sostenibilidad. El desarrollo sostenible es un balance delicado que requiere que realicemos inversiones en el progreso social y económico, al tiempo que conservamos los recursos naturales de los cuales dependen nuestros ecosistemas. Para ello se requiere de una estrategia integrada que permita crear bienestar y oportunidades pero que respete el planeta.

El sector privado ya está realizando contribuciones positivas al desarrollo, por medio de las actividades estratégicas de sus negocios y tomando parte en el desarrollo de empresas conjuntas. El comercio y la industria promueven el desarrollo empresarial en todos los niveles de la sociedad, creando bienestar para todos. Alrededor del mundo el sector privado genera trabajo que sostiene numerosas familias, y también suministra recursos a los gobiernos y ayuda para el desarrollo en países extranjeros, por medio del pago de impuestos e impulsando el crecimiento económico.

Nuestras compañías están buscando nuevas formas de enfrentar algunos de los más apremiantes retos para el desarrollo. Muchas se encuentran participando en filantropía corporativa, aunque un número creciente de empresas están yendo más allá. Mientras que la filantropía está inherentemente limitada por restricciones geográficas y presupuestales, el conjunto de actividades empresariales que nuestras compañías desarrollan activamente, tiene el potencial de beneficiar a los pobres de una manera mucho más sostenible, y con actividades que pueden ser replicadas.

Las empresas líderes están ofreciendo claros beneficios al desarrollo a través de la inversión en nuevas ideas, diseñadas para crear oportunidades para los pobres. Dentro de estas iniciativas se incluye el desarrollo de productos para necesidades específicas, el incremento de las compras provenientes de proveedores locales y la participación de las comunidades de bajos ingresos en la entrega de nuevos productos y servicios.

SC Johnson in Kenia, el Grupo Nueva en Guatemala y Rabobank en Indonesia están mejorando significativamente el modo de vida de los campesinos, incrementando su competitividad. ConocoPhillips está desarrollando las habilidades de las mujeres microempresarias de Venezuela. EDF suministra energía solar económica a los habitantes de Marruecos, que se encuentran muy lejos para conectarse a la red nacional de distribución de electricidad. Procter & Gamble ha desarrollado un producto muy económico que purifica el agua para beber en lugares donde no se cuenta con fuentes de agua potable.

BP, Eskom y Río Tinto están trabajando con las PYMES locales para fortalecer la estructura de las economías en desarrollo y en transición. Philips se encuentra ampliando la cobertura de los servicios de salud especializados, a los pobres en la India. Vodafone ha desarrollado una plataforma de pagos de micro préstamos para los empresarios africanos. Holcim en alianza con los proveedores de micropréstamos, ofrece soluciones de vivienda de muy bajo costo en Sri Lanka. Unilever ha sido pionero en el desarrollo de nuevas formas de distribución de comida fortificada y productos de higiene en África y en la India.

Esta publicación destaca la gran contribución que están realizando las compañías afiliadas al WBCSD para el desarrollo. Resaltamos 14 operaciones conjuntas, pero esto es solo una muestra del portafolio de soluciones que pueden ofrecer las empresas. Unas 66 empresas afiliadas se encuentran participando activamente en la creación de iniciativas orientadas al desarrollo; 40 empresas se encuentran actualmente probando nuevas ideas que tienen el potencial para llegar a ser dominantes dentro de las actividades corporativas. El portafolio en línea de casos de estudio del WBCSD y la librería de videos proporcionan mayor detalle sobre estos casos.

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) proveen un marco para que todos los actores en el proceso de desarrollo coordinen sus estrategias. En esta publicación nos enfocamos en mostrar como cada iniciativa individual de negocios contribuye al logro de diversas metas de los ODM (ver la matriz de Objetivos de Desarrollo del Milenio).

La mayoría de estas iniciativas de negocios son muy nuevas y, relativamente, de pequeña escala, pero aun la más pequeña tiene la capacidad de crecer. Ya están teniendo un impacto positivo en un gran número de personas y, si pueden ser replicadas, tienen un gran potencial para elevar el nivel de vida de millones de personas.

Las empresas afiliadas al WBCSD quieren impulsar la contribución de los negocios al desarrollo. Pero hay limitaciones a lo que las empresas pueden lograr por su propia cuenta, las empresas no operan en el vacío, el ambiente de negocios juega un papel crítico en la determinación del éxito.

Los capitales evitan los países de alto riesgo. Donde el ambiente de negocios es difícil, las compañías no invierten. La corrupción, la ausencia de infraestructura básica y la falta de control por parte de la ley, desaniman a las empresas a invertir en muchas regiones pobres y remotas, y atrapan a numerosos países y a sus habitantes en la pobreza. La falta de condiciones marco apropiadas ahogan el crecimiento económico y obstruyen el camino a la prosperidad, condenando a los ciudadanos a una existencia marginal.

En contraste, los negocios prosperan en una economía basada en la competencia de mercado. Donde el clima para la inversión es favorable el empresariado florece. Esto permite a las empresas grandes y pequeñas crecer vigorosamente y asegurar el retorno sobre su inversión, fortaleciendo la economía local y maximizando los beneficios del desarrollo.

Las condiciones en las cuales operan los negocios son determinadas por quienes elaboran las políticas; por ello los gobiernos y entidades internacionales juegan un papel fundamental en nuestro éxito. Urgentemente necesitamos el apoyo de

los políticos para que enfoquen sus esfuerzos en la creación de condiciones apropiadas, para que las iniciativas de negocios orientadas al desarrollo se arraiguen y crezcan. La lucha contra la pobreza requiere de estrategias intrépidas e innovadoras.

Las condiciones marco son el factor más importante que afecta la inversión empresarial. La mejora de éstas condiciones nos aproximará mucho más al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Nosotros firmemente recomendamos el enfoque de la inversión en:

- > **Un sólido marco legal y regulatorio**
- > **El desarrollo de las capacidades de las empresas locales**
- > **Infraestructura básica**

Afrontar estos temas tendrá un efecto multiplicador sobre el desarrollo. La mejora de la gobernabilidad no solamente mejora el clima de los negocios sino que también fortalece los derechos humanos. La construcción de infraestructura y la promoción de la educación son inversiones que benefician a la gente, y que soportan el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Es esencial el establecimiento de un sólido marco legal y regulatorio para promover y mantener el cumplimiento de la ley. De la misma manera, la seguridad de la tenencia de la tierra y los derechos de propiedad son críticos, especialmente por que son los pobres quienes más sufren por su ausencia.

Hacemos un llamado a los políticos y a los representantes de los gobiernos para mejorar la transparencia y fortalecer la gobernabilidad, para asegurar la igualdad ante la ley, para garantizar un sistema judicial justo e independiente y para fortalecer en forma significativa el cumplimiento de los contratos.

Si nos deshacemos de la tramitología y de la costosa burocracia, tendremos un mejor clima empresarial. De la misma manera las empresas locales y las firmas extranjeras se verán beneficiadas y crearán nuevos trabajos, realizarán transferencias de tecnología y se evitará la fuga de cerebros que se presenta en numerosas naciones en desarrollo.

Sin embargo, indudablemente, los esfuerzos para mejorar las condiciones marco no lograrán su mayor impacto si los gobiernos fallan en la utilización de políticas macroeconómicas estables y sensatas.

También es imperativa la creación de condiciones de igualdad para el comercio, para que las empresas puedan desarrollar su poderío latente. Se deben abolir los aranceles injustos, se deben liberar los mercados y los beneficios del comercio se deben abrir a las naciones en desarrollo.

Es fundamental que el sector de las PYMES responda a los esfuerzos para crear riqueza. Apoyamos decididamente enfocar los recursos hacia la capacitación de las PYMES y a la inversión en capital humano con entrenamiento y estrategias para la retención de los trabajadores calificados.

Sin embargo, poco se puede hacer cuando a los individuos y a las economías les falta la infraestructura básica. Agua, energía y salud son temas prioritarios para satisfacer las necesidades de los pobres. La inversión pública y privada en la infraestructura apropiada son fundamentales para facilitar el comercio y la actividad económica, esencial para lograr el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Recomendamos aumentar las inversiones en infraestructura como carreteras, puertos y sobre todo en energía, para impulsar el crecimiento económico, porque ninguno de los objetivos se alcanzará sin un suministro adecuado de energía en los países en desarrollo.

La ayuda puede ser inmensamente efectiva para impulsar una mayor inversión privada dentro de los países en desarrollo. Si un porcentaje significativo de la ayuda extranjera para el desarrollo puede ser dedicado a la creación del clima empresarial adecuado, los flujos de capital dentro de los países en desarrollo podrían crecer significativamente.

“Apoyando los esfuerzos realizados por los países en desarrollo para lograr un ambiente atractivo para la inversión privada, la Ayuda Oficial para el Desarrollo, puede jugar un papel muy importante como catalizador y puede apoyar financiamiento privado adicional.”

OECD, *Mobilizing Private Investment for Development*

Los problemas de largo plazo requieren nuevas aproximaciones y soluciones innovadoras. Los retos globales se encuentran muy relacionados entre si y nuestras prioridades y elecciones tendrán repercusiones de largo alcance.

Siempre habrá tensiones y soluciones negociadas. No hay respuestas perfectas, ni soluciones perfectas, pero con casi tres mil millones de personas viviendo en la pobreza, la urgencia del reto es impactante. No podemos darnos el lujo de esperar. Lo que podemos hacer es dar a las empresas los medios para mejorar su contribución al desarrollo, permitiendo a las empresas que hagan lo que mejor saben hacer: crear bienestar y oportunidades.

Introducción Negocios y desarrollo en la encrucijada

1

Creación de bienestar y oportunidades – la clave para reducir la pobreza

Apalancando lo que las empresas saben hacer

Explorando nuevas formas de hacer negocios

Maximizando las oportunidades para los pobres

Aprovechando las fortalezas mutuas





Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) representan un reto formidable. Son objetivos ambiciosos, pero su logro hará un diferencia fundamental y duradera para las vidas de miles de millones de personas y contribuirán a crear un futuro sostenible para nuestro planeta.

Todos los objetivos tienen que ver con las causas y efectos de la pobreza: falta de ingresos, falta de acceso al agua potable y saneamiento básico, cuidado de la salud, alimentación y vivienda. Indudablemente, la clave para reducir la pobreza se encuentra en la creación de bienestar. Tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados, los negocios proveen el impulso para el crecimiento económico; el sector privado puede dar soluciones duraderas para el desarrollo, junto con la generación de prosperidad y oportunidades.

Muchas de las grandes empresas apoyan estrategias enfocadas a la obtención de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. En el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) creemos firmemente que **el desarrollo es bueno para los negocios y que los negocios son buenos para el desarrollo.**

Los negocios siempre han tenido participación en la creación de sociedades sostenibles, estables y prósperas. Esto no solamente nos proporciona un terreno fértil para el comercio y el intercambio, sino que apoya la base del empoderamiento de los ciudadanos. Históricamente el comercio ha ido de la mano con mejoras a largo plazo en la calidad de vida y con el progreso de los derechos y libertades sociales. La cultura empresarial prospera en sociedades abiertas, participativas y equitativas.

“Las empresas no pueden ser exitosas en sociedades que fallan. De la misma manera, donde las empresas son reprimidas, las sociedades fallan en prosperar.”

Björn Stigson, Presidente, WBCSD

El trabajo de nuestras empresas demuestra cómo las soluciones basadas en los mercados apoyan significativamente el bienestar. La lucha contra la pobreza exige estrategias audaces e innovadoras. La contribución de las empresas al desarrollo ya es significativa y puede crecer mucho más en los países de bajos ingresos, por medio del establecimiento de unas condiciones marco robustas y por la liberalización del sistema mundial de comercio. En esta publicación exponemos propuestas para crear un clima en el cual las economías, de una forma sostenible, puedan prosperar y el desarrollo pueda echar raíces.



“Creo que las empresas haciendo negocios de una forma responsable y sostenible, pueden ayudar a elevar la calidad y los estándares de vida, en algunos de los lugares más pobres del mundo.”

Antony Burgmans, Presidente, Unilever

Muchas compañías con visión de largo plazo han visto desde hace tiempo, que beneficiar a las comunidades que se encuentran en desventaja y a los grupos de bajos ingresos, tanto en los países desarrollados como en los que se encuentran en desarrollo, es una parte de su papel en la sociedad.

Tradicionalmente las empresas han cumplido este papel tanto a través de sus actividades principales — dar trabajo, pagar impuestos — como de sus programas de filantropía corporativa, sin embargo la filantropía corporativa se encuentra inherentemente limitada en su escala y queda completamente por fuera del alcance de las actividades principales de la empresa.

Hoy día, nuestras empresas están estableciendo numerosas iniciativas dinámicas e innovadoras que empoderan a las personas de bajos ingresos y apoyan los modos de vida sostenibles. Estos son verdaderos negocios. Los principios que apuntalan nuestra responsabilidad social corporativa proveen las bases sobre las cuales se construyen estos nuevos modelos de negocios

Las empresas actúan como un poderoso catalizador para el desarrollo basado en el mercado, por medio de la inversión en nuevas ideas de negocios que permiten suministrar productos y servicios innovadores, crean trabajos y desarrollan las capacidades de las comunidades de bajos ingresos.

La transformación de estas ideas en realidades comercialmente viables permite a las empresas, no solamente, invertir grandes cantidades de capital en su implementación, sino que también les permite extender los proyectos piloto que resultan exitosos, mejorando con ellos las vidas de muchas más personas. Estas soluciones empresariales, al recuperar sus costos iniciales y convertirse en soluciones que se financian por si mismas, pueden crecer y difundirse más allá de las limitadas posibilidades de los mejores proyectos de filantropía corporativa.

Aunque cada región es única en términos de los retos que presenta y cada una requiere de soluciones a la medida, estos modelos empresariales que se pueden replicar son fácilmente transferibles, y pueden tener un impacto mucho más grande y perdurable sobre el desarrollo.



Las iniciativas innovadoras, resaltadas en esta publicación, muestran cómo las empresas están moviéndose más allá de los límites convencionales de la filantropía corporativa, para demostrar, cómo los negocios *inclusivos* —que incluyen a todos los grupos sociales— pueden marcar una diferencia en la vida de las personas. Muchas empresas miembros del WBCSD han acogido esta nueva visión del papel de las empresas, y muchas ya han realizado contribuciones importantes al desarrollo.

Esta publicación, el portafolio³ de estudio de casos en línea y la videoteca⁴, resaltan unos 40 proyectos pioneros provenientes de muy diversos sectores de todas partes del mundo. Nuestras empresas están comprometidas en la inversión de recursos para el desarrollo de su potencial, de tal forma que, podamos fortalecer el papel empresarial en el esfuerzo concertado globalmente para reducir la pobreza.

Las iniciativas mencionadas crean recursos valiosos para la comunidad, tales como nuevas fuentes de ingresos para las familias pobres, mejora de las condiciones de vida y el suministro de servicios básicos. Algunos de los beneficios son claramente visibles y pueden ser atribuidos directamente al éxito de estas empresas conjuntas. Sin embargo para muchos proyectos aún es muy temprano y tomará más tiempo poder apreciar sus efectos tangibles. Adicionalmente, por su naturaleza innovadora, existen muy pocos indicadores ampliamente aceptados y muy pocos mecanismos de monitoreo que permitan cuantificar los beneficios para el desarrollo, esto hace que sea un mayor reto la realización de evaluaciones.

Muchas empresas del WBCSD se encuentran desarrollando herramientas de medición del ‘impacto social’: nuevas metodologías de evaluación para ayudar a medir la contribución de las empresas al desarrollo local. Donde es posible, estos indicadores se relacionan con las metas de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Dado que los ODM proveen el marco internacionalmente aceptado para que todos los actores del desarrollo coordinen sus estrategias, hemos decidido mostrar cómo cada iniciativa empresarial contribuye al cumplimiento de diversas metas de los ODM (ver Apéndice 3: *Matriz de los Objetivos de Desarrollo del Milenio*).

¿Qué son *negocios inclusivos*?

Negocios inclusivos – también llamados *de la base de la pirámide*, en pro de los pobres, o *modos de vida sostenibles empresariales* – se refiere a hacer negocios con los pobres de tal forma que, al tiempo que se benefician las comunidades de bajos ingresos, también se beneficia la empresa

participante de la iniciativa. Este enfoque innovador de negocios acoge el desarrollo económico y ayuda a las familias de bajos ingresos a lograr modos de vida más seguros, al mismo tiempo que crea nuevos mercados para las empresas. Se trata de ‘hacerlo bien haciendo el bien’.



“La pobreza es la falta de oportunidades.”

Amartya Sen, premio Nóbel de economía

Los negocios en pro de los pobres se enfocan en la creación de más oportunidades para que los pobres puedan mejorar su calidad de vida: oportunidades de acceso al agua potable, alimentos, vivienda, educación, medicinas, transporte y energía; oportunidades de ganarse la vida, de devengar un ingreso y de invertir en el futuro de sus familias. Estas oportunidades ayudan a los más necesitados a generar su propio desarrollo.

Es fundamental un amplio acceso a las oportunidades guiadas por los mercados para reactivar el círculo virtuoso de economía y desarrollo humano. Para que la economía prospere, tanto la oferta, como el otro lado de la ecuación, la demanda, deben ser estimuladas. Las compañías afiliadas al WBCSD se encuentran cada vez más interesadas en ayudar a crecer los mercados dinámicos de los países en desarrollo ya que se han dado cuenta de su potencial a futuro como proveedores y clientes. El sector privado ofrece a muchos un camino para salir de la pobreza, ya que es el proveedor más importante de oportunidades económicas, productos y servicios, entrenamiento y transferencia de tecnología.

“En teoría, en la práctica y en términos del sentido común... la mayoría de los caminos para salir de la pobreza comienzan en las empresas”

Kurt Hoffman, Director, Fundación Shell

Muchas de nuestras empresas se enfocan en empoderar a la gente por medio del suministro de productos económicos, de buena calidad y de servicios esenciales para mejorar su calidad de vida. Todos son conscientes de la necesidad de suministrar estos productos de acuerdo con los mecanismos apropiados de distribución y de ajustarlos a los deseos y necesidades, tanto de los individuos como de las comunidades.

En el mundo en desarrollo, las pequeñas y medianas empresas (PYMES), son los mayores impulsores de la innovación, el empresariado y el empleo. La creación de una mezcla saludable de empresas de calidad grandes, medianas y pequeñas, es fundamental para fortalecer y ampliar la base económica. Apoyamos decididamente las estrategias para desarrollar la capacidad de los empresarios locales y la inversión en entrenamiento para asegurar una mano de obra calificada con el fin de desarrollar la economía local.

Nuestros modelos de negocios están contruidos sobre lo que sabemos hacer bien. Más que enfocarse en venderle a los pobres, numerosas empresas, están trabajando para incluir pequeñas compañías de comunidades pobres en sus cadenas de proveedores y así, convertirlos en socios comerciales.



“Las ONGs están girando hacia las fuerzas del mercado como un catalizador para el cambio.”

Claude Martin, Director Ejecutivo, WWF

Numerosas historias exitosas incluyen alianzas con agencias gubernamentales y con ONGs, y están creando nuevos modelos de alianzas. Efectivamente, 13 de los 14 ejemplos empresariales tratados en esta publicación tienen un componente muy fuerte de alianzas.

Procter & Gamble (P&G), por ejemplo, está trabajando con UNICEF y con entidades de socorro, para llevar sus sobres purificadores de agua, PUR®, a las áreas golpeadas por desastres y a las poblaciones remotas. Philips se encuentra colaborando con hospitales locales y ONGs en la India, para suministrar servicios de diagnósticos en las áreas rurales.

El líder de la industria del cemento, Holcim, trabaja en conjunto con un proveedor de micro finanzas, con el fin de entregar soluciones de vivienda de bajo costo en Sri Lanka. Unilever en asocio con el Ministerio de Salud de Ghana y UNICEF buscan reducir la deficiencia de yodo, mejorando la salud de las madres y los niños.

“Del lado de las ONGs, estamos presenciando un cambio en la comprensión del potencial de trabajar con las empresas.”

Mike Aaronson, Director, Save the Children UK

Las empresas se pueden beneficiar enormemente de la experiencia práctica de las organizaciones de desarrollo y viceversa. Hay un reconocimiento creciente dentro de la comunidad del desarrollo de que el sector privado trae tecnología, recursos, suministro eficiente, alcance global, y el conocimiento de cómo llevar un producto al mercado, ninguno de estos temas forma parte de lo que saben hacer las agencias de desarrollo, pero todos ellos pueden ser utilizados para satisfacer las necesidades del desarrollo.

Durante la última década, las agendas de las políticas públicas y empresariales se han aproximado. Una visión compartida y estrategias orientadas al futuro nos proporcionan una oportunidad sin precedentes para trabajar en conjunto hacia el alivio de la pobreza.

Creando modos y estilos de vida sostenibles

Unilever: Mejorando la salud suministrando sal yodada

Procter & Gamble: Potabilizando el agua

Holcim: Ofreciendo soluciones de vivienda a bajo costo

Grupo Nueva: Impulsando la competitividad de las granjas locales

EDF: Suministrando electricidad solar a la población del campo

Philips: Llevando servicios de salud a las comunidades rurales

Vodafone: Suministrando soluciones bancarias móviles

Estableciendo lazos con las empresas locales

SC Johnson: Mejorando el modo de vida de los cultivadores de pyrethrum

Río Tinto: Apoyando la autoestima de las comunidades locales

Unilever: Aumentando los negocios de las mujeres de las áreas rurales

BP: Desarrollando proveedores locales

Eskom: Empoderando a empresarios locales

Rabobank: Promoviendo cooperativas agrarias

ConocoPhillips: Desarrollando habilidades de las mujeres empresarias



“Algunas personas ven a las empresas privadas como un tigre depredador al que hay que dispararle. Otras las ven como una vaca que pueden ordeñar. No mucha gente las ve como un corcel saludable tirando de un coche pesado.”

Winston Churchill

Históricamente, el comercio y la industria han sido los impulsores del crecimiento económico de las naciones. Los gobiernos crean el marco que fomenta o entorpece éste desarrollo económico. Al crear un ambiente propicio para los negocios, los políticos pueden realzar el papel del sector privado en el desarrollo humano y llevarnos más cerca del logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Las iniciativas empresariales que aquí ponemos de relieve, muestran cómo las empresas pueden mejorar las vidas de algunas de las personas más pobres en el mundo, encontrando nuevas formas de satisfacer sus necesidades e incorporándolos a la corriente económica, incrementando con ello la prosperidad para todos.

Las compañías reconocen la importancia de vender productos y servicios apropiados a los pobres, y de comprar los productos locales para ayudar a generar ingresos. Cuando las empresas se involucran con economías nacientes, se enfocan en los pobres como aspirantes a consumidores y como socios de negocios.

Los proyectos presentados ilustran cómo las compañías miembros del WBCSD suministran productos y servicios adecuados a las necesidades y aspiraciones de las personas, y cómo se proveen de materiales, mano de obra y servicios de las comunidades de bajos ingresos. Por ejemplo la sal fortificada Annapurna, fabricada por Unilever, es producida y distribuida por empresas locales en Ghana. De la misma manera, EDF está creando trabajos locales a lo largo de toda la cadena de valor, al proveer paneles solares para las viviendas rurales

En la matriz de ODM (Apéndice 3) mostramos cómo cada uno de los proyectos descritos —y otros ejemplos de negocios— están contribuyendo a metas específicas de los ODM. La inversión en estos negocios todavía es relativamente pequeña, pero un número creciente de empresas está probando estos modelos y tienen proyectos piloto. Si se demuestra que estos son viables financieramente, podemos anticipar una oleada de empresas conjuntas, ya que se convertirán en parte integral de las principales estrategias de las empresas.



Diseño inteligente

A medida que el mundo se globaliza cada vez más, estamos cayendo en cuenta de que las empresas y las comunidades solamente pueden lograr un crecimiento sostenible si respetamos el delicado balance de los ecosistemas en los cuales vivimos.

La pobreza es la mayor amenaza para el medio ambiente y para nuestra capacidad de lograr un desarrollo sostenible. La pobreza se encuentra íntimamente relacionada con otros temas globales y no puede ser tratada por sí sola. El cambio climático y la conservación de los recursos naturales de nuestros ecosistemas también forman parte de nuestras mayores preocupaciones.

