

LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS EN COLOMBIA: UNA MIRADA PROSPECTIVA A
PARTIR DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2010 – 2014 “PROSPERIDAD PARA
TODOS”

AUTOR
KAREN VIVIANA LINERO CUELLAR

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
BOGOTÁ
2012

LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS EN COLOMBIA: UNA MIRADA PROSPECTIVA A
PARTIR DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2010 – 2014 “PROSPERIDAD PARA
TODOS”

AUTOR
KAREN VIVIANA LINERO CUELLAR

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
BOGOTÁ
2012

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	9
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
2. JUSTIFICACIÓN.....	11
3. OBJETIVOS.....	13
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	13
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
4. MARCO DE REFERENCIA.....	14
4.1 MÉTODO DELPHI.....	14
4.1.2 Elementos conceptuales del método delphi.....	16
4.1.3 El mini Dephi.	16
4.2 LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS.....	17
4.2.1 La definición de Prahalad:	17
4.2.2 Elementos clave en la propuesta de Prahalad.....	18
4.2.3 Evolución del concepto: segundo protocolo de la base pirámide.	20
4.2.4 Atributos de los negocios inclusivos.	22
4.2.5 Los negocios inclusivos en Colombia	23
4.3 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2010- 2014 “PROSPERIDAD PARA TODOS”.....	25
4.3.1 Igualdad de oportunidades para la prosperidad social.....	26
4.3.2 Lineamientos estratégicos para generar igualdad de oportunidades para la prosperidad social.....	28
5. METODOLOGÍA	32
5.1 FASE PRELIMINAR	32

5.2	FASE EXPLORATORIA	33
5.3	FASE FINAL.....	34
6.	ANÁLISIS Y RESULTADOS	35
6.1	FORMACIÓN Y EMPLEO.....	35
6.2	DESPLAZAMIENTO.....	37
6.3	UNIDOS	38
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	41
7.1	CONCLUSIONES.....	41
7.2	RECOMENDACIONES.....	42
	BIBLIOGRAFÍA.....	44
	ANEXOS	46

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Los negocios inclusivos en Colombia.....	23
Tabla 2 Lineamientos estratégicos para generar igualdad de oportunidades para la Prosperidad Social.....	28
Tabla 3 Caracterización de los expertos	32
Tabla 4 RESPUESTAS EXPERTOS. Formación y empleo.....	35
Tabla 5 RESPUESTAS EXPERTOS. Desplazamiento	38
Tabla 6 RESPUESTAS EXPERTOS Unidos.....	39

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Esquema del desarrollo del método Delphi.....	15

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1 Cuestionario de expertos con el método Delphi	46
Anexo 2 Instructivo encuesta	50

RESUMEN

El presente trabajo de investigación buscó reconocer la relación existente entre el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 “prosperidad para todos” y los negocios inclusivos por medio de la aplicación del método Delphi a un grupo de expertos en dichos temas, ya que éste método considera que el conocimiento generado por el grupo como un todo es superior al conocimiento individual y a su vez por medio de análisis de afirmaciones en el presente puede llevar a importantes conclusiones sobre el futuro.

PALABRAS CLAVE: Negocios inclusivos, Plan Nacional de Desarrollo, método Delphi

INTRODUCCIÓN

Los negocios inclusivos se pueden definir como la inclusión de la población de bajos ingresos o ubicada en la base de la pirámide (Prahalad, 2005) y un actor empresarial en una relación de mutuo beneficio. En Colombia se presenta un alto porcentaje de la población que vive en condición de pobreza, por lo que el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 “prosperidad para todos” dentro de sus iniciativas concibe el objetivo de generar igualdad de oportunidades para la prosperidad social.

En Colombia se han presentado diferentes casos exitosos de desarrollo de negocios inclusivos, como el caso de Natura, Indupalma, Promigas y la compañía Nacional de Chocolates, entre otros, que lograron aumentar su productividad y mejorar las condiciones de vida de sus asociados, por lo que hubo una relación de mutuo beneficio. Estos casos, permiten reconocer la viabilidad de los negocios inclusivos a nivel nacional, por lo que ante éste panorama cabe preguntarse si al satisfacerse los objetivos del Plan Nacional de desarrollo se están promoviendo los negocios inclusivos y qué tipo de relación se da entre los dos. Reconocer tal relación podría permitir establecer nuevas estrategias o nuevos panoramas para la promoción y desarrollo de los negocios inclusivos en Colombia y por qué no, contemplarlos como una estrategia para alcanzar los objetivos de reducción de la pobreza e igualdad de oportunidades del gobierno nacional.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el plan de desarrollo nacional 2010/1014 “prosperidad para todos” se plantea la igualdad de oportunidades para la prosperidad social desde la perspectiva de pilares como la empleabilidad, emprendimiento y generación de ingresos, la política para la población víctima del desplazamiento forzado por la violencia, los grupos étnicos, el género, y la población en situación de discapacidad entre otros, que finalmente constituyen grupos sociales o minorías necesitadas de inclusión social. En el caso de la población Colombiana, los sectores marginados constituyen aproximadamente el 46% de la población, por tanto deben ser prioridad dentro del plan de acción de cada gobierno¹.