Si tenemos éxito en elevar el estándar de vida de más o menos tres mil millones de personas, indudablemente esto aumentará la presión sobre el medio ambiente. El aumento del consumo es uno de los principales subproductos del desarrollo, por ello es imperativo diseñar productos y servicios teniendo en mente la sostenibilidad ambiental. Como ejemplo deberíamos considerar que las fuentes de energías limpias, como la energía solar o la biomasa, merecen un lugar prioritario en nuestro portafolio de opciones energéticas.

“Si todo el mundo disfrutara del estilo de vida occidental, se necesitarían 5.5 planetas tierra y sus recursos naturales para satisfacer sus necesidades.”

UNDP, Human Development Report 1997

Respaldando la libertad de elección

Algunos expresan preocupación de que las grandes corporaciones vendan sus productos y servicios a los pobres. Los críticos sostienen que las comunidades empobrecidas serán manipuladas por un hábil mercadeo y serán seducidas a comprar sueños, en vez de comprar productos útiles. La pregunta es si la gente pobre en comunidades aisladas puede tomar decisiones de compra responsable.

Creemos que la forma más efectiva de empoderar a la gente es confiar que las personas pueden tomar sus propias decisiones. Muy pocos negarían el derecho de la gente a hablar sobre la forma en que son gobernados. La participación individual es fundamental para una sociedad libre. Basados en los mismos principios de la libertad individual, no se encuentra un argumento legítimo para negar el derecho de la gente a tomar sus propias decisiones de compra. Las soluciones basadas en los mercados amplían la distribución de productos y servicios más baratos y de mejor calidad, con el potencial de mejorar significativamente la vida de la gente. Creemos que sería presuntuoso y moralmente equivocado prescribirle a los pobres del mundo qué es lo que sería bueno o qué es lo que sería malo para su desarrollo. Nadie tiene derecho a

determinar las aspiraciones de tres mil millones de personas.

La esencia del debate sobre el consumo sostenible, no es si las compañías internacionales deberían ser motivadas para llevar sus productos y servicios a los países en desarrollo, sino, qué clase de productos y servicios eligen ofrecer y cómo se suministran.

El mundo es un lugar que cada vez es más transparente. Las empresas que se comportan como ciudadanos corporativos globales responsables, dentro de un marco de progreso social, serán más competitivas en el largo plazo y serán premiadas por sus clientes satisfechos, por los reguladores y por sus empleados. Las empresas que se comportan irresponsablemente encontrarán que serán reconocidas por esta forma de hacer negocios. Una parte integral de la responsabilidad corporativa incluye dar opciones a los consumidores e informarlos para que puedan elegir. Adicionalmente los impactos positivos tanto sociales como ambientales de las operaciones, no solamente sirven a los intereses sociales de largo plazo, sino también para la sostenibilidad futura de las empresas.

Conciliando el precio con las aspiraciones

Solamente podemos ser exitosos en los países en desarrollo si suministramos un producto que satisfaga una necesidad y sea económico. Este producto también debe ser conveniente, ya que la gente, especialmente aquellos con ingresos limitados, son muy reticentes a gastar aún una pequeña cantidad de dinero en algo que no sea lo mejor. En muchos aspectos, son más exigentes que los opulentos. La accesibilidad, el precio y la conveniencia representan un gran reto, pero este reto también le ofrece a las empresas una oportunidad de utilizar sus principales capacidades para los negocios, para innovar y diseñar soluciones sostenibles.

Nos hemos referido a los ‘tres mil millones de pobres’ en todo el mundo, pero estos tres mil millones no son un solo grupo homogéneo, abarcan un rango muy amplio de recursos, niveles de educación y contextos socioeconómicos. Las necesidades y deseos de las personas varían significativamente de acuerdo a la región, la cultura y el nivel de ingresos. Por medio de una segmentación apropiada de los mercados, las empresas pueden diferenciar sus productos, identificando aquellos que son apropiados para los países con un alto potencial de crecimiento y aquellos más adecuados para las comunidades muy pobres y remotas.

Los modelos de negocios también necesitan ser adaptados al grupo objetivo de consumidores. Cuando P&G trató de llevar PUR® a las regiones más pobres del mundo o a las áreas afectadas por desastres, encontró que lograr que el producto estuviera al alcance de los usuarios era virtualmente imposible sin recurrir a subsidios, o a la inyección de ayuda económica. En comparación, en regiones con más recursos económicos, el modelo de negocios tiene más opción de ser viable financieramente. En asocio con ONGs y agencias de desarrollo, las

empresas pueden ayudar a los más necesitados a salir de la trampa de la pobreza, de tal forma que se conviertan en clientes con autoestima, en vez de permanecer recibiendo ayuda indefinidamente.

La propuesta del “salto”

Algunos países apenas están comenzando a subir por la escalera del desarrollo. No hace falta repetir el camino hacia el desarrollo de sus contrapartes más adineradas. En estos países hay una gran oportunidad de diseñar desde el principio, soluciones innovadoras y tecnologías que minimicen el impacto negativo al medio ambiente ocasionado por el aumento del consumo. En el campo de las telecomunicaciones, en África, los teléfonos móviles ya superan a los teléfonos fijos. Donde sea posible este “salto” debería ser apoyado.

“Los países en desarrollo proporcionan una oportunidad real para el consumo sostenible. Allá podemos empezar desde cero y desarrollar los productos y servicios apropiados que satisfagan las necesidades de las personas de una forma más eficiente e integral.”

Paul Meyer, Presidente, Voxiva



Negocios para el desarrollo – Incorporando los pobres al mercado

Unilever • Mejorando la salud suministrando sal yodada • *Ghana*
Procter & Gamble • Potabilizando el agua • *En todo el mundo*
Holcim • Ofreciendo soluciones de vivienda a bajo costo • *Sri Lanka*
Grupo Nueva • Impulsando la competitividad de las granjas locales •
Guatemala
EDF • Suministrando electricidad solar a las áreas rurales • *Marruecos*
Philips • Llevando servicios de salud a las comunidades rurales • *India*
Vodafone • Suministrando soluciones móviles de banco • *Kenia / Tanzania*

Unilever

Mejorando la salud suministrando sal yodada • Ghana

El reto

La deficiencia de yodo actualmente afecta a 740 millones de personas en los países en desarrollo. Dentro de los serios problemas de salud que ocasiona se incluyen: bocio, retardo mental en los niños, daño cerebral, defectos congénitos, abortos y niños que fallecen al nacer. Investigaciones de las Naciones Unidas sugieren que en África, el 30% de los niños menores de cinco años sufren de desórdenes por deficiencia de yodo.

La contribución empresarial

Cuando el gobierno de Ghana intentó que la población se cambiara al consumo de sal yodada, se obtuvo poco éxito inicialmente, debido a que la sal se ofrecía en sacos de 50 Kg, lo que no era práctico, y el precio era el doble de la sal sin yodo. Con el 45% de la población local viviendo con un ingreso inferior a un dólar al día, los consumidores no hacían caso al beneficio para la salud, ya que su mayor preocupación era el precio.

Unilever es líder en nutrición, higiene y productos de cuidado personal, y opera en 150 países del mundo. Annapurna es una marca de consumo masivo de Unilever de productos fortificados con micronutrientes, los cuales incluyen yodo, hierro y vitamina A. Unilever se ha enfocado en ayudar a combatir la deficiencia de yodo, y desea ofrecer sal yodada a un precio muy cercano al que paga la comunidad local por la sal sin yodo, este es un gran reto. En 1999, Unilever en asocio con el Ministerio de Salud de Ghana y la UNICEF, decidió desarrollar un nuevo modelo de negocio para responder al reto.

En el año 2000 se realizó el lanzamiento de la sal yodada, la cual es producida y distribuida por terceros, con lo cual se crearon trabajos locales

Impacto en los ODM

-  Meta 1 • Ingresos • directo
-  Meta 2 • Hambre • directo
-  Meta 5 • Mortalidad infantil • directo
-  Meta 6 • Salud materna • indirecto

en esas áreas: Unilever trabaja muy de cerca con éstas firmas para impulsar la calidad y fortalecer su administración.

La innovación

Con el fin de asegurar que Annapurna sea económico, Unilever trabaja con las empresas locales para hacer más eficiente la producción y la distribución y así minimizar los costos. Además, toda la cadena de proveedores ha sido reestructurada: se eliminó la burocracia, las ineficiencias de producción y los intermediarios.

La sal se empaqueta en sobres de 500, 250 o 100 gramos. El más pequeño se vende a \$0.06 dólares —dentro del rango de precio al alcance de los más pobres—, y los mecanismos de distribución han sido ajustados a las condiciones locales. También se ha establecido un programa de microcrédito en alianza con un banco local, permitiendo a las mujeres de los puestos de ventas de Ghana, comprar la sal Annapurna y otros productos para su venta.

Unilever se encuentra trabajando en asocio con el Servicio de Salud de Ghana y la UNICEF, para cambiar la mentalidad y los hábitos existentes en las comidas. Por medio de representaciones teatrales viajeras se busca crear conciencia de los problemas de salud relacionados con la deficiencia de yodo. Un proyecto incluye la visita a 3,200 escuelas rurales para educar a los niños, quienes luego enseñarán a sus padres de la importancia del uso de la sal yodada.

Los beneficios

Las comunidades locales son empoderadas por medio de la promoción de la salud. En 1998 el 28% de la población de Ghana, utilizaba la sal yodada, para el 2002 esta proporción había aumentado al 50%. El mejoramiento de la salud

aumenta la capacidad de la gente para continuar con sus actividades diarias, ya sea trabajar, ir a la escuela o realizar las tareas domésticas.



El establecimiento de nuevas alianzas con los proveedores locales ha creado 200 nuevos puestos de trabajo en las empresas locales. Unilever ayuda a las firmas a mejorar su capacidad invirtiendo en formación, transferencia de habilidades y buenas prácticas, esto permite a los productores locales de sal aumentar rápidamente la producción y mejorar la calidad.

Unilever ha dado apoyo a las microempresas por medio de la formación de 400 mujeres microempresarias que venden los sobres de sal Annapurna, cuya venta les provee una importante fuente de ingresos.

Obstáculos

La distribución a la población de Ghana, que es principalmente rural, ha sido difícil por causa de la falta de infraestructura. Los altos costos de distribución, unidos a reducidos márgenes de utilidad, hacen que este modelo solo pueda ser viable financieramente con la venta de altos volúmenes. Para afrontar este tema, Unilever ha desarrollado nuevos canales de distribuidores minoristas.

Los beneficios en la salud solo pueden echar raíces si la gente ha sido educada para entender la necesidad del yodo en su dieta y para cambiar sus hábitos de consumo. La educación en la salud en Ghana está progresando, aunque todavía la mitad de la población consume sal sin refinar y sin yodo. Recientemente, Unilever ha unido fuerzas con la UNICEF para incrementar la toma de conciencia en las poblaciones remotas, sobre los beneficios de la sal yodada.

Unilever también compite con empresas locales que aún venden sal sin yodo. La mayoría de éstas pequeñas empresas operan en el sector informal, no se encuentran registradas y en muchas ocasiones no pagan impuestos. Recientemente el



gobierno prohibió la sal sin yodo. De acuerdo con la legislación del año 1994, toda la sal debería ser yodada; sin embargo esta regulación no se ha hecho cumplir. La aplicación justa y consistente de la ley es esencial para crear unas condiciones equitativas de mercado que estimulen una saludable competencia entre los jugadores.

El camino a seguir

Las ventas de Annapurna se están extendiendo a otras naciones africanas. La sal yodada ha sido lanzada recientemente en Nigeria. El Instituto de la Salud de Unilever se encuentra actualmente desarrollando productos adicionales fortificados con micronutrientes. Bajo la misma marca se han lanzado galletas fortificadas con vitamina A y zinc, con el fin de ayudar al fortalecimiento del sistema inmunitario de los niños.

Unilever también se encuentra colaborando con la iniciativa de Micronutrientes y con la UNICEF en la prueba de mercado de la sal “doblemente fortificada”.

“En UNICEF podemos llevar las cosas lejos, pero para lograr resultados tangibles se necesita del sector privado.”

Ernestina Agyepong, Nutrition Project Officer,
UNICEF Ghana

Procter & Gamble

Potabilizando el agua • En todo el mundo

El reto

Más de mil millones de personas aún no tienen acceso al agua potable y se estima que 2.2 millones de niños fallecen cada año por enfermedades diarreicas que se pueden prevenir.

La contribución empresarial

Procter & Gamble (P&G) mercadea casi 300 productos para el hogar a más de cinco millones de personas en 140 países. En el año 2000, P&G lanzó PUR®. Esta tecnología es básicamente un sistema doméstico de tratamiento de agua para los hogares a los que no llega el agua potable, o para uso en áreas de desastres. Desde su lanzamiento, PUR® ha suministrado 260 millones de litros de agua potable y ha sido usado exitosamente en muchos países incluyendo: Bangladesh, Zimbabwé, Sudán, Etiopía, Irak y en las regiones del sudeste de Asia devastadas por el tsunami a las que se le enviaron 15 millones de sobres, suficientes para tratar 150 millones de litros de agua.

En los últimos años Procter & Gamble ha venido invirtiendo recursos considerables, para mejorar el acceso al agua potable de aquellos que no la tienen. Desde 1995, la compañía ha colaborado con el Centro de Control y Prevención de Enfermedades de Estados Unidos y ha trabajado muy de cerca con ONGs, gobiernos locales y nacionales y organizaciones de la salud.

La innovación

El producto consiste en un sobre con ingredientes utilizados comúnmente en el tratamiento convencional de las aguas municipales. Por medio de la ingeniería reversiva se ha logrado que funcione como una miniplanta de tratamiento de agua. Cada sobre es efectivo en la remoción de bacterias, virus, parásitos y algunos metales

Impacto en los ODM

- Meta 5 • Mortalidad infantil • directo
- Meta 6 • Salud Materna • directo
- Meta 10 • Agua potable • directo

pesados del agua contaminada. Trabaja por medio de un proceso de precipitación, coagulación, floculación y desinfección.

Cada sobrecito cuesta alrededor de \$0.10 de dólar y puede suministrar 10 litros de agua potable (suficiente para el consumo de dos días de una familia promedio). Los sobres mejoran dramáticamente la calidad del agua almacenada y reducen las enfermedades diarreicas.

El enfoque de PUR® es complementario al desarrollo de infraestructura de tubería para agua. Los sobres son resistentes y compactos, permitiendo transportarlos y almacenarlos fácilmente, un diseño especialmente apropiado para las áreas de desastres y otras emergencias, además son muy sencillos de usar. Debido a que a veces no se cuenta con la infraestructura básica ni con educación, en las zonas donde más se necesita el agua potable, P&G colabora con las agencias de socorro. Los trabajadores de la salud enseñan a la gente sobre la necesidad de agua potable, cómo usar el producto y fomentan el almacenaje del agua tratada.

Los beneficios

Cuando se realizó el ensayo en 514 viviendas de 14 poblaciones de Guatemala, donde la diarrea es la causa principal de las muertes, las familias que utilizaron el producto para tratar el agua de beber, adicionalmente a tener agua limpia tuvieron 40 % menos casos de diarrea en comparación con las familias que utilizaron las prácticas estándar de manipulación del agua. Estos hogares también tuvieron 50% menos episodios prolongados de diarrea en niños menores de dos años. La organización mundial de la salud afirma, que solamente el suministro de agua potable reducirá las enfermedades diarreicas y otras enfermedades entéricas de un

6% a un 50%, aun en ausencia de mejoras sanitarias y de otras medidas de higiene.

Los sobres PUR® suministran casi 10 millones de litros de agua potable en Haití. En el 2004, los disturbios sociales, inundaciones severas y fuertes daños causados por los huracanes, ocasionaron que fuera muy difícil obtener agua potable. En este caso los sobres de PUR® se distribuyen por medio de una red de grupos de mujeres a través de Population Services International (PSI) en asocio con P&G.

El agua insegura para beber ha llevado a niveles de epidemia la desnutrición y las enfermedades diarreicas que amenazan la vida en los refugiados de Sudán que se encuentran huyendo hacia el norte de Chad. P&G en colaboración con AmeriCares y el International Rescue Committee está ayudando a afrontar esta emergencia con el suministro de sobres de PUR® para potabilizar más de 10 millones de litros de agua.

Obstáculos

La escasez de redes de distribución y la inadecuada educación sobre la salud, son los mayores obstáculos para extender el uso de PUR®. La distribución a bajo costo de productos para la salud en las áreas rurales es un gran reto, en especial donde no hay carreteras o se encuentran en muy malas condiciones. P&G está enfrentando estas dificultades por medio de alianzas con ONGs que tienen el alcance necesario para la distribución y experiencia en la región. De igual manera la educación en salud y la comprensión de la importancia del agua potable son prerequisites para promover el uso de productos como el PUR®. Para ello P&G ha establecido alianzas con el International Council of Nurses (ICN) y otros especialistas en la promoción de la salud.

El camino a seguir

Actualmente P&G está utilizando dos modelos diferente para suministrar agua potable donde más se necesita: el “mercado social” y el “socorro en las emergencias”.



El “mercado social” se trata de proveer un acceso sostenible al agua potable. P&G vende PUR® a ONGs con las que ha establecido alianzas en Pakistán, Haití, Kenia y Uganda, las cuales tienen sus propias redes de distribución local. Al final PUR® es vendido por distribuidores locales y las utilidades son una fuente de recursos para estas familias de bajos ingresos. P&G también suministra PUR® al costo para las agencias internacionales de socorro, quienes lo utilizan en áreas de desastres naturales y crisis humanitarias.

La compañía también está desarrollando muchas otras asociaciones: en Uganda P&G promueve la educación en salud con ICN y su afiliado en Uganda, también apoyó la fundación de “The International Network to Promote Household Water Treatment and Safe Storage” una red respaldada por la Organización Mundial de la Salud.

Como parte de su programa “Children’s Safe Drinking Water”, la compañía formó recientemente una nueva alianza con UNICEF. Los programas conjuntos se enfocarán en apoyar los esfuerzos de UNICEF para llevar agua potable a los colegios, para ayudar a las familias en situaciones de emergencia y para reducir la exposición de los hogares al agua contaminada con arsénico. Estos programas se lanzarán primero en Haití, Mozambique, Etiopía, Bangladesh, Vietnam, Uganda, Kenia y Pakistán.

Holcim

Ofreciendo soluciones de vivienda a bajo costo • Sri Lanka

El reto

En Sri Lanka, casi el 23% de la población vive bajo la línea de pobreza, el reto es suministrar viviendas económicas y bien construidas para los más pobres.

Aproximadamente el 12.5% de la población vive todavía en zarzos y chozas con muy pocos o ningún servicio.

La contribución empresarial

Holcim es uno de los mayores proveedores de cemento, agregados y servicios relacionados con la construcción. Como empresa líder en el suministro de cemento al mercado de Sri Lanka, Holcim Lanka está enfocándose en las necesidades de vivienda de los más pobres del país. En el año 2005 lanzó la iniciativa “casa de por vida” en asocio con un proveedor de microfinanzas, Ceylinco Grameen. Por medio de este proyecto, los microempresarios locales pueden tomar un préstamo para comprar una casa, esta casa construida por el cliente, ha sido especialmente diseñada como casa-tienda, dando a cada familia la expectativa de establecer un pequeño negocio.

Holcim Lanka suministra los fondos iniciales y la asistencia técnica para la “casa de por vida”, Ceylinco Grameen administra los préstamos y mantiene una relación cercana con los clientes.

La innovación

Este proyecto innovador combina los microcréditos con el concepto de vivienda de bajo costo de Holcim. Los préstamos se lleva a cabo de acuerdo con el modelo del Grameen Bank (de Bangladesh), con algunas adaptaciones locales.

En Sri Lanka, aproximadamente el 90% de quienes toman préstamos con Ceylinco Grameen son mujeres microempresarias. Los que califican

Impacto en los ODM

-  Meta 1 • Ingresos • indirecto
-  Meta 3 • Educación • directo
-  Meta 4 • Equidad de género • directo
-  Meta 11 • Vivienda y sanidad • directo
-  Meta 16 • Empleo para jóvenes • indirecto
-  Meta 18 • Transferencia tecnológica • directo

para el préstamo al 10% anual de la iniciativa “casa de por vida” son clientes del banco que han probado ser sujetos de crédito y han establecido una relación estrecha con el banco.

Ceylinco Grameen da un apoyo muy fuerte para estos negocios nacientes, las microempresarias aprenden contabilidad y otras técnicas administrativas, y reciben asistencia directa en mercadeo y distribución. Si los clientes se demoran más de dos semanas en realizar sus pagos, se les hace una visita domiciliaria de seguimiento para ayudarlos a solucionar sus problemas.

A finales de 2004, Holcim Lanka estableció un fondo rotativo de 50,000 dólares que se repone con los pagos de los préstamos y los intereses. Inicialmente se hizo la inversión en un fondo semilla en el modelo de préstamo para vivienda de Grameen y una suma adicional financió el desarrollo del modelo de la casa-tienda y la construcción de las diez primeras casas, las cuales ya se encuentran habitadas. Para fortalecer los recursos en la comunidad local, las primeras casas se construyeron en Palavi Puttalam, una región rural en el interior del país, al noreste de Colombo, en cercanías de la planta de Holcim. Se construyeron cinco casas más, en una zona rural del interior, al sur de la capital, mejorando un barrio muy pobre con viviendas decentes.

Los beneficios

Anteriormente, estas familias vivían en chozas desvencijadas, donde no era posible instalar un negocio. Actualmente la mayor parte de las familias poseen un terreno, ya sea por escrituras oficiales o por derechos adquiridos por ocupación del terreno.

Las nuevas casas son modernas y bien construidas y albergan familias de cuatro o cinco



personas en promedio, todas tienen instalaciones sanitarias modernas y cuentan con servicios de agua y electricidad. En estas casas las familias pueden desarrollar sus actividades, tales como costura, o reparaciones mecánicas en el piso bajo y viven en el piso superior. Como consecuencia las familias han aumentado sus niveles de ingresos y han mejorado su calidad de vida.

El esquema de “casa de por vida” también ha mejorado el estatus de las mujeres en la comunidad local, ya que el 90% de los microempresarios de Ceylenco Grameen son mujeres.

Holcim está colaborando con la National Building Research Organization con el fin de asegurar que las casas-tienda sean de la mejor calidad y sean la solución mas costo-efectiva. El cemento para construir las casas es fabricado localmente por Holcim y otros materiales como techos, baldosas, ladrillos y acero, son de fuentes locales, dando así nuevas oportunidades a los productores y distribuidores.

Por medio de este proyecto, Holcim busca ampliar su portafolio de soluciones de vivienda, fortalecer su reputación como una compañía socialmente responsable y apoyar nuevas oportunidades de negocios con las comunidades de bajos ingresos.

Obstáculos

Hasta ahora, el componente de autoconstrucción previsto ha sido mucho menor

de lo esperado. Holcim Lanka está considerando formar trabajadores locales en las labores de autoconstrucción supervisada con el fin de mantener bajos los costos de construcción o impulsarlos a trabajar con albañiles locales que ya se hayan beneficiado del curso de formación de Holcim.

Adicionalmente, el modelo de casa utilizado puede que no sea fácil de trasladar a los barrios pobres urbanos, ya que habría que adaptarlo a terrenos específicos y esto puede aumentar significativamente los costos. Para Holcim Lanka lograr que estas casas estén al alcance de las familias de bajos ingresos sigue siendo fundamental.

El camino a seguir

El proyecto “casa de por vida”, de Holcim Lanka, está diseñado para crecer diez veces más el año siguiente. Para ello Holcim Lanka ha decidido recientemente aumentar el fondo rotativo en 30,000 dólares más.

Los principales retos de este proyecto son: lograr el crecimiento y asegurar la sostenibilidad. Por ello, una vez que los resultados del programa piloto hayan sido evaluados, Holcim espera asociarse con proveedores de capital a largo plazo (como agencias de ayuda internacional) para facilitar el crecimiento.

La alianza también está considerando ampliar su alcance dividiendo el fondo en dos: préstamos para construcción y préstamos para mejoramiento de las viviendas.

Grupo Nueva

Impulsando la competitividad de las granjas locales • Guatemala

El reto

La agricultura es la principal fuente de ingresos para el 87 % de la población rural de Guatemala, pero solo el 3% de los campesinos reciben asistencia técnica que les permite mejorar la productividad y elevar su estándar de vida.