La búsqueda igualdad de oportunidades abre las puertas al tema de negocios inclusivos, donde se entiende que las propuestas de nuevos mercados y negocios orientados a potenciar a los sectores de bajos ingresos, puede llevar a grandes cambios sociales y por tanto constituir una estrategia de acercamiento a la consolidación de pilares deseados por el plan de desarrollo nacional: Mas empleo, menos pobreza y más seguridad. El planteamiento anterior, abre las puertas a un interrogante importante en el pronóstico que se podría emitir de tal estrategia: ¿Considerando la integración de las cinco locomotoras de la economía y las proyecciones de aumento en el indicador del desarrollo humano, el Plan Nacional de Desarrollo es un mecanismo propulsor de los negocios inclusivos en Colombia para lograr los objetivos sociales?

Esta pregunta podría ampliar la perspectiva de la valoración y consonancia entre lo que se plantea en el papel en el plan de desarrollo nacional y lo que se lleva a la acción.

¹ El plan nacional de desarrollo 2010 – 2014 ofrece un amplio panorama sobre la situación Colombiana y las expectativas y limitaciones que encuentra el gobierno al respecto.

2. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de un país va de la mano con la calidad de vida de sus habitantes, es claro, que los mercados y negocios de cada país son un factor importante en el movimiento de la economía. Como lo señalan Márquez, Reffico y Berger (2009), en América Latina se presenta una enorme desigualdad en la distribución de ingresos, si se observase la sociedad como una pirámide se encontraría en la base a los sectores de bajos ingresos, que constituyen la mayoría de la población, según el Latinobarómetro más del 70% de los Latinoamericanos cree que la distribución de los ingresos es injusta y si esto se lleva al plano de la sociedad Colombiana, visto desde las propuestas del plan de desarrollo nacional 2010 – 2014 “prosperidad para todos” se encuentra que para llegar a una igualdad de oportunidades y por tanto a una percepción de equidad social es necesario incluir como prioridad para el desarrollo del país a los grupos marginados que se encuentran en la base de la pirámide por diferentes condiciones como género, desplazamiento forzado, discapacidad o simplemente falta de oportunidades.

Estudios como los realizados en Colombia por el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible y por la Alianza Holandesa para los Negocios Inclusivos a nivel internacional (2008) muestran como las empresas, en especial las del sector agrícola, han logrado alianzas estratégicas con las población de bajos ingresos que han llevado a mutuo beneficio para las partes, tal es el caso de Indupalma, Alpina y la federación nacional de Cafeteros, entre otros. Reconocer la viabilidad de los negocios inclusivos en el territorio nacional abre un mundo de preguntas y cuestionamientos, uno de ellos, cuál es el papel de los negocios inclusivos en las estrategias del gobierno para reducir la pobreza?, realmente se reconocen los negocios inclusivos a nivel de gobierno?, estas y muchas otras preguntas llevaron al desarrollo de esta investigación, al reconocer que el motor de las acciones del estado radica en las propuestas de su plan de desarrollo, por

lo que es importante conocer las opiniones e ideas de los expertos que lo ejecutan para poder hacer un pronóstico de las probabilidades de éxito de tales propuestas desde las necesidades la población. Es ahí, donde este estudio cobra sentido, ya que a través de un método cualitativo y sencillo, busca evaluar la interrelación que se presenta entre los negocios inclusivos y el Plan Nacional de Desarrollo, para entender de manera prospectiva la relación existente entre las locomotoras de desarrollo, la política social y los negocios inclusivos. La información obtenida por medio de esta valoración podría proporcionar elementos importantes para realizar reajustes en los próximos dos años, podría abrir las puertas a un debate interesante sobre el pronóstico de dicho plan en relación a nuevas maneras de negocio y nuevas formas de atender la pobreza desde la potenciación de sus protagonistas.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Describir de manera prospectiva la relación entre los negocios Inclusivos en Colombia y el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 “prosperidad para todos” mediante el método Delphi.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir las características principales de los negocios inclusivos.

- Describir los principales lineamientos del plan de desarrollo nacional 2010 – 2014 “prosperidad para todos”, desde la perspectiva de igualdad de oportunidades para la oportunidad social.