La contribución empresarial

El Grupo Nueva trabaja en el área de productos forestales sostenibles, sistemas para el manejo del agua y materiales ligeros para la construcción. Amanco una subsidiaria del Grupo Nueva, se especializa en sistemas para el manejo del agua. En el año 2004 en su búsqueda de formas innovadoras para hacer que sus productos fueran accesibles a las comunidades agrarias de bajos ingresos, decidió suministrar sistemas de riego por goteo y letrinas para los cultivadores locales, Los sistemas de irrigación ayudan a los campesinos a reducir los costos y a asegurar la disponibilidad de agua todo el año. Amanco espera lograr ventas de estos sistemas por un valor 5 millones de dólares, con un cubrimiento de 2,500 proyectos en un período de tres a cinco años.

Basada en este sistema de riego, la empresa ha establecido un proyecto integral para uso sostenible de agua, ayudando a mejorar los modos de vida de los campesinos y ayudando a diversificar las cosechas hacia una producción orientada a la exportación.

La innovación

Amanco creó un sistema específico para las necesidades de los campesinos pobres, el modelo de irrigación “4X4 todo terreno: 4 estaciones, 4 cosechas por año”. También diseñó un proceso nuevo para llevar el producto a un mercado nuevo. Debido a que al comienzo,

Impacto en los ODM

-  Meta 1 • Ingresos • directo
-  Meta 2 • Hambre • directo
-  Meta 3 • Educación • indirecto
-  Meta 5 • Mortalidad infantil • indirecto
-  Meta 6 • Salud materna • indirecto

los clientes potenciales de Amanco tienen pocos recursos disponibles y unos ingresos inestables, encontrar mecanismos innovadores para ayudarlos a financiar la pequeña inversión requerida para comprar bombas de agua es fundamental.

Trabajar con los socios adecuados es la clave, para que los campesinos encuentren los compradores de sus incrementos de producción y asegurar así el éxito del proyecto. El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA) de Guatemala accedió a ayudar a financiar la instalación de los sistemas de riego y a suministrar asistencia técnica y formación. Dos ONGs locales, Opción y Aj Ticonel, están trabajando directamente con los campesinos y desarrollando mercados en el exterior para las nuevas cosechas que ahora se están cultivando. De este modo dan apoyo a los campesinos locales a medida que se trasladan de cultivos de subsistencia, como el maíz, hacia productos de exportación como la habichuela.

Los beneficios

El sistema de Amanco mejora el uso del agua, logrando un ahorro hasta del 50% en la irrigación. La calidad del suelo también se beneficia la calidad del suelo, debido a que esta técnica de riego ayuda a prevenir la erosión. Los campesinos han logrado un incremento del 22% en la producción, junto con una mejora muy importante en la calidad de la productos. Adicional a esto, los campesinos recibieron un certificado internacional de cultivos ambiental y socialmente responsables. Los campesinos han logrado un ahorro del 33% en mano de obra y ha mejorado significativamente su estándar de vida, ya que casi duplicaron sus ingresos y reciben aproximadamente \$1,950 dólares al año. Esto está permitiendo que los campesinos

se incorporen a la economía formal y puedan pagar el estudio de sus hijos.

Las nuevas tecnologías y la asistencia técnica fomentan la competitividad rural, mejoran la calidad de los productos, estabilizan los despachos y ayudan a asegurar contratos a largo plazo con los compradores internacionales en los Estados Unidos y Europa.

Obstáculos

En todo el grupo, la compañía está extendiendo sus lazos de negocios con los campesinos de bajos ingresos. Sin embargo estos campesinos no se encuentran en capacidad de obtener créditos para la compra de las bombas de agua por los medios tradicionales, y los préstamos que obtienen a veces llegan a tener tasas de interés superiores al 30%. Amanco está buscando combatir esta dificultad por medio de créditos con tasas muy inferiores, para que más campesinos se unan a la iniciativa.

La falta de infraestructura es común en las provincias menos desarrolladas de Guatemala, donde se localiza la mayor parte de la producción agrícola del país. Los gobiernos locales están emprendiendo diversas iniciativas de desarrollo, sin embargo requieren urgentemente de fondos adicionales, para desarrollar proyectos sobre temas de importancia social como mejoras en el riego y en las fuentes de agua potable.

El camino a seguir

En la segunda fase del proyecto, que ya se avecina, Amanco trabajará con instituciones financieras como el Banco Interamericano de Desarrollo para proveer soluciones financieras, ya que el acceso a una financiación económica sigue siendo un tema muy importante para los campesinos. Estas alianzas extenderán significativamente el alcance del proyecto atrayendo cada vez más campesinos.

Adicionalmente, esta asociación estratégica se extenderá muy pronto para incorporar empresas, ONGs y otros. Se espera que una vez la fase dos



se encuentre en funcionamiento, se unirán formalmente a la iniciativa: la Asociación de Exportadores de Productos No Tradicionales de Guatemala, empresas comerciales, exportadores de vegetales, empresas de semillas y fertilizantes, y diversos institutos de investigación y universidades.

Después del despegue de la fase dos, Amanco establecerá proyectos similares en otros países centroamericanos en donde se encuentra operando.

EDF

Suministrando electricidad solar a la población del campo • Marruecos

El reto

Más de 1600 millones de personas en el mundo no tienen acceso a la electricidad. En las regiones más remotas, el costo de conexión de los usuarios a la red es prohibitivo. Aproximadamente el 44% de los 30 millones de personas que conforman la población marroquí viven en áreas rurales remotas.

La contribución empresarial

Temasol (Total EDF Maroc Solaire), una empresa conjunta entre EDF, Tenesol y Total, se especializa en la electrificación solar. Este novedoso proyecto en Marruecos, suministrará electricidad solar a más de 58,500 viviendas rurales localizadas en 24 provincias. En la primera fase (2002 - 2005), Temasol proveerá electricidad solar a 16,000 usuarios en cuatro provincias. En el año 2005, la compañía comenzó la segunda fase, la instalación de electricidad solar para 37,000 familias en 20 regiones del país, y se tiene planeada otra etapa para dar servicio a 5,500 viviendas adicionales.

Durante este proyecto, en cada casa se instala un sistema solar que consta de: un panel solar, una batería y un control. El panel solar convierte los rayos del Sol en electricidad, la cual se acumula en la batería y se encuentra disponible día y noche para el uso de electrodomésticos, hasta cuatro lámparas y una toma para televisión o un radio o un cargador para teléfono celular. El control electrónico regula que la batería acumule energía suficiente para cinco días, permitiendo que los equipos se puedan utilizar todo el año, incluso con mal tiempo.

La innovación

El costo del equipo se cubre parcialmente con una subvención, para asegurar que sea accesible. Aproximadamente el 66% del proyecto es financiado directamente a través la Oficina

Impacto en los ODM

-  Meta 3 • Educación • indirecto
-  Meta 4 • Equidad de género • indirecto
-  Meta 9 • Sostenibilidad ambiental • directo
-  Meta 10 • Agua potable • directo
-  Meta 16 • Empleo para jóvenes • directo
-  Meta 18 • Transferencia tecnológica • indirecto

Nacional de Electricidad de Marruecos (ONE), con apoyo de agencias de ayuda bilaterales (German Bank KfW, French development agency AFD y el Fonds Français pour l'Environnement Mondial). Temasol contribuye con el 24% de los costos y el usuario paga el 10% restante, para una inversión total de \$35.5 millones de dólares.

Por medio del subsidio de la inversión inicial de capital, este paquete financiero le permite al consorcio superar los altos costos de instalación y mantenimiento de los sistemas solares. Adicionalmente, los consumidores marroquíes que se encuentran conectados a la red, pagan un impuesto del 2% sobre su cuenta mensual, para ayudar a que las regiones remotas tengan acceso a la electricidad solar. Este es uno de los pocos proyectos solares del mundo basado en un modelo sostenible y en crecimiento.

Este programa innovador no solamente suministra equipo solar, sino que también asegura un servicio local sostenible. Los costos de mantenimiento (Temasol asume los costos de mantenimiento de los paneles solares por diez años después de la compra) se encuentran incluidos dentro del valor de la conexión. Esto es especialmente importante ya que los programas tradicionales de ayuda muchas veces fallan en incorporar el mantenimiento después de la instalación.

Temasol busca fortalecer el contacto con los clientes actuales y con los potenciales, manteniendo su presencia de ventas en los "souks" (mercados locales). En ellos los clientes pueden pagar sus facturas mensuales o reportar cualquier problema de mantenimiento. Desde el año 2004, Temasol ha ofrecido a los hogares la opción de un refrigerador algo más costoso, pero la demanda se mantiene baja.



La energía solar es una fuente de energía limpia y sostenible. Anteriormente para iluminar se utilizaban velas o lámparas de parafina, los televisores se hacían funcionar con generadores pequeños que consumían petróleo o con cables conectados a la batería de un camión.

Los beneficios

Una vez que se complete el programa, unas 58,000 viviendas tendrán acceso a la electricidad, lo cual influirá en las vidas de 370,000 personas.

Llevar electricidad a las poblaciones rurales mejora las condiciones locales de vida. Cuando se dispone de iluminación nocturna la seguridad se mejora y los más jóvenes pueden hacer sus tareas en las tardes. También le permite a los integrantes de la familia el uso de un teléfono celular para mantenerse en contacto con sus parientes o administrar un pequeño negocio. Adicionalmente, la mejora en las condiciones de vida permite que los campesinos locales y quienes crían animales, permanezcan en sus tierras en lugar de trasladarse a las pequeñas poblaciones que se encuentran conectadas a la red eléctrica.

Actualmente el proyecto cuenta con 83 empleados directos y 31 subcontratistas. Los negocios crean trabajos en áreas rurales donde el desempleo es alto. Temasol también invierte intensivamente en el desarrollo de los empleados. Todos los trabajadores de la empresa reciben formación de alto nivel al interior de la empresa en temas técnicos, control de calidad y relaciones con los clientes.

Obstáculos

Como en cualquier empresa de tamaño mediano, el flujo de caja de Temasol es crítico para que sus operaciones funcionen sin problemas, y ha sido un reto lograr los pagos regulares y oportunos de los subsidios externos por parte de los asociados financieros.

El camino a seguir

Actualmente, diez millones de marroquíes no tienen acceso a la electricidad y el gobierno desea que la totalidad de la población tenga electricidad para el año 2007. Una proporción significativa de esta electricidad será suministrada utilizando energía solar.

En el año 2004, Temasol comenzó a explorar el potencial de las bombas de agua accionadas por energía solar, con el fin de ampliar el acceso al agua. La viabilidad y las opciones de financiación se han estado discutiendo con la ONEP (Office National de l'Eau Potable) y con AFD/FFEM. El proyecto piloto comenzará en el año 2005 con la instalación de 15 bombas de agua que darán satisfacción a las necesidades de 5,800 personas.

Philips

Llevando servicios de salud a las comunidades rurales • India

El reto

Expandir y mejorar los servicios de salud a personas de bajos ingresos en áreas rurales.

La contribución empresarial

Philips es una de las mayores compañías de electrónica del mundo que se enfoca en el cuidado de la salud, estilos de vida y tecnología. En julio de 2005 Philips India lanzó la iniciativa DISHA (Distance Healthcare Advancement Project), una alianza para mejorar el acceso a los servicios básicos de salud, para las comunidades de bajos ingresos, por medio de soluciones económicas y sostenibles. Este proyecto se dirige a las necesidades de salud de muchos habitantes rurales, utilizando una clínica móvil especializada, la cual ofrece servicios de diagnóstico a bajo costo. Es una solución hecha a la medida, que se enfoca en “madre e hijo” y trauma.

Con este proyecto se espera suministrar diagnósticos de alta calidad a bajo costo, al segmento de la población que actualmente no cuenta con este servicio, aproximadamente unos 275 millones de personas, que se mantienen con ingresos entre \$1,000 y \$2,000 dólares al año. En el año 2004 una encuesta realizada en 60 poblaciones de la India, mostró que los más pobres gastaban una proporción de sus ingresos más alta que los ricos en el cuidado de la salud. En parte, debido a préstamos tomados con unas tasas de interés muy altas, más del 100% anual, en parte a las pérdidas de ingresos por enfermedad, a los viajes largos y a las noches fuera de casa, de las familias buscando atención.

La innovación

DISHA, la nueva clínica móvil recientemente lanzada, es una camioneta equipada con aparatos para diagnósticos y medicinas. Philips

Impacto en los ODM

-  Meta 5 • Mortalidad infantil • directo
-  Meta 6 • Salud materna • directo
-  Meta 7 • SIDA • indirecto
-  Meta 8 • Malaria / enfermedades graves • indirecto
-  Meta 17 • Medicinas esenciales • directo

Medical Systems suministra el equipo médico especializado —la camioneta adaptada (equipada con rayos X, ultrasonido y equipos de electrocardiografía ECG); los asociados suministran el personal y otras tecnologías esenciales, los Hospitales Apollo suministran un médico, una médica, y dos paramédicos. Las imágenes diagnósticas se transfieren a un hospital cercano por vía satelital, por cuenta del Gobierno de la India. Una ONG local, Development of Humane Action (DHAN), evalúa las necesidades relacionadas con la salud y estima la demanda local de servicios especializados. Esta ONG ha trabajado muy cercanamente con los grupos locales de auto ayuda de las mujeres, para incrementar la toma de conciencia y la confianza en esta nueva iniciativa.

La consulta médica en el lugar es gratuita, los usuarios solamente pagan elementos como gasa y ungüentos, medicinas y servicios especializados de diagnóstico. El servicio recorre los caminos 260 días al año y el proyecto piloto espera llegar a 13,000 personas al año, a un costo estimado promedio de \$1.80 dólares por usuario.

Los beneficios

Incluyen entre otros un mayor acceso a un cuidado de la salud especializado, diagnósticos más rápidos y más confiables, y una medicina preventiva y completa. Las familias de menores ingresos ahorran dinero gracias al suministro local y a la reducción en el tiempo de transporte. Las instalaciones de diagnóstico se encuentran a una distancia que es posible recorrer caminando, en lugar de encontrarse a una distancia de 45 km. Como resultado, muchos afirman que los costos de obtener atención especializada se han reducido a la mitad.

Existe una demanda gigantesca por estos servicios que se encuentra represada, ya que los pobladores posponen la búsqueda de atención hasta que es absolutamente necesaria. Para enfrentar esta situación el grupo de investigación de una ONG, se encuentra visitando las poblaciones para evaluar cuáles son las más necesitadas. Los sábados el equipo de DISHA participa en grupos de investigación de la salud liderados por ONGs asociadas, así se refuerza la promoción de la salud.



Adicionalmente, las mujeres de la localidad, han tenido tradicionalmente una pobre atención de salud, ya que se prefiere atender al miembro de la familia que gana el sustento diario. DISHA ayuda a combatir esta inequidad por medio del servicio a bajo costo. Por otra parte, los especialistas de los hospitales ahora pueden utilizar más eficientemente su tiempo y la carga sobre los centros rurales de salud se ha disminuido.

El equipamiento para la camioneta de DISHA ha sido diseñado de acuerdo con los criterios internacionales de eco-diseño de Philips que considera áreas ambientales de importancia como: peso, sustancias peligrosas, consumo de energía, reciclaje y disposición, empaques y durabilidad.

Obstáculos

La asociación estrecha con los gobiernos locales es esencial para el éxito de los proyectos. La mayor dificultad encontrada por Philips ha sido conseguir las autorizaciones de las entidades reguladoras locales para administrar medicamentos en una clínica móvil.

También ha sido problemático el registro de los vehículos ya que no se contaba con precedentes para una camioneta teleclínica móvil, por que no era un vehículo de pasajeros ni de transporte de mercancías, por lo cual se tardaron seis semanas en lograr la aprobación. Las autorizaciones de las entidades gubernamentales para las pruebas y diagnósticos prenatales y el control de radiación también se demoraron

La pobre infraestructura local (caminos en mal estado, generación de electricidad poco confiable) fueron factores importantes que se tuvieron en cuenta para el diseño de la camioneta. Adicionalmente, como más del 40% de la población objetivo local es analfabeta, la concientización se realiza por medio de canales de comunicación ajustados al medio, como pinturas en las paredes y obras teatrales, los cuales son administrados por la ONG asociada DHAN.

El camino a seguir

Recientemente se lanzó un programa piloto en el distrito de Theni, localizado en el estado de Tamil Nadhu. El objetivo es realizar 500 diagnósticos con sus transferencias de imágenes, para ensayar el concepto y verificar la viabilidad; una vez se hayan integrado las mejoras sugeridas por el programa piloto, el proyecto se ampliará en la localidad y se extenderá a otros distritos. En el año 2006 se lanzarán seis proyectos piloto adicionales en el sur de la India, aunque aun no se ha decidido en que distritos se hará.

Adicionalmente, Philips se encuentra trabajando para suministrar una camioneta más pequeña, (sin el voluminoso equipo de rayos X), la cual proveerá, en tamaño reducido, soluciones de bajo costo para poblaciones muy pequeñas e inaccesibles. Cubrirá un área más amplia por día y llamará a un equipo separado de rayos X en caso de que se necesite, de forma que sea más efectiva la prestación del servicio.

Vodafone

Suministrando soluciones bancarias móviles • Kenia y Tanzania

El reto

Las microfinanzas son una herramienta fundamental en la lucha contra la pobreza. Sin embargo solamente una pequeña fracción, de los que podrían beneficiarse a nivel mundial de los créditos a pequeña escala, pueden acceder a ellos. El reto es ampliar el alcance de las microfinanzas para liberar el poder del empresariado en las naciones en desarrollo.

La contribución empresarial

Las microfinanzas proveen pequeños créditos y servicios financieros básicos a personas, pequeños empresarios y comunidades locales, que no tienen acceso al capital ni a servicios bancarios. Las microfinanzas son un modelo altamente exitoso para el desarrollo financiero, con tasas de repago del 97%, asegurando la sostenibilidad.

Sin embargo los altos costos de transacción cuando se opera en localidades remotas, las dificultades logísticas para que los usuarios realicen regularmente sus pagos y los riesgos de seguridad relacionados con la administración de dinero en efectivo, ponen freno al crecimiento de las micro finanzas. La nueva tecnología móvil puede ayudar a superar estas limitaciones haciendo que las transacciones financieras sean más rápidas, económicas y seguras.

Vodafone es la compañía más grande del mundo de telecomunicaciones móviles, tiene presencia significativa en 28 países y tiene participación en las redes de comunicaciones de 8 países adicionales alrededor del mundo. En diciembre de 2003 Vodafone y sus empresas asociadas en Kenia (Safaricom) y Tanzania (Vodacom) fue premiada por el Department for International Development del Reino Unido por

Impacto en los ODM

-  Meta 1 • Ingresos • directo
-  Meta 18 • Transferencia tecnológica • directo

ayudar a extender las microfinanzas en el este de África. Este proyecto utilizará las redes celulares existentes y la creciente penetración de los teléfonos móviles para suministrar servicios financieros a las comunidades que actualmente no tienen acceso.

La innovación

En Kenia, el consumo de teléfonos móviles es fuerte y mientras que el cubrimiento de las líneas fijas es limitado, cuentan con una red eficiente de telefonía celular. Vodafone y Safaricom han hecho alianza con el Commercial Bank of Africa y una empresa de microfinanzas, Faulu, para desarrollar una plataforma de micropagos “M-Pesa” (‘pesa’ en Swahili significa dinero).

Esta nueva plataforma permite a los usuarios de teléfonos móviles utilizarlos como una cuenta de banco y como tarjeta débito. De la misma manera en que se compra tiempo prepagado, un usuario de las microfinanzas puede utilizar la amplia red de distribución de tiempo al aire y otros minoristas (como estaciones de gasolina y tiendas locales), para realizar pagos o efectuar retiros de su cuenta M-Pesa. Estos agentes de M-Pesa funcionan como cajeros en las tiendas locales, y reciben una pequeña comisión sobre todos los depósitos y retiros de las cuentas M-Pesa.

El sistema también permite a los usuarios el pago de bienes y servicios de las tiendas participantes sin necesidad de efectivo.

Los beneficios

La plataforma es muy sencilla de utilizar. La tecnología mejora la eficiencia del suministro de los servicios de microfinanzas, beneficiando al usuario y al proveedor de microfinanzas. Por medio de la tecnología móvil, se puede trasladar

dinero hacia y desde la cuenta del usuario en unos pocos segundos utilizando SMS. Esto permite a las instituciones de microfinanzas seguirle la pista a las transacciones y conocer el estado de las cuentas en cualquier momento, en comparación con la demora de hasta una semana que se tiene en este momento.

Los usuarios ya no necesitan trasladarse hasta la oficina más cercana del banco, —los depósitos y retiros pequeños se pueden realizar en las tiendas locales autorizadas como agentes de M-Pesa—. Ahora los pagos se pueden transferir directamente a los comerciantes afiliados al sistema sin que nadie tenga que trasladar dinero en efectivo. Adicionalmente, se pueden realizar transferencias de fondos a otras personas (ej. miembros de familia). Esto permite a los microempresarios y clientes usuales trasladar dinero sin llevarlo físicamente, a veces a grandes distancias, una sería preocupación de seguridad para muchas personas de África Oriental.

Para facilitar la aceptación del sistema entre los clientes objetivo, el menú telefónico se presenta en inglés y en la lengua oficial local, el Swahili. Las sesiones de formación práctica han resultado ser esenciales para crear confianza en esta nueva tecnología. Funcionarios locales de microfinanzas se encuentran disponibles para explicar cómo funciona el sistema y se puede obtener ayuda telefónica del grupo de atención al cliente de M-Pesa.

Obstáculos

M-Pesa ha sido diseñado para ofrecer la mejor solución posible a una región con una infraestructura muy pobre. Esto ha sido posible por la estructura tan desarrollada de celulares en Kenia y el consumo acelerado de teléfonos móviles en la región.

La plataforma de pagos de microbanco no tendrá éxito sin socios fuertes y es crítica una red de teléfonos móviles confiable y con gran cubrimiento. También es esencial un grupo de proveedores de microfinanzas, innovadores y



deseosos de acoger nuevas tecnologías y un banco local eficiente.

Además podrían estar interesadas en estos productos otras organizaciones locales de ahorro y crédito.

Actualmente en Kenia, las microfinanzas no se encuentran reguladas, pero debido a que en otras partes del mundo están comenzando a reglamentarlas, Vodafone y sus asociados están buscando involucrarse con las entidades reguladores para contribuir, desde el comienzo, a la elaboración de un marco regulatorio.

El camino a seguir

En Kenia ya se está desarrollando el primer programa piloto, el cual conectará 1,000 usuarios en los siguientes tres meses. Luego la plataforma se refinará y al final del año se llevará a Tanzania y a otros mercados donde Vodafone o sus empresas asociadas tienen presencia.



El espíritu empresarial abunda en los países en desarrollo. Una gran empresa que traiga inversiones nuevas a un país en desarrollo puede afianzar sus actividades creando nuevos lazos con cadenas de proveedores locales. Adicionalmente, al establecer una nueva base de producción crea empleos.

Fortaleciendo la competencia y la competitividad

Algunos sostienen que lejos de fortalecer la economía de los países en desarrollo, las grandes corporaciones perjudican la base industrial existente, ponen en riesgo los empleos locales con las importaciones y la mayor eficiencia en la productividad. Los críticos también argumentan que se requiere la protección de las industrias domésticas nacientes, para que puedan soportar la competencia de las compañías multinacionales con grandes recursos.

Sin embargo la evidencia sugiere que esta estrategia es equivocada, y falla en la consecución del fortalecimiento de la base industrial y en impulsar el crecimiento económico. Las grandes empresas multinacionales ciertamente son un reto para las empresas locales, dentro de cierto contexto, sin embargo este reto es un catalizador positivo que trabaja en beneficio de la economía local y de los consumidores en todo el espectro socio-económico. La protección de industrias locales ineficientes bloquea recursos en actividades improductivas y de bajo retorno. La introducción de la competencia mueve estos recursos a usos más productivos.

Las empresas domésticas afianzadas en un mercado sin competencia, no satisfacen las necesidades de sus clientes locales. En muchas economías nacientes que se encuentran protegidas, el productor local tiene un monopolio que fomenta la ineficiencia, estimula el uso de tecnologías dañinas para el medio ambiente y se producen bienes de baja calidad. Esta situación no beneficia a ningún consumidor y menos a los pobres.

Independientemente de los aranceles, los productores locales ineficientes se encuentran generalmente por fuera de los mercados internacionales, debido a la baja calidad de la producción y a la poca confiabilidad de los despachos, sus fallas paralizan la creación de una base de exportaciones diversificada y floreciente, la cual es fundamental para el desarrollo

En contraste, atraer inversión extranjera proporciona ventajas comparativas a una nación en desarrollo, por el uso de tecnologías más avanzadas, más eficientes y más favorables para el medio ambiente, y por el suministro de una amplia gama de productos y servicios. Los sectores sin ventajas comparativas, en un mercado incipiente ven reducida su participación y serán reemplazados por productos más económicos y por otros sectores más competitivos de la economía.

Las grandes empresas estimulan la difusión rápida y la adopción de estándares técnicos internacionales reconocidos, en producción y seguridad industrial. Unilever, por ejemplo, adoptó los estándares ISO 90001 de calidad y aseguramiento de producto, ISO 14001 de medio ambiente y OHSAS 18001 de salud ocupacional y seguridad industrial. Las auditorías internas de Unilever aseguran que los estándares son utilizados en todas sus plantas alrededor del mundo. Las empresas afiliadas al WBCSD también elevan los estándares en lo referente a derechos humanos, diversidad, formación y desarrollo, preparando los administradores talentosos de la localidad y desarrollando los líderes de negocios del futuro.

Invirtiendo en el desarrollo de la cadena de proveedores

Los lazos fuertes entre las grandes empresas, las PYMES, las comunidades locales y los microempresarios, son críticos para el éxito de un desarrollo guiado por las empresas. El trabajo con las PYMES puede ayudar a una gran empresa a tener éxito en un mercado nuevo ya que las PYMES aportan un conocimiento invaluable de las condiciones locales, contactos y entienden el mercado.

El mayor reto es desarrollar las habilidades y capacidades que se requieren para que las pequeñas empresas sean socios de negocios confiables, y cumplan los estándares exigidos en las políticas de proveedores de las empresas globales. En lugar de proteger grandes empresas domésticas ineficientes, los gobiernos y sus asociados deberían desarrollar un sector competitivo conformado por PYMES.

Los ejemplos aquí resaltados, muestran como las grandes empresas pueden apalancar su pericia y su experiencia, ayudando a desarrollar la capacidad de las empresas locales, grandes y pequeñas. Esta capacidad se requiere para participar y ser exitosos tanto en los mercados locales como en los internacionales.



Negocios para el desarrollo – Comprando de los más necesitados

SC Johnson • Mejorando el modo de vida de los cultivadores de piretro • *Kenia*
Río Tinto • Apoyando la autoestima de las comunidades locales • *Sudáfrica*
Unilever • Aumentando los negocios de las mujeres de las áreas rurales • *India*
BP • Desarrollando los proveedores locales • *Azerbaiyán*
Eskom • Empoderando a los empresarios locales • *Sudáfrica*
Rabobank • Promoviendo las cooperativas agrarias • *Indonesia*
ConocoPhillips • Desarrollando las habilidades de las mujeres empresarias • *Venezuela*

SC Johnson

Mejorando el modo de vida de los cultivadores de piretro • Kenia

El reto

Ayudar a los cultivadores de piretro en Kenia a diversificar su base de ingresos y salir de la pobreza. Mejorar el suministro de este cultivo de alto margen impulsando la productividad y haciendo más eficiente la cadena de proveedores.

La contribución empresarial

Kenia actualmente cultiva el 60% de la producción mundial de piretro (una clase de crisantemo). Para más de 200,000 campesinos de bajos ingresos que sostienen a sus familias — casi un millón de personas— el piretro es la entrada a la economía monetizada.

El principal uso del piretro es como ingrediente activo en los insecticidas domésticos. El fabricante estadounidense de productos de consumo, SC Johnson, prefiere utilizar piretrinas naturales y biodegradables en vez de las sintéticas, para la fabricación de su insecticida doméstico RAID®. Sin embargo, SC Johnson debe asegurarse de tener un suministro confiable de este recurso. Para lograrlo, SC Johnson trabaja en alianza para mejorar la productividad de los campesinos al hacer más eficiente su cadena de proveedores.

La innovación

SC Johnson ha establecido una alianza con una ONG internacional, KickStart (antes ApproTEC) y con el Pyrethrum Board de Kenia (PBK), una agencia paraestatal que controla el negocio del piretro en toda la nación. Esta alianza busca estabilizar el suministro de piretro y crear modos de vida más sostenibles para los campesinos.

El riego es la base de la productividad agrícola de Kenia. KickStart vende bombas manuales de

Impacto en los ODM

-  Meta 1 • Ingreso • directo
-  Meta 3 • Educación • indirecto
-  Meta 8 • Malaria / enfermedades graves • indirecto

bajo costo para riego, a los campesinos de dos distritos en los que se encuentran localizados alrededor de 54,400 hogares que cultivan piretro. La bomba Super MoneyMaker se vende al por menor en \$90 dólares y la MoneyMaker Plus por \$50 dólares. KickStart ha encontrado que los campesinos generalmente recuperan el costo en un período de tres a seis meses. SC Johnson suministra apoyo técnico en mercadeo y financiamiento a KickStart, quienes crean conciencia en los clientes por medio de demostraciones de producto, campañas con afiches y concursos locales.

Los beneficios

La alianza logró vender más de 500 bombas en el primer año. Los asociados harán el seguimiento al volumen y calidad de la producción de piretro a través del tiempo, también planean visitar regularmente algunos campesinos, para medir el impacto positivo en su modo de vida, del uso de las bombas y del incremento en la producción de piretro.

KickStart ha encontrado que el uso de estas bombas para ayudar a comenzar pequeños negocios en las granjas, hace que el ingreso neto promedio aumente de menos de \$120 dólares al año a aproximadamente \$1,200 dólares a año, llevando a las familias del nivel de subsistencia al nivel de ingresos medios. Estos mayores ingresos permiten que los campesinos puedan enviar sus hijos al colegio, construyan nuevas casas y paguen servicios de salud.

Un beneficio inicial de este proyecto es que los campesinos han comenzado a diversificar sus fuentes de ingresos con cosechas de nuevos productos como tomates, coles, espinacas, zanahorias y repollos. KickStart ha encontrado que los campesinos que usan estas bombas,



incluyendo los cultivadores de piretro, han establecido 36,000 negocios agrícolas nuevos, que generan más de \$37 millones de dólares al año en utilidades y salarios. Esto es equivalente al 0.5% del PIB de Kenia.

Por otra parte KickStart estima que en contraste con la ayuda tradicional, se crearían casi \$20 dólares por cada dólar invertido. Las familias que usan las bombas de agua han comenzado a ver mejoras tangibles en su seguridad financiera, salud y nutrición.

Obstáculos

Kenia se encuentra estancada por el progreso tan lento de las reformas económicas. Un análisis independiente de la cadena de valor del piretro, llegó a la conclusión de que este proyecto con asociados enfrenta obstáculos significativos por causa de la corrupción que se presenta en los bajos niveles, la tramitología y la falta de transparencia y buena gobernabilidad.

Como paraestatal que es, el PBK requiere aprobación del Ministerio de Agricultura, con el fin de buscar crédito para financiar un inventario de seguridad que le daría una estabilidad muy necesaria, al suministro. La aprobación rápida es un prerrequisito, sin embargo la burocracia que se mueve lentamente hace pensar que esto no se va a lograr.

La larga y compleja cadena de proveedores es inherentemente ineficiente, y se genera una gran diferencia entre el precio de venta internacional

del piretro y el precio pagado a quienes lo cultivan. Durante los últimos años el PBK ha quedado debiendo dinero a los campesinos por sus cosechas, debido a restricciones en su flujo de caja. Como resultado los campesinos están vendiendo sus cosechas a un intermediario que paga a tiempo, pero a veces con una reducción significativa en el precio.

El camino a seguir

KickStart estima que la demanda global por las bombas de agua podría alcanzar los 35 millones de unidades. Las bombas suministradas a Kenia para este proyecto apenas comienzan a rasguñar la superficie de las soluciones efectivas y de bajo costo para el riego.

Aunque durante el primer año se logró la venta de 500 bombas, los campesinos de Kenia necesitan urgentemente acceso a la financiación, por ello la alianza está buscando soluciones de microfinanzas para ayudar a los cultivadores a comprar las bombas.

El riego sigue siendo una dificultad, el acceso al agua es limitado y se está trabajando en el desarrollo de una bomba para pozos profundos. Hay una gran necesidad de más educación, ya que solo el 12% de los campesinos tiene experiencia previa con el riego, por ello la alianza está estudiando formas de suministrarla. Si este proyecto es exitoso existe la posibilidad de extenderlo a otros distritos donde se cultive el piretro.

Río Tinto

Apoyando la autoestima de las comunidades locales • *Sudáfrica*

El reto

Mitigar el impacto de las operaciones de minería, maximizar las oportunidades que proporciona la presencia de la empresa y asegurar un legado positivo después del cierre de la mina en el año 2024.

La contribución empresarial

La compañía Palabora Mining Company, propiedad de Río Tinto es una mina de extracción de cobre y fundición integradas, considerada una de las más grandes del mundo. Un objetivo fundamental de su estrategia de desarrollo sostenible, es dejar a las comunidades locales un legado social positivo cuando cesen las operaciones mineras.

La compañía cuenta con la Fundación Palabora, la cual trabaja en asocio con las comunidades localizadas en un radio de 50 Km alrededor de la mina, sus actividades buscan promover las PYMES y mejorar la capacidad de las microempresas, proporcionando oportunidades a los negocios locales para que empoderen a los Individuos Anteriormente en Desventaja (Previously Disadvantaged Individuals — PDI). La fundación también trabaja extensamente en educación y desarrollo de habilidades, promueve el turismo y combate la propagación del SIDA.

En 1998 tres empresas —Palabora Mining Co, Foskor Ltd y Sasol Nitro— unieron fuerzas con Ntsika (parte del Departamento de Comercio e Industria de Sudáfrica) para crear el Centro de Enlaces de Negocios de Palabora (BLC), un programa para promover el empoderamiento económico negro (BEE). BEE es una política gubernamental, diseñada para revertir el daño social y económico causado por el anterior régimen nacional injusto del apartheid. Desde entonces el BLC ha dado formación a muchas PYMES locales para que sean proveedores exitosos de las empresas patrocinadoras.

Impacto en los ODM

-  Meta 1 • Ingresos • directo
-  Meta 3 • Educación • directo
-  Meta 7 • SIDA • directo
-  Meta 16 • Empleo para jóvenes • directo

La innovación

Los empleados del Centro de Enlaces de Negocios identifican oportunidades para los BEE locales y les sirven como mentor. Se les suministra formación y servicios de asesoría enfocados en negocios y administración financiera, procedimientos de ofertas, costeo y, contabilidad, análisis de segmentos del mercado y desarrollo de planes de negocios.

Se estableció una base de datos de los empresarios de BEE (firmas donde al menos el 35% es propiedad de los PDI). Las firmas son auditadas anualmente para evaluar sus capacidades y destacar la necesidad de apoyo adicional. Los presidentes de las tres empresas patrocinadoras se reúnen trimestralmente para dirigir la estrategia; en el año 2004 decidieron que el Centro de Enlaces de negocios había cumplido sus objetivos principales y para promover el BEE retornaron a una administración independiente.

Una parte de los gastos en compras de Palabora están destinados para firmas BEE. Inicialmente se centraban en áreas que no eran de capital ni intensivas en tecnología, tales como seguridad, limpieza y jardinería, ahora están buscando integrar progresivamente a las compañías BEE en un nivel más elevado dentro de la cadena de proveedores y ayudarlas a diversificar su base de clientes.

La iniciativa Khomanani HIV/SIDA forma parte de la política empresarial de Río Tinto para combatir la propagación de la enfermedad. Fue fundada por Palabora, Foskor Ltd, Sasol Nitro, el gobierno y ONGs asociadas. El programa trabaja extensivamente en disipar los mitos locales y la mala fama que se ha generado alrededor del tema del SIDA. Con la ayuda de trabajadores voluntarios, también se suministra transporte hospitalario para los enfermos y se monitorea su tratamiento. En sus dos centros de recursos educativos la fundación Palabora promueve el



acceso al empleo para los jóvenes locales. Algunos programas se enfocan en la educación preescolar, desarrollo de los educadores y mejoramiento de los niveles de gobernabilidad de las escuelas. La fundación también ofrece formación en habilidades vocacionales para los jóvenes desempleados tales como: albañilería, carpintería, costura y cocina

Los beneficios

Los programas mejoran las relaciones comunitarias locales y crean trabajo en un área en donde se alcanza un nivel de desempleo hasta del 47%. Hacia marzo del 2004 unas 258 firmas BEE se registraron en la base de datos del Centro de Enlaces de Negocios de Palabora (en 1998 no había ninguna); actualmente, el acceso a la base de datos se encuentra disponible para otras personas que buscan involucrarse con los proveedores BEE

En 2004, apenas un poco más de la tercera parte de las adquisiciones de Palabora se realizaban a empresas BEE, siendo beneficiadas directamente 55 firmas que suministraban sus bienes y servicios (algunas otras también obtenían provecho de formación y recursos).

Las compras a empresas BEE han alcanzado los \$25 millones de dólares, de unos gastos totales de \$74 millones de dólares en 2004. Actualmente Palabora está superando su meta de compras a empresas BEE para el 2005, de alrededor de \$30 millones de dólares aproximadamente el 30% de los gastos totales.

Por medio de este programa, las firmas BEE han podido prestar servicio en áreas remotas, apoyar nuevas alianzas y competir exitosamente con otras empresas bien establecidas. Las corporaciones patrocinadoras también han ayudado a las firmas BEE a cumplir con los elevados estándares de la legislación social y ambiental.

El programa PROTEC (Project for Technological Careers) de la fundación Palabora, junto con el programa Master Maths han creado una base de técnicos calificados locales. En el año 2004 el programa PROTEC contó con 382 estudiantes, 50% de los cuales continuaron con estudios universitarios de ingeniería, ciencias y contabilidad. Muchos de los graduados ya han regresado a trabajar a Palabora y en la región.

Obstáculos

La falta de infraestructura local trae severas limitaciones al éxito de algunas de las operaciones de Palabora. Los pobladores sufren de una aguda escasez de viviendas y algunas personas aún no tienen acceso al agua potable. El suministro de agua existente se encuentra en este momento en riesgo, debido a que la autoridad local ha tenido dificultades para cumplir sus compromisos financieros con el proveedor.

Los negocios de las empresas BEE actualmente encuentran dificultades para subir de nivel en la cadena de proveedores, debido a limitaciones en la capacidad y a la dificultad para cumplir los estrictos requisitos exigidos por las instituciones financieras locales para el otorgamiento de créditos, los cuales les permitirían operar en actividades más intensivas en capital. A muchas firmas emergentes, también les hace falta equipo especializado y tecnología.

El camino a seguir

A la luz del plan de cierre de la mina hacia 2024 la fundación Palabora está incrementando sus esfuerzos para reducir la dependencia local de la minería, y para ello está desarrollando numerosas iniciativas como el turismo. La región de Phalaborwa bordea el parque nacional Kruger, y la fundación ha enviado a la Unión Europea una propuesta para establecer una oficina de turismo local. También está suministrando apoyo administrativo para el Gran Consejo de Comercio y Turismo de Palabora establecido en enero de 2004.

Unilever

Aumentando los negocios de las mujeres de las áreas rurales • India

El reto

Satisfacer las necesidades de salud e higiene de los habitantes rurales al tiempo que se crea riqueza para la comunidad.

La contribución empresarial

Unilever es líder mundial en higiene, cuidado personal, alimentos y productos de limpieza. Su subsidiaria en la India, Hindustan Lever, goza de de una red de distribución muy extensa y sofisticada, que incluye áreas urbanas y rurales, pero existe un reto, el desarrollo de canales de distribución apropiados para los consumidores localizados en regiones poco desarrolladas y a veces muy remotas. El objetivo es trabajar desde el interior de estas comunidades, promoviendo la salud al tiempo que se generan ingresos sostenibles para los pobres.

Por medio de su proyecto Shakti (fortaleza), Hindustan Lever ahora trabaja con 15,000 mujeres pobres, para llevar sus productos a 70 millones de consumidores rurales. Este innovador modelo de negocios, proporciona oportunidades significativas de participación en la economía a las mujeres locales, empodera las comunidades y promueve la salud y la higiene.

La innovación

India tiene una rica tradición de grupos de autoayuda femeninos, los cuales proporcionan valiosos socios locales para Hindustan Lever (HLL). Los grupos reúnen sus ahorros y con ellos obtienen microcréditos para comenzar una pequeña empresa. Unilever vio la oportunidad de llamar a estas empresarias para vender sus productos a los aldeanos. Trabajando con MART, identificaron a las mujeres interesadas en ser empresarias con el proyecto Shakti. Ellas se ocupan ahora de la distribución rural de los productos de higiene, cuidado personal y

Impacto en los ODM

-  Meta 1 • Ingreso • directo
-  Meta 3 • Educación • directo
-  Meta 4 • Equidad de género • directo
-  Meta 5 • Mortalidad infantil • indirecto
-  Meta 6 • Salud materna • indirecto
-  Meta 8 • Malaria / enfermedades graves • indirecto
-  Meta 16 • Empleo para jóvenes • indirecto
-  Meta 18 • Transferencia tecnológica • indirecto

nutrición de Hindustan Lever. Los productos son vendidos al consumidor en sobrecitos económicos, de acuerdo con las necesidades locales y el poder adquisitivo.

HLL invierte mucho en apoyar estos negocios nacies, facilitando los microcréditos y proporcionando formación en el trabajo, enseñándoles mercadeo, conocimiento del producto y contabilidad.

Las empresarias del proyecto Shakti realizan demostraciones de los productos de HLL y los venden puerta a puerta. Sin embargo, debido a la resistencia inicial en las localidades a las ventas puerta a puerta, el representante de Hindustan Lever en el área las acompañó en las visitas, aumentando con ello la confianza y el estatus de las mujeres. Desde entonces, muchas de las empresarias Shakti han establecido una base regular de clientes, que puede llegar a ser de hasta 500 consumidores. Actualmente las empresarias suministran productos al por mayor a las tiendas locales, fortaleciendo aún más la cadena de distribución de HLL.

Por medio de Shakti Vani, que ahora es un componente muy importante del proyecto Shakti, las mujeres asumen el papel de embajadoras de la salud en la comunidad, dando a los campesinos educación básica en salud, como buenas prácticas de higiene, nutrición sana, prevención de enfermedades y cuidado pre y posnatal. El flujo de información es fundamental para favorecer el desarrollo rural. En 2003, HLL llevó a cabo un proyecto piloto, la iniciativa iShakti, un proyecto de servicio de información gratis, basado en

tecnología de la información (IT), con temas de interés para la comunidad rural como agricultura, educación y salud. Se lanzó inicialmente en ocho poblaciones de la provincia de Andhra Pradesh, opera desde la vivienda de un empresario Shakti y se encuentra disponible para los usuarios desde las 9 a.m. hasta las 7 p.m., seis días a la semana. Brinda información en el lenguaje local e incluye un programa de conversión de texto a voz para que lo puedan utilizar personas analfabetas. También se encuentra disponible un grupo de expertos para responder preguntas específicas por correo electrónico.



Los beneficios

Al final de 2004, los empresarios Shakti ya vendían productos de Unilever a 50,000 poblaciones en 12 provincias de la India, logrando extender el alcance de HLL en las zonas rurales en un 50% desde el lanzamiento del proyecto en el año 2000.

Las mujeres Shakti ahora reciben ingresos de \$15 a \$22 dólares mensuales, el doble de su ingreso familiar anterior. Adicionalmente se ha obtenido una notable mejora en el estatus de las mujeres dentro del hogar, ya que ahora tienen más poder en la toma de decisiones. Los programas de alfabetización traen como consecuencia que más mujeres ingresan a la educación primaria. La promoción de la salud ha traído beneficios de salud e higiene para los pobladores locales ya que se ha extendido el uso del jabón, el champú y los detergentes.

El creciente acceso a la tecnología y a la información, sobre temas que afectan a las comunidades rurales, aumenta las oportunidades de los pobladores locales de mejorar su modo de vida.

Obstáculos

El bajo estatus social que ha tenido tradicionalmente la mujer rural, ha obstaculizado esta iniciativa. Muchas son reticentes a comenzar negocios, ya que sus esposos, sus familias y la comunidad local lo desaprobaban. HLL combate esta situación consiguiendo la aprobación familiar antes de llamar a estas mujeres.

Unilever está enfrentando el principal problema, la falta de acceso a las microfinanzas, por medio de alianzas con bancos, aunque algunas ONGs y el gobierno realizan préstamos ocasionales.

El apoyo gubernamental a esta iniciativa es crítico, ya que muchas ONGs dependen de fondos estatales y se sienten obligadas a seguir los lineamientos del gobierno. Sin las alianzas con ONGs, el proceso de reclutamiento de empresarios Shakti es mucho más lento.

El camino a seguir

HLL tiene planeado reclutar, para el 2010, 100,000 empresarios Shakti, con el fin de cubrir 500,000 poblaciones y alcanzar 600 millones de clientes potenciales.

Hasta el momento se han instalado unos 400 quioscos iShakti, HLL espera tener 3,500 para el final de 2007, prestando servicio a 10 millones de personas de las áreas rurales localizadas en 7,500 poblaciones. La empresa está buscando fortalecer aún más su alianza con instituciones financieras, y utilizar los quioscos iShakti para ofrecer productos y servicios financieros al por menor, incluyendo préstamos personales y cuentas de ahorros.

Actualmente se encuentra en proceso un programa piloto de alfabetización de adultos, en el que participan ONGs asociadas con CARE. Esta prueba busca, además, crear conciencia de mejores prácticas de salud, higiene, educación y agricultura.

Unilever también se encuentra desarrollando iniciativas similares en Bangladesh, Sri Lanka, Pakistán, Ghana, Mozambique, Kenia y Turquía. Estos proyectos tratan de emular lo mejor de Shakti India, al tiempo que ajustan el modelo a cada contexto local.

BP

Desarrollando los proveedores locales • Azerbaiyán

El reto

Desarrollar la cadena de proveedores locales conformada por PYMES, de las empresas de petróleo y gas de la región del Caspio. Desarrollar la capacidad de las empresas locales que se encuentran fuera del sector del petróleo, impulsando el desarrollo económico en una base amplia.

La contribución empresarial

BP es un grupo mundial de energía, que da empleo a más de 100,000 personas operando en más de 100 países del mundo. Actualmente encabeza varios consorcios de empresas petroleras que se encuentran desarrollando campos de petróleo y gas en Azerbaiyán, Georgia y Turquía. El desarrollo de una base de proveedores locales que funcione bien, es fundamental para el éxito de los negocios de BP y para fortalecer la economía Azerbaijana.

BP abrió un Centro Empresarial en Bakú en 2002, administrado a nombre de sus asociados internacionales de petróleo y gas en la región del Caspio. El Centro Empresarial ayuda a las empresas locales a desarrollar sus negocios como apoyo a los proyectos de petróleo y gas, en particular aquellos que involucran compañías internacionales. El centro ofrece formación en administración, finanzas, IT (Tecnología de la información), control de calidad y mercadeo. Un grupo de expertos, también ofrece asistencia tecnológica para mejorar la ingeniería y el conocimiento práctico de la manufactura.

Las PYMES Azerbaijanas reciben formación gratuita en temas de salud, seguridad industrial y políticas ambientales, y se les ayuda a participar en procesos de licitación. Se les facilita el acceso a los requisitos técnicos de los operadores de petróleo y gas, y a identificar socios extranjeros

Impacto en los ODM

- Meta 1 • Ingresos • directo
- Meta 14 • Países sin costas • directo
- Meta 18 • Transferencia tecnológica • directo

para proyectos locales. El Centro Empresarial también apoya a las firmas con la identificación de fuentes de crédito, formación y certificación. Adicionalmente mantiene una base de datos de proveedores que hace el seguimiento a más de 150 PYMES locales.

La innovación

El Centro Empresarial es un punto de referencia para BP y otras empresas internacionales. Las firmas azerbaijanas lo utilizan para el registro de los negocios, formación en administración y para obtener acceso a una cadena profesional de suministros que aconseja sobre los futuros requerimientos de BP. Los proveedores locales pueden ampliar sus conocimientos y habilidades, entender los requerimientos de las compañías internacionales de petróleo y gas y cotizar en forma efectiva para lograr negocios.

El enfoque de BP asegura que el desarrollo de la economía azerbaijana forma parte intrínseca de sus procesos de negocios. El desarrollo proactivo de los proveedores a través del Centro Empresarial, muestra que BP confía en la capacidad de su organización para guiar los contenidos locales.