- Exponer la relación entre los negocios Inclusivos, la base piramidal y el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 “prosperidad para todos”

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MÉTODO DELPHI

“El Delphi puede ser caracterizado como un método para estructurar el proceso de comunicación grupal, de modo que ésta sea efectiva para permitir a un grupo de individuos, como un todo, tratar con problemas complejos” (Linstone y Turoff citados por Amaya, 2005). Tales individuos se denominan panelistas y pueden ser expertos², afectados, representantes, facilitadores o colaboradores en el tema a tratar.

Otra definición del Delphi es la que proponen Helmer y Rescher (1959), señalan que el método Delphi “es un programa cuidadosamente elaborado que sigue una secuencia de interrogantes individuales a través de cuestionarios, de los cuales se obtiene la información que constituirá la retroalimentación para los cuestionarios siguientes”

La base de la metodología Delphi surge del reconocimiento de la superioridad del juicio de grupo sobre el juicio individual, como resultado de esto se puede observar el crecimiento del conocimiento de un grupo de individuos al estructurar un proceso de comunicación humana en problemas particulares. (Amaya, 2005)

4.1.1 Fases del método Delphi.

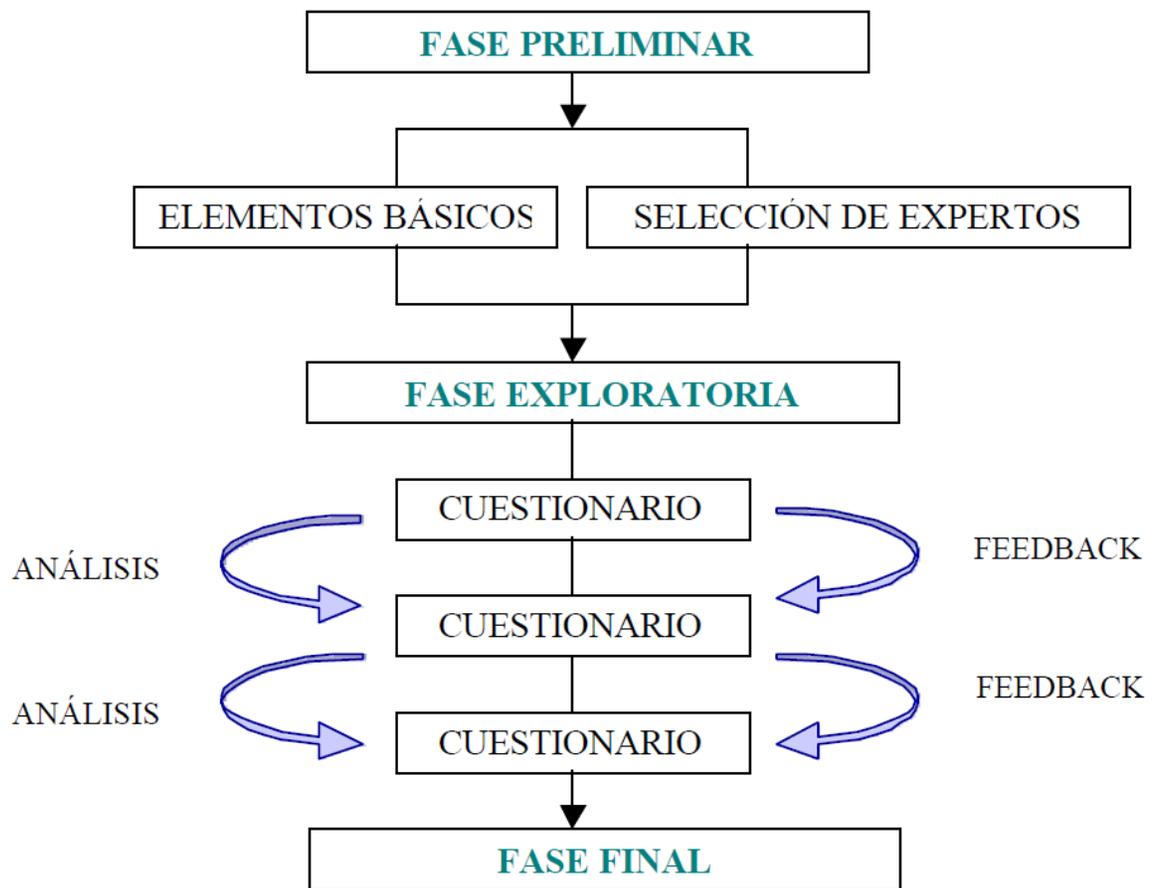
Bravo, M. y Arrieta, J. (2005) Señalan tres etapas o fases fundamentales:

1. Fase preliminar: se delimita el contexto, los objetivos, el diseño, los elementos básicos del trabajo y la selección de los expertos.