Debido a que una proporción significativa de los gastos de petróleo y gas, se realiza fuera de los sectores de servicios de los campos petroleros — por ejemplo transporte — se produce una amplia distribución local de los beneficios de la industria, fortaleciendo el tejido económico local.

Los beneficios

El programa de desarrollo de los proveedores locales beneficia tanto a BP, como a las firmas locales azerbaijanas. Las firmas locales más competitivas, le ofrecen a BP una mayor posibilidad de selección de proveedores costo-



efectivos con mayor capacidad de respuesta, en comparación con las alternativas internacionales.

Adicionalmente el mejoramiento de la capacidad de las PYMES locales estimula la mejora de las prácticas de negocios, el desarrollo de los empleados, las inversiones en tecnología y un desempeño más seguro.

El gasto directo de BP en las PYMES, JVs y firmas estatales, alcanzó los \$200 millones de dólares en 2004, y la empresa realizó negocios con más de 200 PYMES locales. El gasto en terceros alcanzó los \$3 mil millones de dólares en la región del Caspio, de estos, entre el 30% y el 35% se gastó en firmas locales de Azerbaiyán, por parte de BP o a través de sus principales contratistas internacionales.

El gasto directo de BP en las empresas locales en el 2005, las ubica en el tercer lugar de gastos sobre los ingresos en un país, después de Estados Unidos y el Reino Unido.

Obstáculos

Azerbaiyán es una economía en transición enfrentada en cómo administrar mejor los ingresos de las nuevas fuentes de petróleo y gas y en cómo mejorar los niveles de transparencia, de gobernabilidad y hacer crecer la capacidad institucional con una menor corrupción.

Hay una urgente necesidad de mejorar el ambiente empresarial, simplificar los registros y la creación de los negocios, lo que sería de beneficio en especial para las PYMES. De igual manera se requiere de una reforma de los impuestos y aranceles para ayudar al florecimiento de la cultura empresarial.

Las PYMES en este momento no tienen un adecuado acceso al sector financiero. Una mayor disponibilidad de financiamiento competitivo les permitiría a las firmas ampliar sus negocios, lo mismo que soluciones para un mercado financiero estructurado, les permitiría utilizar sus

contratos como proveedores de grandes firmas internacionales como garantías para obtener préstamos.

El camino a seguir

En mayo de 2005, el petróleo comenzó a fluir por la tubería de Baku-Tbilisi-Ceyhan. A medida que BP comienza operaciones de importancia, el enfoque en el desarrollo de las PYMES va cambiando, lo mismo que el papel del Centro Empresarial, el cual ahora forma parte del área de compras y proveedores, y BP ha contratado más especialistas Azeris conocedores de la economía local y las prácticas de compras internacionales.

El Centro Empresarial es cada vez más utilizado para comunicar las necesidades futuras de suministros de BP, lo cual incluye detalles del proceso de licitación, planes para la inversión en el país y foros de realimentación para los proveedores. Esta comunicación enfocada a las PYMES, es crítica para el desarrollo de firmas locales que entiendan cómo hacer negocios con operadores internacionales.

BP junto con la IFC y otras agencias de desarrollo multilaterales, se encuentra evaluando la demanda de soluciones financieras especializadas para las PYMES, tales como financiación comercial estructurada para vehículos, con el fin de ayudar a la PYMES a mejorar su capacidad y hacer la transición hacia proveedores competitivos de las grandes empresas multinacionales.

Para 2010, BP espera duplicar sus gastos con las firmas locales hasta \$500 millones de dólares. Actualmente el gasto en el sector de servicios intensivos en mano de obra es del 70%, y se espera realizar la totalidad de los gastos en firmas locales tan pronto como sea posible.

BP también trabaja para impulsar la inversión extranjera directa en otros sectores industriales de Azerbaiyán, y con el tiempo, fomentará las alianzas con empresas locales para permitirles competir regional e internacionalmente.

Eskom

Empoderando a los empresarios locales • Sudáfrica

El reto

Impulsar las oportunidades de negocios para los individuos anteriormente en desventaja de Sudáfrica

La contribución empresarial

La empresa sudafricana Eskom, suministra aproximadamente el 95% de la electricidad del país. De acuerdo con la política del actual gobierno sudafricano, los individuos anteriormente en desventaja tienen preferencias en las asignaciones del gobierno y en los grandes contratos. Esta política se conoce como Empoderamiento Económico Negro (BEE), la cual intenta reparar las desigualdades del régimen anterior del apartheid. Las directrices de la política BEE se están aplicando en muchos sectores de la economía local, y las grandes empresas han determinado metas de cuotas de compras provenientes de negocios de propietarios negros.

Ya desde 1994, Eskom había establecido exitosamente su propio proyecto de BEE, esta iniciativa multifacética crea nuevas oportunidades para los individuos y comunidades anteriormente en desventaja, que les permiten participar en la economía sudafricana. La iniciativa también está transformando exitosamente la base de proveedores de Eskom, reflejando mejor la demografía del país.

La innovación

La política de Eskom es maximizar las compras a las empresas BEE de todos los tamaños, también trabaja en la promoción de los negocios de mujeres pertenecientes a BEE de todos los sectores de la economía, adicionalmente la compañía concentra sus esfuerzos de desarrollo

Impacto en los ODM

- Meta 1 • Ingresos • directo
- Meta 4 • Equidad de género • directo
- Meta 16 • Empleo para jóvenes • indirecto
- Meta 18 • Transferencia tecnológica • indirecto

en los proveedores negros en lo concerniente a manufactura, construcción, minería/extracción y proveedores de servicios profesionales de consultoría. Eskom ha establecido sus propios criterios, reflejando los diferentes niveles de propiedad negra en estas empresas, para decidir el volumen de gasto asignado a cada categoría.

A medida que se sube en la cadena de proveedores, es cada vez más difícil para las nuevas empresas BEE competir contra otros jugadores más afianzados en el mercado. Para ello Eskom ha desarrollado herramientas que ayudan a las empresas más pequeñas a cumplir con los exigentes requerimientos de las grandes corporaciones. Junto con los proveedores más grandes de componentes eléctricos, se lleva a cabo formación conjunta a todo lo largo del país para desarrollar habilidades técnicas básicas. La empresa trabaja directamente con las empresas BEE suministrando consejería sobre mejores prácticas, procesos eficientes de producción, permitiéndoles crecer exitosamente sus negocios, también les facilita el acceso a financiación especializada, un elemento esencial para el mejoramiento de la capacidad.

Eskom ha establecido una base de datos de proveedores BEE, de empresas de propiedad, o administradas por personas negras. Cualquier compañía que solicita ser incluida en la lista es evaluada, para asegurar que cumple con todos los criterios establecidos en la política de BEE. Esta base de datos agrupa unas 14,000 empresas BEE de todos los tamaños. Eskom generalmente se encuentra trabajando al mismo tiempo con un 30% de sus proveedores BEE registrados, dependiendo de la naturaleza de los servicios requeridos y de los disponibles. La gran mayoría son pequeños contratistas, que suministran bienes y servicios a las centrales de energía, o las



oficinas de Eskom. También existen algunas empresas más grandes, como los proveedores de carbón, ingenieros constructores o servicios profesionales. Numerosas empresas extranjeras han vendido acciones a empresas BEE locales para cumplir con los criterios.

La base de datos de Eskom le permite a un comprador realizar una búsqueda de acuerdo con diversos parámetros, como líneas de productos o el estado de BEE. La compañía separa algunos contratos para el desarrollo de proveedores negros, así como parte de otros contratos permitiendo a las empresas de BEE igualar los precios de proveedores tradicionales, también determina, en otros contratos, un porcentaje de trabajo para ser subcontratado con firmas BEE.

Los beneficios

La iniciativa BEE es un gran ejemplo del esfuerzo concertado para invertir en un sector de PYMES con potencial, los beneficios del esquema son diversos, un gran número de empresas pequeñas, medianas y microempresas de propiedad de y controladas por gente negra, se han convertido en proveedores competitivos de Eskom. Estas nuevas oportunidades de negocios están creando trabajos sostenibles, y los individuos anteriormente en desventaja y las comunidades, están adquiriendo las habilidades técnicas y de negocios para que sus firmas prosperen.

Eskom ha superado repetidamente sus metas de compras a empresas de BEE, desde 1998 ha

excedido sus metas de gastos con firmas BEE alrededor de un 36%, logrando en los últimos siete años un total combinado de \$4,576 millones de dólares.

Las adquisiciones preferenciales a mujeres empresarias negras también han excedido las metas de la compañía, con un gasto total de alrededor de \$270 millones desde 2002.

Obstáculos

Los principios de discriminación positiva que se resaltan en la política de Empoderamiento Económico Negro (BEE), pueden causar problemas locales, ya que algunas compañías podrían actuar como testaferros para aprovecharse de las adquisiciones preferenciales. Las empresas que no cumplen con los estrictos requisitos de Eskom, son retiradas de la base de datos. Cualquier incumplimiento serio de la política gubernamental de BEE es reportado a las autoridades, sin embargo a las empresas que sean culpables de infracciones menores, se les puede dar una discreta oportunidad de lograr el cumplimiento total.

El camino a seguir

Los objetivos de compras BEE seguirán siendo una prioridad para Eskom en el futuro, la compañía también buscará integrar mayores firmas BEE dentro de su cadena de proveedores, donde actualmente predominan las firmas pequeñas, otras áreas de importancia serán el desarrollo y la adquisición de servicios de empresas de mujeres negras, y un amplio empoderamiento.

Adicionalmente, se fortalecerá la formación de empresarios negros en administración de negocios, con énfasis en el código tributario y el cumplimiento legal. Eskom está buscando alinear sus procesos internos, más cercanamente con la más reciente legislación gubernamental sudafricana sobre BEE.

Rabobank

Promoviendo las cooperativas agrarias • Indonesia

El reto

Mejorar los modos de vida de los campesinos ayudándolos a ser competitivos internacionalmente

La contribución empresarial

El banco danés Rabobank suministra servicios financieros para alimentos y negocios agrícolas, y desde hace tiempo se encuentra activo en Indonesia. Los pequeños campesinos del área rural de Java Oriental tenían suficiente terreno para trabajar, pero no tenían financiación. Esta limitación de capital no permitía que los cultivadores invirtieran en sus granjas. Aprovechando que los campesinos requerían capital urgentemente, los intermediarios locales estaban explotando la situación, obtenían beneficios altísimos, otorgando créditos en condiciones irrazonables con tasas de interés muy altas, condenando a los campesinos a la pobreza.

La fundación Rabobank ha participado durante varios años en la promoción de ahorros y cooperativas de crédito para los campesinos, provee apoyo para un financiamiento inicial y los apoya hasta que se vuelven financieramente autosuficientes. Las cooperativas agrarias estimulan la adopción rápida de nuevas tecnologías, entre los cultivadores de bajos ingresos y los libera del sometimiento de los intermediarios, también permiten realizar esfuerzos combinados de mercadeo, facilitando la consecución de mejores contratos a gran escala con compradores internacionales.

A comienzos de 2003, Unilever Indonesia, Rabobank International y la fundación Rabobank comenzaron una iniciativa para mejorar los modos de vida de la localidad, trabajando juntos para construir una cadena de proveedores de soja, sostenible y de alta calidad, para dar suministro a

Impacto sobre los ODM

-  Meta 1 • Ingreso • directo
-  Meta 2 • Hambre • indirecto
-  Meta 3 • Educación • indirecto
-  Meta 5 • Mortalidad infantil • indirecto
-  Meta 6 • Salud materna • indirecto

La innovación

Esta iniciativa busca empoderar a la comunidad local. La fundación Rabobank aceptó el reto de organizar las cooperativas agrarias para el cultivo de soja, desarrolló los sistemas de negocios y formó a los empresarios locales en gestión financiera. Unilever Indonesia suministró semillas de soja de alta calidad y se comprometió a comprar la cosecha, mientras que la fundación de Unilever, Uli Peduli, se ocupó de la asistencia técnica por medio de la Universidad Gajah Mada.

Cuando los campesinos crean una cooperativa, eligen un comité y la fundación Rabobank les enseña a todos los miembros sus derechos y obligaciones. La fundación Peduli proporciona créditos blandos (en moneda local, libres de intereses) para el despegue de la cooperativa. A su vez, la cooperativa ofrece a sus afiliados préstamos hasta de \$41 dólares para la compra de pesticidas y hasta de 35 Kg de semillas por hectárea. El apoyo de la comunidad local y el seguimiento aseguran el pago de los préstamos.

Luego de cosechada la soja, se entrega a la cooperativa. Durante el programa piloto, Unilever la compró a \$0.41 de dólar el kilogramo, y se retuvo un porcentaje de este valor para cubrir los costos de funcionamiento. Dos semanas antes de la recolección, Unilever pagó a la cooperativa el 80% del valor estimado de la cosecha, e inmediatamente después de la entrega los campesinos recibieron la totalidad del pago descontando el préstamo.

Adicionalmente los campesinos participantes acordaron: ahorrar una pequeña cantidad de la venta de la cosecha en la cooperativa, o ahorrar una cantidad regularmente durante la época de cultivo. También se reservan algunos fondos para préstamos de emergencia (como gastos funébreos o mensualidades de colegios).

Para la fase piloto se seleccionaron campesinos de los distritos de Nganjuk y Trenggalek, porque ellos ya tenían experiencia en la siembra de soya, sin embargo al principio muchos campesinos fueron reticentes a adoptar este nuevo cultivo y dudaban de las ventajas de las cooperativas. Finalmente solo se sembraron 37 ha de soya en Nganjuk y 20 ha en Trenggalek, en lugar de las 150 previstas originalmente.

Algunos problemas iniciales de organización generaron resultados decepcionantes en la primera cosecha en 2003, en el siguiente año la cosecha iba en camino de alcanzar las 120 toneladas y las expectativas eran muy altas, pero se presentaron fuertes inundaciones en toda la región que solamente permitieron obtener 70 toneladas de las 60 ha de tierra cultivada.

Los beneficios

La alianza proporciona a los campesinos una garantía de mercado y un precio justo garantizado por sus cosechas, por lo que se sienten motivados para vender la soya a Unilever, aunque las cooperativas exitosas dan el poder a los cultivadores para decidir sobre la venta.

Los campesinos se benefician por el apoyo en el establecimiento y la administración de una organización colectiva, y muchos ahora reservan dinero para invertir en sus negocios, además se han beneficiado con el mejoramiento de sus habilidades técnicas, como consecuencia de tres años de formación suministrada por la Fundación Unilever.

Desde su lanzamiento, la iniciativa ha ganado numerosos adeptos. Tanto los afiliados como los no afiliados son motivados por sus experiencias y por los efectos tangibles sobre sus comunidades. Numerosos pequeños campesinos han adoptado nuevos métodos de cultivo y han visto crecer sus cosechas en una tercera parte. Los campesinos ahora trabajan en conjunto de forma voluntaria, impulsados por el aumento de los niveles de ingreso y los beneficios visibles. Más aldeanos están enviando sus hijos al colegio, tienen los medios para un mejor

cuidado de la salud de sus familias y están realizando mejoras en sus viviendas.

Obstáculos

La región se vio muy afectada por las inundaciones de 2004 e infortunadamente la ayuda recibida ha sido escasa, por ello ha sido necesario extender el crédito libre de interés hasta la cosecha del próximo año.

Los perdedores locales con esta iniciativa han sido los intermediarios, que ya no encuentran un mercado para sus préstamos de usura, y esto ha ocasionado algunos conflictos. También la corrupción endémica y la excesiva burocracia han agobiado a las nuevas cooperativas.

Los campesinos inicialmente mostraron un gran recelo de las estructuras organizacionales formales y poca experiencia en la toma de decisiones democráticas, además no conocían las estructuras del crédito formal del sector privado, lo cual sumado a la falta de educación de los campesinos dificultó enormemente el despegue de las cooperativas.

El camino a seguir

A pesar de que aún es muy pronto, la iniciativa está creciendo con fortaleza, con más campesinos ahorrando regularmente, las cooperativas deberían ser autosostenibles financieramente en cinco años. El proyecto se ha establecido para crecer en los próximos años, sembrando más soya en más campos, Para la cosecha de 2005, 1,100 campesinos del distrito de Trenggalek cultivarán 200 ha de soya y unos 100 campesinos de Nganjuk se han preparado para cultivar 62 ha. Unilever considera que el empoderamiento de la comunidad local asegura un suministro estable de soya que cumpla los requisitos tanto de calidad como de cantidad exigidos. Rabobank y Unilever actualmente están extendiendo su cooperación a Kenia, donde buscan empoderar a los cultivadores locales de Té.

ConocoPhillips

Desarrollando las habilidades de las mujeres empresarias • Venezuela

El reto

Desarrollar microempresas viables y hechas a la medida para empoderar las mujeres de las comunidades pobres.

La contribución empresarial

ConocoPhillips es una empresa de energía internacional integrada, junto con sus asociados, la empresa está desarrollando las reservas de petróleo y gas del golfo de Paria en Venezuela. Esta región costera bordeando el delta del Orinoco, es muy rica en vida marina y aves, allí habita el Ibis colorado y numerosas especies de crustáceos recién descubiertas. La población del golfo está conformada por diferentes etnias, y es hogar de la comunidad indígena Warao, la región sufre de una pobreza endémica y de la falta de infraestructura. Las comunidades locales viven de la pesca y de otros recursos de los manglares de la costa. ConocoPhillips busca ser un catalizador para el cambio en el Golfo de Paria, protegiendo este hábitat de tanta importancia y sensibilidad, y ayudando a crear comunidades más saludables, fuertes y prósperas.

ConocoPhillips reconoce que la aceptación de sus operaciones por parte de las comunidades — llamada “licencia para operar” — se puede ver erosionada si el medio ambiente o la calidad de vida se ven afectados, o si la comunidad no obtiene beneficios derivados del desarrollo de los recursos naturales de la región. Por ello ConocoPhillips ha venido trabajando proactivamente con las partes interesadas de la localidad, en programas integrados enfocados en la protección ambiental, al tiempo que se maximizan los beneficios, que la presencia de la compañía proporciona a la comunidad local. La empresa ha procurado identificar las necesidades más apremiantes de la gente, y trabajar en

Impacto sobre los ODM

- Meta 1 • Ingreso • directo
- Meta 2 • Hambre • indirecto
- Meta 3 • Educación • directo
- Meta 4 • Equidad de género • directo
- Meta 5 • Mortalidad infantil • indirecto
- Meta 16 • Empleo para jóvenes • directo

conjunto con ellos para buscar las soluciones. Uno de los proyectos locales en Valdez es construir capacidad por medio de la formación, desarrollo de habilidades, educación y participación comunitaria.

El PNUD y ONGs como SEPROC, CESAP, Fe y Alegría y Fundación Tierra Viva forman parte de esta alianza, trayendo experiencia, conocimientos especializados y participación con las partes interesadas. ConocoPhillips ha desarrollado numerosos programas de formación vocacional, alfabetización y desarrollo de habilidades; aproximadamente el 25% de la población local es analfabeta así como el 80% de la población de los indígenas Warao. Estos programas resguardan la cultura indígena y se encuentran centrados en alfabetización y desarrollo de capacidades de los adultos y jóvenes (la mayoría de la población local es menor de 20 años), para prepararlos con el fin de que generen o aumenten sus ingresos.

La innovación

Actualmente el desempleo en la región es elevado, alrededor de 32%, y el salario mensual promedio es bajo (\$100 - \$400 dólares). Los programas de la empresa buscan empoderar a las mujeres de la localidad, por medio del establecimiento de microempresas, el Banco de la Mujer está firmemente involucrado en esta iniciativa, junto con el Ministerio de Planeación de Venezuela.

Las mujeres de la localidad fueron consultadas sobre cómo pensaban que se podría mejorar su modo de vida, la comunidad en conjunto decidió que los negocios serían la forma más apropiada. Como consecuencia, las mujeres recibieron microcréditos y establecieron sus microempresas. Una serie de talleres sacó a flote y mejoró las habilidades y talentos de estas mujeres y puso a prueba la factibilidad de estas



microempresas. En Valdez, los negocios se enfocaron en la producción de dulces tradicionales de chocolate, cacao y licor de café, obras manuales tradicionales y postres hechos en casa como “meriendas parianas”.

Adicionalmente, un esquema regional de ecoturismo les permitió suministrar alojamiento y desayunos para los visitantes.

El programa tiene tres fases, la inicial se enfoca en identificar los asociados claves, promover la iniciativa y crear capacidades, por medio del trabajo con las mujeres para desarrollar y mejorar sus habilidades para la producción, y mejorar el servicio al cliente. La segunda fase apunta a hacer más eficiente la producción y las ventas, y la fase final de consolidación se enfoca en evaluar y medir los resultados, e implementar programas nuevos que tengan potencial de crecimiento.

Los beneficios

Esta iniciativa de microfinanzas es muy nueva, pero actualmente, 50 mujeres ya han establecido nuevas microempresas. Estas mujeres están ahora trabajando para mejorar la calidad de la producción y de los procedimientos, para fortalecer los canales de distribución y para valorizar sus líneas de producto. Muchas han desarrollado florecientes mercados locales y regionales para sus productos.

Hasta el momento el proyecto ha sido exitoso en movilizar la comunidad local y ha traído

beneficios significativos para las mujeres involucradas – como el incremento de sus ingresos. Las iniciativas también han avanzado significativamente hacia la reducción de la fuerte dependencia del apoyo del gobierno, y hacia el fortalecimiento del tejido socioeconómico local.

“Mi esposo es desempleado y no teníamos suficiente dinero para enviar nuestros dos hijos al colegio... ahora ellos pueden asistir porque yo me gano mi propio sueldo. Todos los días preparo meriendas parianas, las vendo en el pueblo y me gano algo de dinero... En este momento yo participo en el programa de formación del Banco de la Mujer y Conoco, y estoy capacitándome para manejar mi negocio.”

Tomasa Onoré, Microempresaria, Valdez

Obstáculos

La falta de acceso a la financiación apropiada para pequeños empresarios, es en este momento, el freno a la expansión de los negocios. La falta de infraestructura reprime los canales de distribución para los productos locales, los cuales si mejoraran, fortalecerían las ventas y con ello mejorarían los ingresos.

El camino a seguir

El proyecto está considerado para llegar a tener unos 80 microempresarios para el año 2010, y se acaba de firmar un nuevo acuerdo con el Banco de la Mujer. ConocoPhillips está buscando formas de hacer que estas pequeñas empresas sean más competitivas. También está fortaleciendo sus iniciativas de desarrollo de las capacidades, mejorando la calidad de los productos y servicios, ofreciendo formación en teneduría de libros y reforzando sus alianzas con ONGs y con todos los niveles del gobierno.

Cerrando la brecha de la pobreza – Involucrando a las empresas

Aumentando la escala de las soluciones

Removiendo los obstáculos al crecimiento

Mejorando la gobernabilidad

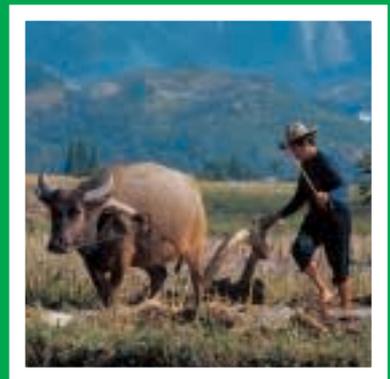
Estableciendo un sólido marco legal y regulatorio

Enseñando a las PYMES

Realizando inversiones en infraestructura

Energía – la conexión faltante

Logrando que los mercados trabajen para el desarrollo



Las iniciativas de negocios que aquí se resaltan, ilustran las diversas formas en las cuales las empresas pueden contribuir al desarrollo local. Esto demuestra el fuerte potencial existente para las soluciones del sector privado, y las grandes oportunidades para una mayor participación empresarial. Yendo más allá, las iniciativas apuntan hacia las bases de la economía de mercado, muy fuertemente necesitada de que más de estos modelos echen raíces, e impulsen el desarrollo en las regiones más pobres del mundo. Resaltamos lo que se necesita cambiar con urgencia, para que podamos aumentar la escala de las contribuciones empresariales a los retos del desarrollo global.

Calidad de vida

Desarrollo humano relativo
2000 index

El índice de desarrollo humano (IDH) está basado en tres componentes principales: longevidad, educación e ingreso.

- muy alto
- alto
- bajo
- muy bajo
- no hay datos

Ingreso comparado con calidad de vida.
Países que proporcionan una calidad de vida muy baja o muy alta con respecto a lo que sugiere su riqueza económica.
2000.

Diferencia entre el rango del PIB y el rango del IDH

- calidad de vida más alta
- calidad de vida más baja



Fuente: *Penguin State of the World Atlas*, Penguin Books

Cerrando la brecha de la pobreza – Involucrando a las empresas



“El sector público se ha dado cuenta de que los ODM no se lograrán sin una participación importante del sector privado. No seamos teóricos sobre el tema del desarrollo, seamos prácticos.”

Peter Woicke, Executive Vice President, International Finance Corporation

El Banco Mundial estima que se requieren entre \$40 y \$60 millones de dólares al año de ayuda extranjera para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio en el año 2015, pero solo se logrará avance si los países en desarrollo están preparados para reformar sus políticas, y mejorar el suministro de servicios para que la ayuda se invierta con efectividad.

Tal como dice el reporte de Sachs *Investing for Development*: “Los negocios privados son aliados importantes en el logro de los Objetivos (ODM). La reducción de la pobreza a largo plazo en los países en desarrollo no ocurrirá sin un crecimiento económico sostenido, lo cual requiere de un sector privado vigoroso”.

Ya que los líderes empresariales, los políticos y los expertos en desarrollo, están tomando cada vez más conciencia de la importancia de la participación del sector privado, la pregunta clave que deberíamos estarnos haciendo es: Cómo podemos motivar a las empresas a hacer mucho más hacia el desarrollo?

“El desarrollo en los mercados emergentes no puede ser exitoso sin los negocios. A la inversa, los negocios no pueden ser exitosos sin la actividad y la participación de la sociedad civil, comprometida con soluciones holísticas, y aún más importante, que busque incansablemente alianzas activas con los negocios.”

W. Robert de Jongh, Latin America Regional Director, SNV – Netherlands Development Organisation

Aumentando la escala de las soluciones



En cada caso de estudio, hemos reunido estimados del número de vidas que han sido influenciadas positivamente, por las iniciativas en pro de los pobres aquí presentadas. A escala global, el número de personas es relativamente pequeño, pero los esfuerzos solo están comenzando. Estas iniciativas crecen rápidamente. Cada vida influenciada marca una diferencia duradera. La aceleración de este proceso en todo el mundo podría resultar en un impacto significativo para 2015. Aquí hay un gran potencial.

Preguntemonos: ¿Cuántas bombas de riego de bajo costo, se necesitarían para incrementar las cosechas de un millón de campesinos de bajos ingresos, y para llevarlos por encima del umbral de la pobreza? ¿Cuánta sal yoda Annapurma habría que suministrar para prevenir que 41 millones de niños, que nacen cada año en los países en desarrollo, desarrollen deficiencias de micronutrientes?

Esto nos da una idea de la magnitud del reto, y del nivel de compromiso requerido para lograr el cumplimiento de los objetivos establecidos en el año 2000. Ninguna voz sería razonable si reclamara un remedio para todas las enfermedades del mundo. Necesitamos reunir un paquete de soluciones hechas a la medida para una gran cantidad de problemas difíciles.

Removiendo los obstáculos al crecimiento



“La comisión reconoce que las limitaciones para desarrollar sosteniblemente el sector privado son ampliamente conocidas — y generalmente aceptadas — ... Ahora el enfoque debe trasladarse de determinar cuáles son las limitaciones a cómo pueden ser levantadas y quién debe hacerlo.”

PNUD, *Unleashing Entrepreneurship: Making Business Work for the Poor*

La historia ha mostrado que tan rápido se desarrollan las naciones, una vez que los gobiernos establecen un ambiente apropiado para los negocios. Hong Kong, Corea del Sur, y Singapur, han sido todas historias exitosas. Acoger las soluciones orientadas al mercado ha mostrado ser un poderoso catalizador para la rápida transformación de China en un gigante de la exportación. En 1989, las exportaciones totales de China sumaban \$52.5 miles de millones de dólares, en 2004 alcanzaron \$593.4 miles de millones de dólares. La riqueza en estos países no ha sido generada por medio de la ayuda, sino, por medio del empresariado.

Hay una estrecha relación entre los flujos de capital y el clima existente para la inversión. Los políticos con visión futurista y los especialistas en desarrollo cada vez son más conscientes de esto.

Desde que Uganda comenzó a mejorar su ambiente de negocios a comienzos de los 90, las inversiones privadas, como porcentaje del PIB, han aumentado más del doble. Las reformas del ambiente de negocios en muchos aspectos, le han permitido crecer a la economía más del 4% anual en la última década. La proporción de gente viviendo en la pobreza disminuyó desde el 56% a comienzos de los 90, hasta el 35% en 2000. De acuerdo con UNCTAD, en África se encuentran cinco de las economías que crecen más rápido en el mundo, pero también, 34 de los 49 países más pobres.

“Los gobiernos deben tomar el papel principal para la creación de un clima de inversión apropiado a lo largo de África, que apoye las empresas y el rol del sector privado, y que proporcione un marco de políticas económicas claro y predecible, para que los negocios sean exitosos.

Jeroen van der Veer, CEO, Shell

La inversión extranjera directa, fluye dentro de las naciones en desarrollo con unas buenas condiciones marco y huye de los países de alto riesgo. Lo mismo es válido para los modelos de *negocios inclusivos*, estos solamente pueden prosperar y generar beneficios tangibles si se encuentran enraizados en un ambiente de apoyo para los negocios.

Los modelos de *negocios inclusivos* pueden sonar muy buenos en teoría, pero cuando son ensayados en el terreno, a veces la dura realidad puede llevar a resultados decepcionantes. Cuando una compañía lleva a la práctica una idea de

negocios innovadora, su éxito está parcialmente determinado por la complejidad del ambiente que la rodea. esto incluye los marcos legislativo y administrativo, lo mismo que todos los actores que conforman el tejido económico y social del país.

Las política coherentes para apoyar y promover un ambiente favorable para los negocios en las regiones más pobres del mundo, son fundamentales para crear riqueza y oportunidades. Sin ellas, una economía basada en el mercado no puede funcionar, y sin ella los más pobres no tienen ninguna oportunidad de ingresar a la economía de mercado ni beneficiarse de la globalización.

Un clima apropiado para la inversión beneficia tanto a las empresas grandes como a las pequeñas, a las extranjeras y a las domésticas. En la mayoría de los países en desarrollo, las PYMES son la columna vertebral de la economía, ya que realizan casi el 90% de la actividad económica del país, y casi la mitad de ellas operan en el sector informal. La creación de un ambiente apropiado proporciona un poderoso incentivo para que las PYMES se integren a la economía formal.

“El clima de inversión es fundamental para el crecimiento y la reducción de la pobreza. Un buen clima de inversión beneficia a toda la sociedad, y acoge a todas las empresas no solamente a las grandes.”

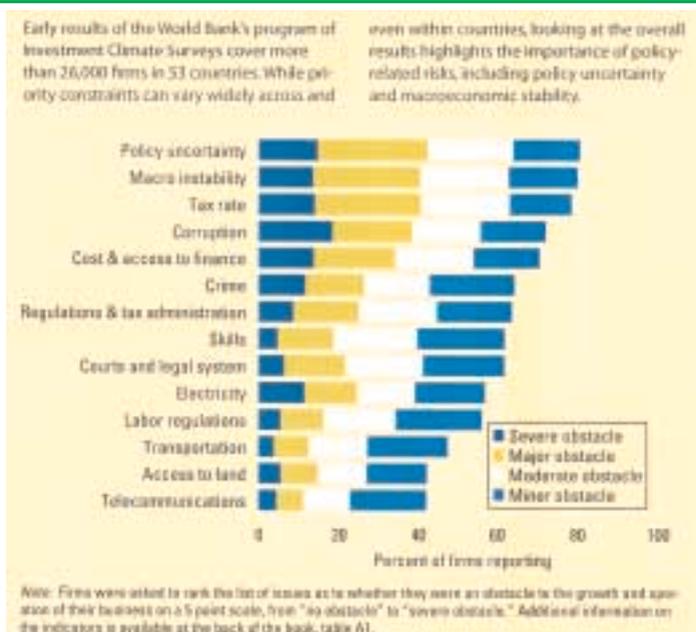
Banco Mundial, *World Development Report 2005: A Better Investment Climate for Everyone*



Las condiciones marco se encuentran relacionadas entre si, y todas son vitales para lograr un ambiente viable, para el alivio de la pobreza, para que los negocios crezcan, y para estimular el crecimiento económico. Todas las condiciones deben ser consideradas y deben ser mejoradas significativamente, para preparar el camino hacia la prosperidad. El logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio requiere de mucha atención a, y progreso en las áreas de la gobernabilidad.

Este gráfico muestra que tan serias consideran las firmas las diversas limitaciones a los negocios en los países en desarrollo.

Restricciones al clima para los negocios



Fuente: World Development Report 2005: A Better Investment Climate for Everyone

Cada país enfrenta un conjunto especial de retos. Dos países pueden luchar para mejorar su infraestructura, pero mientras que uno puede retrasarse por la falta de acceso a fondos, el otro puede sufrir de una corrupción que le extrae los recursos asignados a proyectos de infraestructura.

No existe una solución única. Cada país tiene diferentes prioridades, cada estrategia de desarrollo debe ser elaborada de acuerdo con el contexto local. Por ello, más que presionar por una "mejor gobernabilidad" o "mejoras condiciones marco", invitamos a los gobiernos a considerar las principales áreas de interés, con las cuales se podría maximizar el impacto de los esfuerzos de desarrollo, y los beneficios del aumento de los flujos de inversiones.

Basados en las experiencias de las empresas afiliadas al WBCSD, hemos identificado tres áreas principales. Estas se basan en los obstáculos que encuentran frecuentemente las empresas de todos los sectores, y que afectan negativamente tanto a las empresas grandes como a las pequeñas. Estas áreas son especialmente importantes para el éxito de los negocios en pro de los pobres, y para fortalecer el tejido económico.

- > **Establecimiento de un marco regulatorio y legal sólido**
- > **Aumento de la capacidad de las PYMES para invertir en capital humano**
- > **Inversión en infraestructura**

Estas áreas claves reúnen las mayores preocupaciones de los negocios. El mejoramiento de la gobernabilidad no solo mejora el ambiente para los negocios, sino que también fortalece los derechos humanos. La construcción de infraestructura y la promoción de la educación son inversiones que benefician a la gente, y que apoyan el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Las recomendaciones del reporte del PNUD, *Unleashing Entrepreneurship: Making Business Work for the Poor*, se encuentran en línea con nuestros llamados para un ambiente más apropiado para los negocios.

Cimientos para el Sector Privado & Pilares del Empresariado

Las recomendaciones del reporte del PNUD son:

En la esfera privada:

Movilizar capacidades y recursos

- > Enfoque de las capacidades del sector privado para apoyar empresarios y firmas
- > Construir ecosistemas y enlaces para buscar negocios de la base de la pirámide
- > Establecer estándares

En la esfera pública:

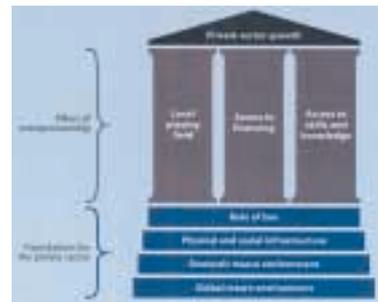
Crear un ambiente apropiado

- > Reformar las regulaciones y fortalecer la aplicación de la ley
- > Formalizar la economía
- > Involucrar al sector privado en los procesos de políticas

En la esfera pública - privada:

Alianzas e innovación

- > Desarrollar más opciones financieras para los empresarios
- > Construir liderazgo, habilidades empresariales y formación
- > Alianzas comerciales públicas-privadas para servicios básicos



Fuente: PNUD *Unleashing Entrepreneurship: Making Business Work for the Poor*

Estableciendo un sólido marco legal y regulatorio



“Los costos asociados con el crimen, la corrupción, el exceso de regulación, debilidad en imponer el cumplimiento de los contratos y una infraestructura inadecuada pueden llegar a ser una cuarta parte de la facturación de la compañía, o más de tres veces lo que la compañía paga generalmente de impuestos ”

Banco Mundial, *World Development Report 2005: A Better Investment Climate for Everyone*

Frecuentemente, en el pasado, la ayuda ha fallado en llegar hasta los más necesitados. Ha sido desviada para el beneficio de gobernantes autoritarios, estimulando la corrupción y proporcionando incentivos para el mal gobierno. Las buenas instituciones y la estabilidad política son más importantes para el desarrollo de las naciones que la geografía o la política económica.

Sin una buena gobernabilidad, los negocios no prosperarán y no habrá crecimiento de la riqueza. Ningún país saldrá por sí mismo de la pobreza sin un sólido marco regulatorio y legal, que promueva y mantenga la aplicación de la ley.

Defendiendo la aplicación de la ley

La aplicación de la ley abarca la seguridad de la tenencia de la tierra y la definición clara de la protección de los derechos de propiedad. Es fundamental la consistencia en la forma como se aplican las regulaciones, la responsabilidad del gobierno, la transparencia y un ambiente estable de políticas que establezca claramente los derechos y deberes de las empresas y otras partes interesadas. De acuerdo con el *World Development Report*⁷ de 2005, más del 90% de las firmas se queja de la diferencia entre las normas y lo que pasa en la práctica.

Apoyar la aplicación de la ley es parte de los derechos humanos, que incluyen seguridad contra la violencia y el abuso físico, libertad de género, no discriminación étnica ni social, y equidad frente a la ley.

La seguridad de la vida y de la propiedad son esenciales, lo mismo que los mercados justos y eficientes en los cuales los derechos de propiedad puedan ser negociados. La negación de estos derechos básicos, fomenta la pobreza e inhibe el crecimiento económico.

“El sistema de la propiedad privada es la garantía más importante de la libertad, no solamente para aquellos que poseen la propiedad, sino para aquellos que no la poseen. ”

Friedrich August Hayek, Economista

El economista peruano y líder pensador sobre el desarrollo, Hernando de Soto, ha mostrado con sus encuestas, que los pobres en países como Perú, Haití,

Egipto y las Filipinas, tienen recursos sorprendentemente grandes, representados en las casas en que viven y en sus talleres o tiendas, pero no pueden obtener capital sobre esos recursos por que no tienen las escrituras de propiedad y por ello no los pueden usar como garantías.

La falta de los títulos sobre la tierra es un problema significativo en muchos países y un asunto primordial para los pobres en la India. En contraste, en Sri Lanka, donde los derechos de propiedad son más seguros, Holcim a través del sistema de autoconstrucción a entregado casas de cemento, con establecimiento comercial, para familias pobres.

Fallar en mantener el cumplimiento de la ley condena nuestras iniciativas al colapso, y frecuentemente evita que las empresas realicen la transferencia de modelos exitosos en pro de los pobres a regiones necesitadas.

Desarraigando la corrupción

El tratamiento efectivo de la corrupción en todos los niveles del gobierno, tanto regional como local es crítico. La corrupción institucional se alimenta de la corrupción personal y debe ser eliminada. Los salarios adecuados para los servidores públicos, en particular a nivel local, evitan el riesgo de los sobornos y la deshonestidad.

Un reporte⁸ de las Naciones Unidas que analiza la cadena de valor del piretro (una variedad de crisantemo usada para la producción de insecticidas), muestra que los esfuerzos de SC Johnson para mejorar los modos de vida de subsistencia de los campesinos en Kenia, se ha visto reducido por la corrupción, ya que a los campesinos no les llega el total de los beneficios de los ingresos provenientes de sus cosechas, por causa de los intermediarios.

En Sudáfrica, las iniciativas de la empresa Eskom, para promover el empoderamiento económico negro, ocasionalmente se han visto estropeadas por individuos corruptos y por compañías que han tratado de utilizar la iniciativa BEE, para sacar provecho injustamente de las oportunidades de negocio.

La corrupción endémica en los niveles bajos y el nepotismo, siguen siendo preocupación de los gobiernos locales y en la comunidad empresarial de muchas partes de África. De la misma forma que Eskim, la mina Palabora propiedad de Río Tinto en Sudáfrica, ha experimentado dificultades con algunos posibles proveedores que desean asegurar contratos, bajo la política de cuotas del Empoderamiento Económico Negro, pero que no cumplen con los estrictos requisitos exigidos. Frecuentemente la compañía le da a estas empresas algunos

meses para el cumplimiento total, y en muchos casos logran el cumplimiento, pero aquellos que no lo logran son excluidos de los procesos de ofertas.

No queremos decir que la corrupción es un mal que solamente aqueja a los países en desarrollo, durante la década pasada se han visto ejemplos impresionantes de corrupción en gran escala, en algunas de las naciones más ricas. Lo que queremos resaltar es que la corrupción causa daño en cualquier lugar que se presente.

Haciendo más eficiente la burocracia

“Mito 1: la reforma de la regulación es costosa. La verdad es que los análisis muestran que la relación beneficio-costos de tales reformas es del orden de 25:1”

Banco Mundial, *Doing business in 2005: Removing Obstacles to Growth*

Para aumentar la eficiencia y atraer la inversión, las regulaciones deberían restringirse a las áreas donde son absolutamente necesarias. En los países en desarrollo la carga de la regulación es a veces desproporcionadamente grande, retardando los procesos de negocios e incrementando los costos de transacción. En contraste con los países desarrollados, las empresas encuentran hasta el triple de costos administrativos y casi el doble de procedimientos burocráticos y pérdida de tiempo en relación con ellos⁹.

De acuerdo con el reporte del Banco Mundial, *Doing Business in 2005*, toma tan solo dos días registrar un negocio en Canadá, 153 días en Mozambique y 203 en Haití.

Demasiada regulación confusa y una burocracia sofocante eliminan el empresariado y disminuyen el crecimiento económico, disuaden a las grandes empresas y paralizan el arranque de empresas locales. En contraste, la eliminación del papeleo libera el espíritu empresarial y da nacimiento a la prosperidad.

En la India, Philips ha encontrado dificultades para lograr la aprobación de la adquisición de medicamentos para sus nuevas clínicas móviles, debido a la regulación tan pesada del área del sector de la salud. También ha experimentado retrasos en la aprobación de las clínicas móviles.

En Kenia las ineficiencias del mercado y los precios poco competitivos del piretro son algo endémico, debido a la naturaleza monopolística del Pyrethrum Board of Kenya (PBK), una agencia paraestatal que controla el negocio del piretro en toda la nación. La dependencia del PBK del gobierno trae como consecuencia que cada vez que cambia el gobierno, se afecte la relación entre el PBK y los compradores y proveedores de piretro.

Un reporte de las Naciones Unidas concluyó que la posición monopolística del PBK, que prohíbe comprar directamente a los campesinos, tiene un impacto negativo, no solamente en los campesinos y su modo de vida, sino también en la supervivencia futura del sector¹⁰ del piretro en Kenia.

Los países deben establecer una administración pública responsable y eficiente que provea servicios públicos eficientes. La capacidad institucional es crítica, incluyendo las medidas para elevar las competencias de los servidores públicos.

En el lugar donde opera en Sudáfrica la mina Palabora, de Río Tinto, el gobierno local, al igual que en otras áreas del país, se encuentra plagado de serias deficiencias institucionales. La fundación Palabora está trabajando con los gobiernos locales para ayudarles a obtener el cumplimiento de algunos objetivos del Plan de Desarrollo Integrado, y asegurar fondos adicionales para el desarrollo económico local. Palabora contribuye suministrando el apoyo en técnicas de negocios y administración financiera. Aquí, el incremento de la capacidad institucional mejoraría el acceso a fondos para proyectos más grandes de desarrollo local.

Áreas claves para la acción en colaboración

Las empresas pueden tomar el liderazgo para el mejoramiento de las condiciones marco por medio de:

- > Iniciativas transparentes para fortalecer la gobernabilidad
- > La participación activa en el diseño de políticas

El gobierno puede liderar por medio de:

- > Sustener y promover el cumplimiento de la ley
- > Proteger los derechos humanos y la igualdad ante la ley
- > Proteger unos derechos de propiedad claros y comerciables
- > Desarraigar la corrupción en todos los niveles
- > Pagar salarios adecuados a los servidores públicos

El gobierno, las empresas y la sociedad civil pueden trabajar juntos para:

- > Desarraigar la corrupción de las juntas directivas
- > Elevar las capacidades de los servidores públicos



Las empresas afiliadas al WBCSD buscan estimular la economía local y llegar a ser parte integral del tejido económico en las naciones en desarrollo. Al desarrollar lazos con las empresas locales, se considera a estas empresas como un componente esencial de la cadena de valor y fundamentales para el éxito.

Ya sea Philips o Unilever suministrando productos esenciales para las poblaciones de bajos ingresos e involucrando a los proveedores locales y al personal del sector de la salud, ConocoPhillips enseñando técnicas administrativas a los empresarios locales, Eskom o Río Tinto proporcionando oportunidades para que los *Individuos Anteriormente en Desventaja* puedan participar de la economía, o SC Johnson proveyéndose del ingrediente activo para su insecticida, todos han invertido en el desarrollo de las capacidades de las pequeñas empresas para ayudarlas a ser socios de negocio más competitivos.

Las economías emergentes se benefician de las mejores prácticas de negocios, y de la creación de capacidades, para la construcción de una base diversificada de exportaciones, y la provisión de servicios para el sector privado. Una compañía internacional que invierte en una nación en desarrollo, no solamente trae una nueva fuente de ingresos, sino también, transferencia de habilidades, tecnologías, conocimientos administrativos y buenas prácticas. La transferencia de habilidades se realiza mucho más rápido que si se crea una base técnica industrial desde cero.

El reto es llevar a las PYMES hasta el cumplimiento de los estándares de la cadena de proveedores globales. Los empresarios locales requieren de un mejor acceso a la información sobre tecnología, mejores técnicas administrativas, formación y toma de conciencia de los requisitos técnicos. También necesitan acceso a soluciones financieras, para que puedan suministrar productos y servicios oportunos y de acuerdo con los estándares internacionales.

Formación y educación

La inversión en capital humano es un componente esencial de la creación de riqueza. Esto es reconocido en el Objetivo de Desarrollo del Milenio (Meta 3) *empoderamiento de las comunidades de bajos ingresos por medio del acceso universal a la educación primaria*. Adicional a esto, una mejor formación vocacional para adultos y jóvenes, también apoya el desarrollo y mejora las perspectivas de empleo de los jóvenes. (Meta 16).

Recomendamos encarecidamente que se implementen estrategias operacionales para formación y retención de trabajadores calificados para ayudar a disminuir y revertir la fuga de cerebros de muchas naciones en desarrollo, para asegurar una fuerza de trabajo capaz que pueda suministrar servicios locales eficientes.

Estas estrategias no solamente crean un banco de mano de obra especializada, requerida para integrar las comunidades empobrecidas dentro de la cadena valor (como proveedores, distribuidores o subcontratistas), sino que también le permitirán a la gente de la localidad aprovechar nuevas oportunidades, y tomar decisiones con conocimiento (como clientes o como socios de negocios).

Reconocemos que realizar cambios duraderos de la noche a la mañana es difícil, y requiere esfuerzos permanentes. La política BEE en Sudáfrica, establece metas ambiciosas, pero se requiere de un avance significativo en educación, salud y práctica vocacional, antes de que los *Individuos Anteriormente en Desventaja*, sean capaces de llevarse todos los beneficios de la nuevas oportunidades de empleo que se les ofrecen a través de las iniciativas BEE.

Acceso a la financiación

Muchas PYMES tienen los productos y el potencial para suministrarlos a las corporaciones internacionales, sin embargo, la falta de acceso a una financiación económica y adecuada es el mayor impedimento para su desarrollo. Estas firmas, a veces jóvenes, no tienen la historia crediticia ni los activos para obtener un crédito por las vías tradicionales, aun si las “vías tradicionales” están disponibles en sus países. El sector bancario local muchas veces tiene serios problemas de subdesarrollo, el financiamiento de las PYMES por medio de contratos prefinanciados y otras soluciones comerciales de financiamiento estructuradas, pueden acelerar la integración de las PYMES dentro de la cadena de proveedores.

SC Johnson y el Grupo Nueva reconocen que el acceso a las finanzas es crítico para lograr que los campesinos mejoren su productividad (comprando bombas y sistemas de riego). En Indonesia Rabobank está promoviendo las cooperativas agrarias para los cultivadores de soya, que les permitirían a los campesinos de bajos ingresos, el acceso a créditos económicos. Unilever también está ayudando a las empresarias Shakti, a obtener acceso a microcréditos para hacer crecer sus negocios.

En Azerbaiyán, BP está explorando el uso de soluciones financieras estructuradas para las PYMES con el fin de ayudarlas a crecer y a ser competitivas internacionalmente. La falta de acceso a financiamiento especializado es muy severa y reduce el crecimiento de las PYMES locales. De acuerdo con un estudio del Banco Mundial, solamente el 4% de las PYMES azerbaijanas tiene acceso a un préstamo de banco. Compañías como Eskom, AngloAmerican y Río Tinto también ayudan a sus aspirantes a proveedores a obtener fuentes de financiamiento.

El acceso a las finanzas es crítico para permitir a los hogares de bajos ingresos comprar productos y servicios que mejoren sus vidas. Una subvención disminuye los costos de instalación de los paneles solares de EDF; Holcim ha estructurado microcréditos para sus soluciones de vivienda para las familias

Pobres en Sri Lanka, y Vodafone ha adaptado su tecnología de teléfonos móviles en África para facilitar el acceso a las microfinanzas.

Desarrollo de la cadena de proveedores

La creación de capacidades es la esencia del desarrollo de la cadena de proveedores. La asistencia con financiamiento por sí sola raramente llevará a los proveedores locales hasta los niveles exigidos por los estándares de las corporaciones internacionales. La unión de las habilidades técnicas y de ingeniería apropiadas con la práctica es un factor crítico de éxito. Integrar las soluciones de creación de capacidades dentro de alianzas, puede llevar al establecimiento de relaciones fuertes entre las firmas internacionales y los proveedores locales.

El Centro Empresarial de BP en Azerbaiyán, sirve como foro para que las firmas aspirantes a ser proveedores hagan negocios con BP, como centro de formación en técnicas de negocios, transferencia de tecnología y buenas prácticas, para que los posibles inversionistas extranjeros aprendan de las experiencias de BP. De la misma manera, Río Tinto y Eskom con sus bases de datos de BEE ayudan a construir lazos fuertes con las empresas locales.

Áreas claves para la acción en colaboración

Los negocios pueden liderar la creación de capacidades en las PYMES por medio de:

- > Transferencia tecnológica
- > Inversiones directas en equipo y asistencia técnica
- > Tecnología de la información (IT)
- > Mercadeo
- > Organización del lugar de trabajo
- > Control de calidad
- > Salud y seguridad ocupacional
- > Administración y desarrollo de personal
- > Formación en administración financiera
- > Acceso a información
- > Cumplimiento de requisitos técnicos
- > Identificación de asociados extranjeros
- > Formación en procesos de licitación
- > Facilitando el acceso a las finanzas

El gobierno puede liderar por medio de:

- > Educación primaria y secundaria
- > Formación vocacional
- > Proporcionando incentivos para que los inversionistas extranjeros trabajen con los proveedores locales

El gobierno, las empresas y la sociedad civil pueden trabajar juntos para:

- > Crear alianzas para promover la formación de trabajadores calificados
- > Facilitar el acceso a las finanzas

Realizando inversiones en infraestructura



La prosperidad económica no se puede lograr cuando a las economías, individualmente o en conjunto, les falta infraestructura básica. Carreteras, puertos, redes ferroviarias, telecomunicaciones, acceso a la energía y al agua para uso doméstico y agrícola, son algunos de los servicios básicos requeridos para facilitar el transporte y el comercio.

La infraestructura poco adecuada, como las vías deterioradas y las poblaciones remotas y dispersas, hace que sea muy difícil para los campesinos llevar sus productos al mercado, e igualmente dificulta el acceso a los insumos. En la India, proveer a las empresarias Shakti con los productos de Unilever, puede ser una labor muy costosa por las distancias tan largas y por el poco valor de los inventarios suministrados. Como consecuencia, las empresarias se encuentran distribuidas a lo largo de rutas particulares para que la distribución sea más costo efectiva.

Las comunidades rurales y urbanas pobres pueden comenzar a participar en el crecimiento de la economía global, si se les provee de las herramientas básicas para hacerlo. Invertir en la construcción y renovación de la infraestructura básica, liberará el empresariado individual y permitirá que el talento y la creatividad lleven a resultados duraderos.

Es imperativa la inversión pública y privada en la infraestructura apropiada, para facilitar el comercio y la actividad económica esencial para el logro de los Objetivos. Simultáneamente con políticas macro económicas sensatas, exhortamos a un aumento significativo y bien pensado de las inversiones en infraestructuras vitales, tales como carreteras, electricidad, puertos, telecomunicaciones y otras, que forman los cimientos del crecimiento económico.

En algunos contextos, los negocios en pro de los pobres pueden ser adaptados considerando las limitaciones locales de infraestructura. En Marruecos, el costo de conectar las áreas remotas a la red eléctrica son prohibitivos; para suplir esta necesidad, EDF suministra paneles solares a clientes de las áreas rurales. En la India, la pobreza de la infraestructura rural y del suministro de servicios de salud, crearon la necesidad de las clínicas móviles de Philips. Pero con el fin de llegar a áreas aún más remotas Philips necesita soluciones todavía más innovadoras, tales como una camioneta más pequeña capaz de cruzar terrenos más difíciles.

Muchas de nuestras iniciativas sufren de los efectos negativos de la falta de infraestructura de muchas de las regiones del mundo. En Ghana esto ocasiona el aumento de los costos de transporte de la sal fortificada Annapurma de Unilever. Es difícil llevar los sobres del purificador de agua PUR® de P&G, a las víctimas de desastres por la falta de carreteras y otras infraestructuras básicas.

Áreas claves para la acción en colaboración

Los negocios pueden liderar el desarrollo de infraestructura por medio de:

- > Suministro de capacidad para construir, operar y mantener infraestructura de forma costo efectiva

El gobierno puede liderar por medio de:

- > Establecer y mantener políticas económicas sensatas
- > Aumentar la inversión proyectada
- > Apoyar el cumplimiento de la ley y proteger los derechos de propiedad
- > Supervisar los proyectos hasta su completa finalización
- > Renovar y mantener la infraestructura existente
- > Asegurar que los nuevos proyectos beneficien a todos incluyendo los más pobres

El gobierno, las empresas y la sociedad civil pueden trabajar juntos para lograr:

- > Alianzas públicas-privadas, electrificación, agua potable y saneamiento básico, telecomunicaciones y otra infraestructura básica.

No es sorprendente que el informe de Sachs, *Investing in Development* afirme que “se necesitan sistemas públicos sólidos para suministrar el capital humano y la infraestructura que se requiere para que las firmas prosperen y tengan acceso a los mercados mundiales”. Las empresas afiliadas al WBCSD apoyan firmemente el llamado hecho en el reporte de inversión en infraestructura básica, capital humano, y buena gobernabilidad para establecer las bases para las exportaciones diversificadas, y el crecimiento económico, liderados por el sector privado.

“El logro de los objetivos se trata principalmente de realizar las inversiones esenciales en infraestructura y capital humano, que permitan a la gente pobre unirse a la economía global.”

Jeffrey Sachs, *Investing in Development. A Practical Plan to Achieve the Millenium Development Goals*

Energía – la conexión perdida

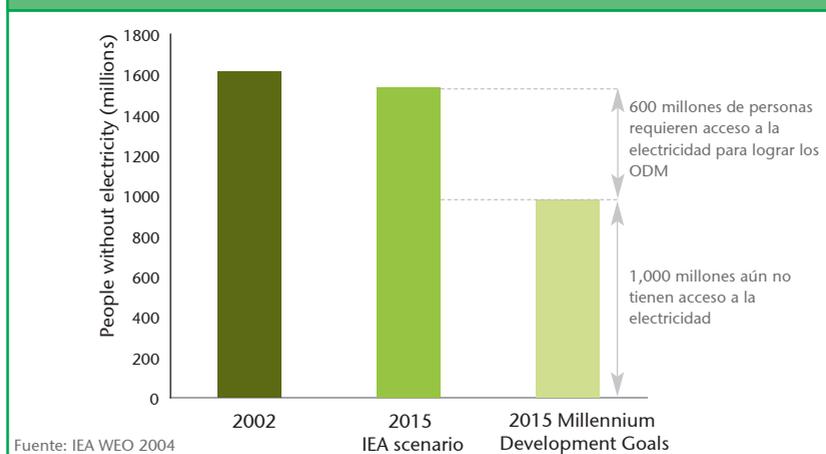


Aunque no es técnicamente un Objetivo de Desarrollo del Milenio, ni una meta específica, la energía es sin embargo un elemento fundamental para el desarrollo. Sin energía no podemos cocinar, no hay refrigeración para comida o medicinas y no hay telecomunicaciones. Sin energía el uso de maquinaria y transporte se reduce severamente. Actualmente 2,400 millones de personas dependen de la biomasa como combustible deteriorando el medio ambiente y afectando la salud humana, con un efecto desproporcionado sobre las mujeres y niños que desperdician su tiempo recolectando leña.

La provisión de energía tiene un impacto indirecto – pero crítico – sobre la salud, la productividad y en nuestra propia supervivencia, ya que la energía influencia todos los aspectos de la vida humana. Por ejemplo, 1,600 millones de personas no tienen acceso a la electricidad, por ello es crucial para el cumplimiento de los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio el suministro de electricidad.

Con el fin de cumplir las metas de los ODM, la Agencia Internacional de Energía (IEA) estima que para 2015, 500 millones de personas adicionales necesitarán acceso a la electricidad. Esto requerirá una inversión adicional de \$200 mil millones de dólares de aquí hasta ese año. Para conseguir una inversión de ese tamaño, los gobiernos deben permitir que los negocios provean una parte de la solución, apalancando sus capacidades operacionales, administrativas y financieras. Las empresas líderes también pueden proveer a los países en desarrollo con tecnologías más modernas, adecuadas a sus necesidades y más costo efectivas, facilitando el acceso a un mayor número de personas y reduciendo la huella ambiental causada por el aumento en el consumo de energía.

Personas sin acceso a la electricidad



La tabla muestra las consecuencias en el consumo de energía, de disminuir a la mitad la pobreza en los países en desarrollo en el año 2015. De acuerdo con los estimados de la IEA, 600 millones de personas necesitan obtener acceso a la energía para cumplir los OMD.

No queremos decir que apoyamos la privatización total, pero hay que reconocer que los negocios juegan un papel importante, y que los gobiernos tienen la responsabilidad de asegurar que se encuentran disponibles los mecanismos de mercado apropiados, para reducir los costos del suministro de energía y asegurar la recuperación de los costos operacionales. El acceso a la energía solo será sostenible si los inversionistas y los proveedores del servicio pueden obtener el rendimiento adecuado.

Sin importar si son macroproyectos o microsoluciones, hay que superar numerosas barreras antes de que la energía sea accesible y económica para todos. Los proyectos de infraestructura de gran escala, tales como las plantas generadoras de energía, representan una inversión gigantesca y requieren de alianzas complejas entre gobiernos, inversionistas y operadores para asegurar la financiación necesaria. Debido a que los proyectos de energía son extremadamente intensivos en capital, y por ellos se encuentran expuestos a altos riesgos financieros, hay que considerar las variaciones de la moneda para la recuperación de la inversión inicial en un largo período. Una vez construida la planta, la seguridad de la instalación es primordial y se requiere un esfuerzo permanente, para mantener el cumplimiento de la ley y el respeto de los derechos de propiedad, para protegerla contra las expropiaciones. Por otra parte, muchos proyectos de energía fallan por que no se consideraron la operación y el mantenimiento a largo plazo.

Las microsoluciones como la electricidad solar, el gas licuado del petróleo (GLP), la biomasa o las hidroeléctricas en pequeña escala, a veces son mejores para ampliar el acceso a la energía en comunidades remotas, las cuales se pueden llevar a regiones específicas y no requieren de una gran inversión inicial. Pero los costos relativamente altos de estas tecnologías hacen necesarios los subsidios para reducir los precios y lograr que la energía sea accesible a los hogares con bajos ingresos.

Los subsidios son una herramienta política poderosa, pero debe ser usada con precaución. Donde la competencia entre fuentes alternativas de energía requiere ser estimulada, para mitigar el impacto ambiental del consumo de energía, los subsidios pueden ser un incentivo, para motivar a los usuarios a comprar energía de fuentes amigables con el medio ambiente. Sin embargo los subsidios, ocasionalmente, pueden afectar el sentido de propiedad, y promover la pérdida de responsabilidad, con un uso excesivo o un mantenimiento muy pobre del servicio.

Esta matriz de energía muestra la importancia del suministro en el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio

Energía y los OMD		
Meta	Impacto directo	Impacto indirecto
1. Ingreso 	<ul style="list-style-type: none"> > Permite el desarrollo empresarial > Mayor productividad usando maquinaria > Permite que la gente trabaje independientemente de la luz del día > Se crean empleos con los pequeños proveedores locales de energía 	<ul style="list-style-type: none"> > Esencial para el crecimiento económico > Mejor acceso a mercados e información > Los combustibles limpios y eficientes reducen el porcentaje del ingreso hogareño gastado en cocina, luz y calefacción; libera tiempo para otras actividades que dan ingresos
2. Hambre 	<ul style="list-style-type: none"> > Permite tener alimentos nutritivos cocinados > Aumenta la eficiencia agrícola > Mejora la conservación de los alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> > Energía para riego y agua limpia > Producción de fertilizantes químicos
3. Educación 	<ul style="list-style-type: none"> > Libera el tiempo de los niños dedicado a recolectar leña y otras actividades > Suministra iluminación a las escuelas 	<ul style="list-style-type: none"> > Uso de medios educativos y de comunicación modernos > Reduce la migración de profesores
4. Equidad de género 	<ul style="list-style-type: none"> > Libera el tiempo dedicado por mujeres y niñas a actividades de supervivencia 	<ul style="list-style-type: none"> > La iluminación de las calles mejora la seguridad para las mujeres
5. Mortalidad infantil 	<ul style="list-style-type: none"> > Reduce la contaminación del aire hogareño (causante del 20% de los 11 millones de fallecimientos de niños al año) > Un ambiente hogareño más saludable (menos quemaduras e incendio) 	<ul style="list-style-type: none"> > Consumo de alimentos nutritivos, cocinados y de agua hervida > Mejora de la salud
6. Salud materna 	<ul style="list-style-type: none"> > Mejores instalaciones médicas para el cuidado materno 	<ul style="list-style-type: none"> > Reduce la carga de trabajo y los trabajos manuales pesados
7. SIDA 8. Malaria / enfermedades graves 	<ul style="list-style-type: none"> > Permite el uso de equipos y que hospitales y clínicas trabajen en la noche > La refrigeración permite almacenar vacunas y medicinas > Disposición segura de jeringas usadas 	<ul style="list-style-type: none"> > Energía para desarrollo, producción y distribución de medicinas y vacunas > Permite el acceso a medios educativos sobre la salud
9. Sostenibilidad ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> > Aumento de la productividad agrícola por el uso de maquinaria y riego, que permite reducir el terreno cultivado, disminuyendo la erosión y la pérdida de la fertilidad del suelo 	<ul style="list-style-type: none"> > La producción de energía limpia promueve una mejor gestión de los recursos naturales
10. Agua potable 	<ul style="list-style-type: none"> > Permite la purificación y el bombeo del agua para beber 	<ul style="list-style-type: none"> > Facilita el transporte de agua limpia
11. Vivienda y sanidad 	<ul style="list-style-type: none"> > Provee energía y agua por tuberías a los pobres de las ciudades 	<ul style="list-style-type: none"> > El uso eficiente de la energía ayuda a reducir la contaminación local y mejora las condiciones de los pobres
17. Medicinas esenciales 	<ul style="list-style-type: none"> > Energía requerida para desarrollar, fabricar y distribuir medicinas y vacunas 	
18. Transferencia tecnológica 	<ul style="list-style-type: none"> > Uso de tecnologías modernas y medios de comunicación 	

Logrando que los mercados trabajen para el desarrollo



Las condiciones marco que dificultan el desarrollo no son solamente nacionales, algunas son internacionales. El desarrollo es más prospero en los mercados globales abiertos, transparentes y competitivos, pero los subsidios injustos, los aranceles y las barreras comerciales, continúan favoreciendo a los campesinos y a los sectores débiles de los países ricos, por encima de las exportaciones más competitivas de los países en desarrollo. Las normas comerciales existentes no son equitativas. Cada vaca en Europa recibe un subsidio de \$2 dólares diarios en promedio, esto es el equivalente al ingreso diario de casi la mitad de la población del mundo. Los países en desarrollo, especialmente de África, no podrán salir de la pobreza por medio del comercio a no ser que los subsidios injustos se eliminen y se cree un terreno de juego nivelado.

El tema del comercio mundial no puede ser ignorado, algunos negocios tienen intereses creados y desean conservar los subsidios injustos. Las empresas afiliadas al WBCSD, permanentemente han expresado la necesidad de nivelar el campo de juego para ampliar el mercado e incluir tanta gente como sea posible¹¹. La comunidad de negocios en general, reconoce los beneficios de un mundo liberalizado y abierto, donde la riqueza se crea mejorando la productividad global, los países prosperan por medio de la especialización que les permite el comercio, y los recursos son llevados donde se utilizan más eficientemente. Las empresas del WBCSD, se encuentran interesadas en ver el desarrollo de los países pobres, ya que el crecimiento económico les dará las bases para sus mercados y les dará los clientes en el futuro.

Por ello las empresas del WBCSD hacen un llamado a los gobiernos para trabajar en la remoción de los aranceles que distorsionan el mercado y en el establecimiento de un mercado global abierto, transparente y regulado. Algunos de los beneficios del desarrollo pueden ser enormes. Las estimaciones sugieren que si África pudiera ganar un punto adicional del mercado mundial del comercio, recibiría \$70 mil millones de dólares adicionales al año por concepto de exportaciones. Más del triple de lo que recibe la región en ayuda internacional. Los beneficios del incremento del comercio son mucho mayores que los beneficios del incremento de la ayuda.

No se puede esperar que los negocios desempeñen su papel, si los gobiernos poderosos insisten en reglas para el comercio global que van en contra del desarrollo. Los países ricos tienen tanto que hacer como los países pobres en la liberación del comercio. Es igualmente importante para las naciones, remover las barreras comerciales que existen dentro de cada región, para que pueda crecer el comercio entre países vecinos. No se necesita esperar hasta la próxima reunión de Doha, para reducir las costosas medidas proteccionistas. Singapur, Botswana, Mauricio, Marruecos y otros más, han demostrado que los países ya se están beneficiando de la apertura de sus economías.

El comercio y el desarrollo fomentan la paz y la prosperidad. Tal como decía el economista del siglo diecinueve Frédéric Bastiat “Si las mercancías no pueden cruzar las fronteras, los soldados lo harán.”

4

Construyendo un futuro sostenible

Creando el efecto multiplicador

Estableciendo prioridades





La pobreza ocasiona inestabilidad política y económica, una gran amenaza para los negocios y el desarrollo sostenible

La extrema pobreza lleva a la gente a ocuparse de los temas de corto plazo dejando de lado los de largo plazo. La lucha por la supervivencia diaria hace que la gente ponga poca atención a las consecuencias futuras de sus decisiones, por ejemplo la pérdida de biodiversidad, resultante de la tala de árboles para cocinar y construir viviendas, o causada por los campesinos que deforestan para tener mas tierras de cultivo. En Sumatra, los incendios para limpiar la tierra provocaron una contaminación al aire tan grande, que se declaró el Estado de Emergencia en el país vecino Malasia.

El aumento de la prosperidad construye el camino hacia la paz y la estabilidad. También permite a la gente considerar las necesidades de las generaciones futuras y en consecuencia, trabajar hacia el desarrollo sostenible.

Las empresas tienen un interés especial en la promoción de la estabilidad y la prosperidad en el mundo, porque solamente entonces se puede crear más riqueza y oportunidades. Las empresas tienen interés en promover el desarrollo sostenible.

El desarrollo se logra mejor con transparencia y mercados globales competitivos

La ayuda puede ser útil pero jamás será suficiente. El principal problema es que no es sostenible. Los países ricos no quieren canalizar indefinidamente el dinero de sus contribuyentes hacia los países pobres. Las naciones en desarrollo no desean ser demasiado dependientes de la ayuda internacional porque debilita la soberanía y ahoga el crecimiento económico. La ayuda debería utilizarse para reactivar el desarrollo y entonces permitir que los empresarios locales y los inversionistas extranjeros lo guíen. La creación de una base amplia de oportunidades económicas para generar riqueza es la única solución sostenible.

Los pobres no quieren caridad. Quieren ser jugadores activos de la economía de mercado. Quieren trabajo, quieren facturas - un signo de legitimidad - quieren elegir y quieren incluso productos de entretenimiento que algunos observadores externos considerarían lujos.

El comercio, la globalización, un mercado abierto y regulado, son las herramientas más efectivas para ayudar a la gente a salir por si misma de la pobreza, y crear modos de vida sostenibles. Ir hacia la economía competitiva basada en el mercado, es el camino a seguir si queremos obtener beneficios en la mayor escala posible. También es la opción más costo efectiva

El comercio y las oportunidades que trae la globalización ya han generado beneficios sin precedentes, y han mejorado las vidas de millones de personas. Sin embargo, necesitamos ampliar el banco de beneficiarios, para incluir a los campesinos pobres de Guatemala, deseosos de vender sus cosechas al extranjero, a los empresarios africanos, que quieren pagar sus cuentas sin tener que caminar dos días hasta el banco, o a los cultivadores de soya en Indonesia, que quieren comprar semillas sin recurrir a préstamos con intereses de usura.

El tema de lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio es tan vasto, y los contextos son tan complejos, que se requiere que todas las partes interesadas enfrenten este reto desde diferentes puntos de vista y tomen iniciativas diferentes. Una estrategia impuesta y dominada por un grupo de partes interesadas no funcionará. Lo que se necesita es un portafolio de soluciones prácticas de desarrollo para ayudar a las comunidades y a grupos específicos a salir de la pobreza. La coordinación entre todas las partes interesadas es fundamental para maximizar los beneficios del desarrollo.



Los negocios está redefiniendo su papel en la lucha contra la pobreza, y están liderando nuevas formas de enfrentar los retos del desarrollo

El empresariado siempre ha sido la base de la creación de riqueza. El desarrollo solamente será más rápido si apoyamos el desarrollo liderado por el sector privado, acogiendo la soluciones empresariales para los retos del desarrollo.

Los negocios representan uno de los elementos más creativos y progresivos de la sociedad. La movilización de recursos del sector privado para crear modelos de negocios innovadores, abre nuevos caminos para el crecimiento en los países en desarrollo, al tiempo que beneficia a las comunidades de bajos ingresos.

La buena gobernabilidad es fundamental para que los negocios sean parte de la solución. Los negocios necesitan condiciones marco que los apoyen para contribuir al desarrollo.

El objetivo número 8 de los Objetivos de Desarrollo del Milenio reúne diversas metas. Se centra en la creación de una alianza global para el desarrollo - el sector privado forma parte integral de esa alianza.

Los gobiernos y el sector privado deberían coordinar sus esfuerzos. La alianza pública-privada en proyectos específicos, ofrece una forma de enfrentar los retos, tal como el suministro de agua a las comunidades de bajos ingresos. La empresa francesa de gestión del agua Suez, por ejemplo, ha establecido una relación contractual con el gobierno brasileño, para extender la red de agua a los barrios informales alrededor de Manaus, una ciudad localizada en el Amazonas.

A nivel nacional, las condiciones marco se pueden mejorar rápidamente a través de un acuerdo en las estrategias entre los gobiernos donantes y los que reciben, para asignar una parte significativa de la ayuda a la creación de un ambiente de negocios apropiado.

A nivel global, los negocios y los gobiernos deberían trabajar en conjunto para eliminar los subsidios que distorsionan los mercados para crear un campo de juego nivelado.



Con el fin de crear las condiciones apropiadas para la inversión, recomendamos que los políticos consideren tres prioridades:

- > Buena gobernabilidad
- > Capacitación de las PYMES
- > Infraestructura

Las compañías afiliadas al WBCSD exhortamos a los políticos a:

- > **Apoyar la ayuda extranjera para el desarrollo.** Para atraer más inversión directa extranjera a las naciones en desarrollo. La inversión en la creación de condiciones marco de apoyo paga dividendos, ya que tiene un efecto multiplicador sobre el crecimiento económico y el desarrollo local.
- > **Orientar la ayuda de acuerdo con la situación local.** La ayuda para las naciones en desarrollo debe orientarse hacia los gobiernos que demuestran compromiso y progreso en la buena gobernabilidad. En los países con poca gobernabilidad, la ayuda deber dirigirse a iniciativas desarrolladas en alianzas con ONGs y/o con el sector privado.
- > **Involucrar al sector privado en el desarrollo de estrategias.** Cuando los gobiernos identifican necesidades de desarrollo a nivel país, y formulan estrategias de reducción de la pobreza, deberían involucrar al sector privado desde el principio.
- > **Establecer el suministro de energía como una prioridad.** El suministro adecuado de energía en las naciones en desarrollo, es fundamental para apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.
- > **Abrir los mercados internacionales a los bienes y servicios de las naciones en desarrollo,** Permitir a las naciones en desarrollo fortalecer su comercio internacional, estimula el crecimiento y crea riqueza.
- > **Trabajar para mejorar las condiciones marco.** Dentro de los países, para crear un “espacio seguro” que inspire confianza para los inversionistas locales y extranjeros, estimula la innovación, el empresariado, la inversión y el crecimiento económico sostenido. Estas mejoras benefician a los inversionistas extranjeros, a los empresario locales y sobre todo, a los más pobres.

Las condiciones marco inapropiadas ahogan el desarrollo. Para liberarlas, los políticos necesitan trabajar permanentemente, con perseverancia y compromiso. Aunque se den pequeños pasos en la dirección correcta, son muy benéficos y sirven como catalizador para el crecimiento.

Estas prioridades demandan nuestra atención. Con ellas se puede lograr un gran avance hacia el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Sin embargo, es

igualmente importante tener en mente, que las condiciones marco no solamente son domésticas; también son internacionales. La creación de un ambiente competitivo a nivel nacional e internacional es crítica, si queremos cosechar los beneficios del comercio e incrementar la prosperidad de todos.

Todos los retos globales están relacionados. Para promover el desarrollo necesitamos estar atentos al ambiente. Nuestras elecciones y prioridades tendrán consecuencias serias. Habrá tensión y negociaciones. No hay respuestas ni soluciones perfectas. Con casi la mitad de la población mundial viviendo en la pobreza la importancia del reto es abrumadora. No podemos darnos el lujo de esperar. Lo que podemos hacer es dar a las empresas los medios para que mejoren su contribución al desarrollo, dejando que las empresas hagan lo que mejor saben hacer: innovar para crear riqueza y oportunidades.

Apéndices

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

Lecturas adicionales

Matriz de Objetivos de Desarrollo del Milenio

Apéndice 1

Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

Objetivos y metas (de la declaración del Milenio)		Indicadores
Objetivo 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre		
Meta 1.	Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas cuyos ingresos sean inferiores a 1 dólar por día	1 Porcentaje de la población con ingresos inferiores a 1 dólar por día a paridad del poder adquisitivo (1993 PPA) (Banco Mundial) ^a 2 Coeficiente de la brecha de pobreza [la incidencia de la pobreza multiplicada por la gravedad de la pobreza] (Banco Mundial) 3 Proporción del consumo nacional que corresponde al quintilo más pobre de la población (Banco Mundial)
Meta 2.	Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan hambre	4 Porcentaje de menores de 5 años con insuficiencia ponderal (UNICEF-OMS) 5 Porcentaje de la población por debajo del nivel mínimo de consumo de energía alimentaria (FAO)
Objetivo 2. Lograr la enseñanza primaria universal		
Meta 3.	Velar por que, para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria	6 Tasa neta de matriculación en la enseñanza primaria (UNESCO) 7 Porcentaje de alumnos que comienzan el primer grado y llegan al quinto grado (UNESCO) ^b 8 Tasa de alfabetización de las personas de 15 a 24 años (UNESCO)
Objetivo 3. Promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer		
Meta 4.	Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza antes de fines de 2015	9 Relación entre niñas y niños en la educación primaria, secundaria y superior (UNESCO) 10 Relación entre las tasas de alfabetización de las mujeres y los hombres de 15 a 24 años (UNESCO) 11 Proporción de mujeres entre los empleados asalariados en el sector no agrícola (OIT) 12 Proporción de puestos ocupados por mujeres en el parlamento nacional (Unión Interparlamentaria)
Objetivo 4. Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años		
Meta 5.	Reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad de los niños menores de 5 años	13 Tasas de mortalidad de menores de 5 años (UNICEF-OMS) 14 Tasa de mortalidad infantil (UNICEF-OMS) 15 Porcentaje de niños de 1 año vacunados contra el sarampión (UNICEF-OMS)
Objetivo 5. Mejorar la salud materna		
Meta 6.	Reducir, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna en tres cuartas partes	16 Tasa de mortalidad materna (UNICEF-OMS) 17 Porcentaje de partos con asistencia de personal sanitario especializado (UNICEF-OMS)
Objetivo 6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades		
Meta 7.	Haber detenido y comenzado a reducir, para el año 2015, la propagación del VIH/SIDA	18 Prevalencia de VIH entre gestantes de 15 a 24 años (ONUSIDA-OMS-UNICEF) 19 Porcentaje de uso de preservativos dentro de la tasa de uso de anticonceptivos (División de Población de las Naciones Unidas) ^c 20 Relación entre la matriculación de niños huérfanos y la matriculación de niños no huérfanos de 10 a 14 años (UNICEF, ONUSIDA, OMS)
Meta 8.	Haber detenido y comenzado a reducir, para el año 2015, la incidencia del paludismo y otras enfermedades graves	21 Prevalencia y tasas de mortalidad asociadas al paludismo (OMS) 22 Proporción de la población de zonas de riesgo de paludismo que aplica medidas eficaces de prevención y tratamiento del paludismo (UNICEF-OMS) 23 Prevalencia y tasas de mortalidad asociadas a la tuberculosis (OMS) 24 Proporción de casos de tuberculosis detectados y curados con DOTS (estrategia recomendada internacionalmente para el control de tuberculosis)(OMS)
Objetivo 7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente		
Meta 9.	Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente	25 Proporción de la superficie cubierta por bosques (FAO) 26 Relación entre zonas protegidas para mantener la diversidad biológica y la superficie total (PNUMA-WCMC) 27 Uso de energía (equivalente en kilogramos de petróleo) por 1,000 dólares del producto interno bruto (PPA) (OIE, Banco Mundial) 28 Emisiones de dióxido de carbono per cápita (Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, División de Estadística de las Naciones Unidas) y consumo de clorofluorocarburos que agotan la capa de ozono (toneladas de PAO) (PNUMA-Secretaría del Convenio sobre el Ozono) 29 Proporción de la población que utiliza combustibles sólidos (OMS)

Meta 10.	Reducir a la mitad para el año 2015 el porcentaje de personas que carezcan de acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento	30	Proporción de la población con acceso sostenible a mejores fuentes de abastecimiento de agua, en zonas urbanas y rurales (UNICEF-OMS)
Meta 11.	Haber mejorado considerablemente, para el año 2020, la vida de por lo menos 100 millones de habitantes de tugurios	31 32	Proporción de la población con acceso a servicios de saneamiento mejorados, en zonas urbanas y rurales (UNICEF-OMS) Proporción de hogares con acceso a tenencia segura (Naciones Unidas Hábitat)
Objetivo 8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo			
Meta 12.	Desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio. <i>Se incluye el compromiso de lograr una buena gestión de los asuntos públicos, el desarrollo y la reducción de la pobreza, en cada país y en el plano internacional.</i>		<i>En los casos de los países menos adelantados, los países africanos, los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo, algunos de los indicadores mencionados a continuación se supervisarán por separado.</i> <u>Asistencia oficial para el desarrollo (AOD)</u> 33 La AOD neta, total y para los países menos adelantados, en porcentaje del ingreso nacional bruto de los países donantes del Comité de la Asistencia para el desarrollo (CAD) de la OCDE (OCDE) 34 Proporción de la AOD total bilateral y por sectores de los donantes del CAD de la OCDE para los servicios sociales básicos (educación básica, atención primaria de la salud, nutrición, abastecimiento de agua salubre y servicios de saneamiento) (OCDE)
Meta 13.	Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados. <i>Se incluye el acceso libre de aranceles y cupos de las exportaciones de los países menos adelantados; el programa mejorado de alivio de la deuda de los países pobres muy endeudados y la cancelación de la deuda bilateral oficial, y la concesión de una asistencia para el desarrollo más generosa a los países que hayan expresado su determinación de reducir la pobreza.</i>	35 36 37	Proporción de la AOD bilateral de los donantes del CAD de la OCDE que no está condicionada (OCDE) La AOD recibida en los países en desarrollo sin litoral en porcentaje de su ingreso nacional bruto (OCDE) La AOD recibida por los pequeños Estados insulares en desarrollo en proporción de su ingreso nacional bruto (OCDE)
Meta 14.	Atender las necesidades especiales de los países en desarrollo sin litoral y de los pequeños Estados insulares en desarrollo <i>(mediante el Programa de Acción para el desarrollo sostenible de los pequeños Estados insulares en desarrollo y las decisiones adoptadas en el vigésimo segundo período extraordinario de sesiones de la Asamblea General).</i>	38 39 40 41	<u>Acceso a los mercados</u> 38 Proporción del total de importaciones de los países desarrollados (por su valor y sin incluir armamentos) procedentes de países en desarrollo y de países menos adelantados, admitidas libres de derechos (UNCTAD, OMC, Banco Mundial) 39 Aranceles medios aplicados por países desarrollados a los productos agrícolas y textiles y el vestido procedentes de países en desarrollo (UNCTAD, OMC, Banco Mundial) 40 Estimación de la ayuda agrícola en países de la OCDE en porcentaje de su producto interno bruto (OCDE) 41 Proporción de la AOD para fomentar la capacidad comercial (OCDE, OMC)
Meta 15.	Encarar de manera general los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales a fin de hacer la deuda sostenible a largo plazo.	42 43 44	<u>Sostenibilidad de la deuda</u> 42 Número total de países que han alcanzado los puntos de decisión y número que ha alcanzado los puntos de culminación en la iniciativa para la reducción de la deuda de los países pobres muy endeudados (acumulativo) (FMI-Banco Mundial) 43 Alivio de la deuda comprometido conforme a la iniciativa para la reducción de la deuda de los países pobres muy endeudados (FMI-Banco Mundial) 44 Servicio de la deuda como porcentaje de las exportaciones de bienes y servicios (FMI-Banco Mundial)
Meta 16.	En cooperación con los países en desarrollo, elaborar y aplicar estrategias que proporcionen a los jóvenes un trabajo digno y productivo	45	Tasa de desempleo de jóvenes comprendidos entre los 15 y los 24 años, por sexo y total (OIT) e
Meta 17.	En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo a un costo razonable	46	Proporción de la población con acceso estable a medicamentos esenciales a un costo razonable (OMS)
Meta 18.	En colaboración con el sector privado, velar por que se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular de las tecnologías de la información y de las comunicaciones	47 48	Líneas de teléfono y abonados a teléfonos celulares por 100 habitantes (UIT) Computadoras personales en uso por 100 habitantes y usuarios de Internet por 100 habitantes (UIT)

Los objetivos de desarrollo del Milenio constituyen un plan convenido por todas las naciones del mundo en la Declaración del Milenio de las Naciones Unidas en septiembre de 2000 (www.un.org/spanish/esa/devagenda/millennium.html)

Apéndice 2

Lecturas adicionales

- > *Africa: The Impact of Mobile Phones*, Vodafone Policy Paper Series 2, 2005
- > *Business and the Millennium Development Goals: A framework for action*, Jane Nelson & Dave Prescott, The Prince of Wales International Business Leaders Forum, 2003
- > *Capitalism at the Crossroads: The Unlimited Business Opportunities in Solving the World's Most Difficult Problems*, Stuart Hart, Wharton School Publishing, 2005
- > *Development Goals: History, Prospects and Costs*, Shantayanan Devarajan, Margaret Miller and Eric Swanson, World Bank Policy Research Working Paper, 2002
- > *Doing Business in 2005: Removing Obstacles to Growth*, World Bank, 2005
- > *Doing Business with the poor: A field guide*, WBCSD, 2004
- > *Energy for the Poor: Underpinning the Millennium Development Goals*, DFID, 2002
- > *Enterprise Solutions to Poverty – Opportunities and Challenges for the International Development Community and Big Business*, Shell Foundation, 2005
- > *Facts and Trends to 2050, Energy and climate change*, WBCSD, 2004
- > *Facts and Trends, Water*, WBCSD, 2005
- > *Finding capital for sustainable livelihoods businesses: A finance guide for business managers*, WBCSD, 2004
- > *Investing for Development. A Practical Plan to Achieve the Millennium Development Goals*, Jeffrey Sachs, Earthscan Publications, 2005
- > *Kenya's Pyrethrum Value Chain Analysis*, Global Development Solutions LLC, World Bank, 2004
- > *Mobilising Private Investment for Development: Policy Lessons on the Role of ODA*, OECD, 2005
- > *Our Common Interest: An Argument*, Commission for Africa, Penguin Books, 2005
- > *Penguin State of the World Atlas*, Dan Smith, Penguin Books, Seventh Edition, 2003
- > *Serving the World's Poor, Profitably*, CK Prahalad & Allen Hammond, Harvard Business Review Article, 2002
- > *The End of Poverty: How We Can Make It Happen In Our Lifetime*, Jeffrey Sachs, Penguin Books, 2005
- > *The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits*, CK Prahalad, Wharton School Publishing, 2004
- > *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else*, Hernando De Soto, Basic Books, 2000
- > *The Shackled Continent*, Robert Guest, Macmillan, 2004
- > *Unleashing Entrepreneurship: Making Business Work for the Poor*, Commission on the Private Sector & Development, UNDP, 2004
- > *Walking the Talk: The business case for sustainable development*, Chad Holliday, Stephan Schmidheiny & Sir Philip Watts, WBCSD, 2002
- > *World Development Report 2005, A Better Investment Climate for Everyone*, World Bank, 2005

Apéndice 3

Matriz de Objetivos de Desarrollo del Milenio

Impacto directo	Impacto indirecto	
		Objetivo 1 Erradicar la pobreza extrema y el hambre
		Objetivo 2 Lograr la enseñanza primaria universal
		Objetivo 3 Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer
		Objetivo 4 Reducir la mortalidad infantil
		Objetivo 5 Mejorar la salud materna
		Objetivo 6 Combatir el VIH/SIDA el paludismo y otras enfermedades
		Objetivo 7 Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
		Objetivo 8 Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

La matriz resume los casos de estudio del WBCSD, y muestra como cada empresa está contribuyendo a las metas de los ODM

Sector	Empresa	Proyecto	País	1. Ingresos	2. Hambre	3. Educación	4. Igualdad de género	5. Mortalidad infantil	6. Salud materna	7. SIDA	8. Malaria/enfermedades graves	9. Sostenibilidad ambiental	10. Agua potable	11. Vivienda y sanidad	14. Países sin costas	16. Empleo para jóvenes	17. Medicinas esenciales	18. Transferencia tecnológica	Publicación	
Incorporando los pobres al mercado																				
Agricultura	DuPont	Mejorando las cosechas de algodón con menos impacto	África occidental																Próximo	
	DuPont	Mejorando cosechas de maíz monitoreando la humedad	Sudáfrica																	Próximo
	Grupo Nueva	Aumentando la competitividad de los campesinos	Guatemala																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
Construcción	Holcim	Innovación de concreto <i>Mi Casa</i>	México																WBCSD Online collection	
	Holcim	Ofreciendo Soluciones de vivienda de bajo costo	Sri Lanka																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
	Grupo Nueva	Adaptando los canales de ventas a los clientes pobres	Argentina																Field Guide	
Energía	ABB	Programa de <i>Acceso a la Electricidad</i>	Tanzania																WBCSD Online collection	
	EDF	Suministrando electricidad solar a la población del campo	Marruecos																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
	Eskom	<i>Electricidad para todos</i>	Sudáfrica																WBCSD Online collection	
	Shell Solar	Mejor calidad de vida con el clic de un interruptor	Sri Lanka																WBCSD Online collection	
	Shell Foundation	Soluciones sostenibles para la contaminación interior	En todo el mundo																WBCSD Online collection	
Salud / agua	P&G	Potabilizando el agua	En todo el mundo																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
	P&G	Solucionando una necesidad oculta de nutrición	Venezuela																Field Guide	
	Philips	Llevando servicios de salud a las comunidades rurales	India																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
	Suez	Supliendo necesidades de agua y saneamiento básico	Brasil																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
	Unilever	Mejorando la salud suministrando sal yodada	Ghana																	Field Guide
	Veolia	Conexiones de agua con asistencia social	Marruecos																	WBCSD Online collection
	Veolia	Suministrando servicios de agua y electricidad	Gabón																	Próximo
	Veolia	Conservando bajo el precio del agua	Nigeria																Próximo	
Tecnología de la información y las comunicaciones (ITC)	HP	<i>Kuppam i-community</i>	India																WBCSD Online collection	
	HP	<i>Mogalakwena i-community</i>	Sudáfrica																WBCSD Online collection	
	Vodafone	Suministrando soluciones bancarias móviles	Kenia/Tanzania																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
	Vodacom	Empoderando a la gente usando tecnología	Sudáfrica																Field Guide	
Finanzas	ABN Amro	Programas de microfinanzas sostenibles	Brasil																WBCSD Online collection	
	Deutsche Bank	<i>Microcredit Development Fund</i>	En todo el mundo																WBCSD Online collection	
	Rabobank	Asegurándoles precios justos a los campesinos	En todo el mundo																WBCSD Online collection	
Comprando de los más necesitados																				
Agricultura	Sonae	Café con responsabilidad social	Timor oriental																WBCSD Online collection	
	DuPont	Ayudando a los campesinos a ser exitosos (<i>PAID</i>)	Colombia																WBCSD Online collection	
Bienes de consumo	Coca Cola	<i>Entrepreneur Development Program</i>	Sudáfrica																WBCSD Online collection	
	DaimlerChrysler	Alianza para el éxito – <i>POEMATEC Alliance</i>	Brasil																WBCSD Online collection	
	DaimlerChrysler	Jatropha oil – biodisel de las tierras áridas	India																Próximo	
	SC Johnson	Mejorando el modo de vida de los cultivadores de piretro	Kenia																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
	Unilever	Aumentando los negocios de las mujeres de las áreas rurales	India																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
Construcción	Lafarge	<i>Project Employability</i>	India																WBCSD Online collection	
Finanzas	Rabobank	Promoviendo las cooperativas agrarias	Indonesia																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
Bosques	Aracruz Celulose	<i>Forestry Partners Program</i>	Brasil																WBCSD Online collection	
Industrias extractivas	AngloAmerican	Mondi Recycling – Empoderando la cadena de proveedores	Sudáfrica																WBCSD Online collection	
	AngloAmerican	<i>Zimele</i> – Apoyando el empresariado	Sudáfrica																Próximo	
	BP	Desarrollando a los proveedores locales	Azerbaiyán																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
	BP	Desarrollo sostenible con los proveedores	Trinidad & Tobago																WBCSD Online collection	
	ConocoPhillips	Desarrollando las habilidades de las mujeres empresarias	Venezuela																<i>Negocios para el desarrollo</i>	
	Eskom	Empoderando a los empresario locales	Sudáfrica																	<i>Negocios para el desarrollo</i>
	Río Tinto	Apoyando la autoestima de las comunidades locales	Sudáfrica																	<i>Negocios para el desarrollo</i>
	Río Tinto	Apoyando el empleo de las comunidades aborígenes	Australia																Field Guide	
Río Tinto	Creando lazos entre grandes y pequeños negocios	Sudáfrica																Field Guide		

Impacto directo Impacto indirecto

Acerca del WBCSD

El World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) es una coalición de 180 compañías internacionales unidas por el compromiso con el desarrollo sostenible a través de sus tres pilares: el crecimiento económico, el balance ecológico y el progreso social. Nuestros afiliados provienen de más de 30 países y de sectores industriales. También nos beneficiamos de una red global de más de 50 consejos empresariales nacionales y regionales, y organizaciones asociadas.

Nuestra **misión** es proveer liderazgo empresarial como catalizador para el cambio hacia el desarrollo sostenible, y apoyar la licencia empresarial para operar, innovar y crecer, en un mundo que cada vez más es moldeado por los temas del desarrollo sostenible.

Nuestros **objetivos** incluyen:

- > **Liderazgo Empresarial:** ser un defensor líder del desarrollo sostenible.
- > **Desarrollo de Políticas:** participar en el desarrollo de políticas para crear las condiciones marco apropiadas, que permitan a las empresas hacer una contribución efectiva al desarrollo sostenible.
- > **El Caso Empresarial:** Desarrollar y promover los casos empresariales de desarrollo sostenible.
- > **Mejores prácticas:** mostrar las soluciones empresariales que contribuyen al desarrollo sostenible y compartir las mejores prácticas entre los afiliados.
- > **Alcance Global:** contribuir a un futuro sostenible para las naciones en desarrollo y en transición.

Exención de responsabilidad

Este reporte es publicado en nombre del WBCSD. Como otros reportes del WBCSD, es el resultado de un esfuerzo conjunto de los miembros del secretariado y ejecutivos de diversas compañías afiliadas. Los borradores fueron revisados por un amplio rango de miembros, para asegurar que, en general, el documento representa el punto de vista de la mayoría de los afiliados al WBCSD. Esto sin embargo, no significa que todas las compañías afiliadas están de acuerdo con todas las palabras.

Publicaciones sobre El Desarrollo

Oportunidades de negocios para reducir la pobreza, Julio 2006

Business for development, Septiembre 2005

Regional perspective on sustainable livelihoods & business, Diciembre 2004

A business guide to development actors, Octubre 2004

Finding capital for sustainable livelihoods businesses, Julio 2004

Doing business with the poor: a field guide, Marzo 2004

Investing for sustainable development: Getting the conditions right, Julio 2002

Para ordenar publicaciones

WBCSD, c/o Earthprint Limited

Tel: (44 1438) 748111

Fax: (44 1438) 748844

wbcسد@earthprint.com

Las publicaciones se encuentran disponibles en:

www.wbcسد.org

www.earthprint.com

Créditos Agradecemos a las compañías miembros del grupo de trabajo de Modos de Vida Sostenibles por su análisis y guía, por su contribución a la investigación y por la revisión crítica del documento. También queremos dar reconocimiento a las contribuciones de las partes interesadas, que participaron en el debate en línea “Negocios y desarrollo – ¿Cuál es el enfoque correcto?” que tuvo lugar en abril de 2005

Autores Cécile Churet y Amanda Oliver

Fotografías Suministradas por cortesía de las empresas afiliadas

Iconos de los OMD Cortesía del catálogo SET (2005), www.set-info.com

Copyright © WBCSD, Julio 2006

ISBN 2-940240-91-4

Publicado originalmente con el título “Business for development: Business solutions in support of the Millennium Development Goals”

© WBCSD, Septiembre 2005

ISBN 2-940240-81-7

Impresión Atar Roto Presse S.A., Suiza

Impreso en papel con un contenido de 50% de material reciclado y 50% proveniente de plantaciones forestales certificadas (FSC y PEFC). 100% libre de cloro. La planta de pulpa se encuentra certificada ISO 14001

“Las empresas están reconociendo que tienen un papel más grande en el desarrollo, pero no pueden desarrollar todo su potencial sin una gobernabilidad más efectiva. Los gobiernos que creen un ambiente básico estable y predecible, atraerán mayores inversiones y estimularán una mayor actividad de desarrollo liderada por la empresas.”

Travis Engen, President and CEO, Alcan

“Ha sido claro todo el tiempo que las empresas son parte de la solución, y merecen todo nuestro apoyo en la replicación de sus inversiones para ayudarles a lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio”

Agnes van Ardenne-van der Hoeven,
Minister for Development Cooperation of the
Kingdom of The Netherlands

El desarrollo es bueno para los negocios
Los negocios son buenos para el desarrollo

“Mantener los impactos de los Objetivos de Desarrollo del Milenio requiere de un nivel de compromiso sin precedentes, innovación y sobre todo capacidad — capacidad para aprovechar las habilidades de todos los sectores para crear condiciones de vida sostenibles a gran escala.”

Dirk Elsen, Chairman SNV – Netherlands
Development Organisation

“Se requiere de más ayuda de las políticas marco para facilitar la acción empresarial hacia el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.”

Chad Holliday, Chairman and CEO, DuPont