² Se consideran expertos a aquellos que poseen un alto grado de conocimientos sobre el tema de estudio, ya sea porque se han dedicado a la investigación y estudio del tema o porque en su experiencia profesional el tema ha constituido parte importante de su trabajo. (Amaya, 2005)

2. Fase exploratoria: elaboración y aplicación de los cuestionarios según sucesivas vueltas, de tal forma que con las respuestas más comunes de la primera se confecciona la siguiente.
3. Fase final: análisis estadísticos y presentación de la información.

Figura 1. Esquema del desarrollo del método Delphi



Fuente Bravo, M., Arrieta, J. (2005).

4.1.2 Elementos conceptuales del método delphi

Amaya (2005) señala los siguientes elementos:

- Interés por el estudio del futuro,
- Comunicación grupal, se reúne un grupo de personas con ciertas características, para que emitan juicios sobre un determinado tema. Tales personas pueden ser expertos en el tema, afectados y/o interesados de modo tal que por su nivel de información y grado de conocimiento pueden aportar ideas y puntos de vista diferentes al problema en cuestión.
- Conciencia colectiva: Los resultados que se obtienen con este método son mayores que la simple agregación de juicios individuales, son una visión colectiva que surge de la forma en que se ha estructurado la comunicación grupal.

4.1.3 El mini Delphi.

Consiste en una conferencia de mesa redonda, en donde las opiniones y respuestas al cuestionario se hacen por escrito, y en varias mesas simultáneamente. Hay un monitor que responde a cualquier duda, tabula los resultados y devuelve el cuestionario a los participantes.

Se utiliza cuando el tiempo es escaso y las condiciones de aplicación son más flexibles. (Amaya, 2005)

4.2 LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS

4.2.1 La definición de Prahalad:

La base de la pirámide (BdP). La Base de la Pirámide (BdP) es el segmento demográfico compuesto por más de 4.000 millones de personas con ingresos anuales menores de 8 dólares diarios (USD \$3260 anuales teniendo en cuenta la paridad de poder adquisitivo).

Se estima que comprende a dos tercios de la humanidad que permanecen excluidos del sistema económico y viven en situación de pobreza. (Prahalad, 2005)

Prahalad (2005) definió los negocios inclusivos como iniciativas empresariales económicamente rentables, ambiental y socialmente responsables que bajo una lógica de mutuo beneficio, tratan de incorporar a la población de la Base de la Pirámide en su actividad económica, tales iniciativas pretenden por un lado contribuir a la reducción de la pobreza y la inclusión social de la base de la pirámide, al tiempo que se dota de mayor rentabilidad, eficiencia, sostenibilidad e innovación a los modelos de negocios del sector privado.

C.K. Prahalad y Hamel (1995), argumentaron que si se deja de pensar en los pobres como “víctimas” o como “carga”, y se empieza a reconocerlos como empresarios creativos, y como consumidores conscientes del valor; nuevas oportunidades se abrirán en el mundo. Afirmó además, que para atender a los consumidores en situación de pobreza, se requerirá innovaciones en tecnología, productos y servicios, y modelos de negocio. Sugiriendo que los 4 mil millones de personas pobres pueden ser el motor del comercio y la prosperidad global, además de una fuente de innovaciones.

Prahalad sugiere convertir la Base de la Pirámide en parte integral del trabajo del sector privado, puesto que hasta ahora ha estado fuera de la lógica de las grandes empresas y pareciera que la visión predominante es que el alivio de la pobreza no puede pasar por

soluciones de mercado. Aun más, en la práctica esta población enfrenta condiciones de mercado que le resultan poco favorables.

Ante tal situación, Prahalad plantea la existencia de cuatro requisitos para llevar la BdP al mercado: 1.) Crear poder de compra, básicamente mediante crédito (como las micro finanzas de Yunus) o aumentar la potencialidad de ingresos de esta población; 2.) Dar forma a las aspiraciones, mediante educación y con tecnologías que permitan ahorrar consumo de energías; 3.) Mejorar el acceso físico y económico de estas personas, potenciando la comunicación o acceso a información mediante TICs; y 4.) Ajustar soluciones locales, combinando la tecnología avanzada con condiciones específicas del lugar (Prahalad y Hart, 2002).

4.2.2 Elementos clave en la propuesta de Prahalad.

- Contribuciones a la resolución de la pobreza con participación de empresas y por la vía del mercado.

Para atender a los consumidores de la BdP, se requiere, en primera respetarlos y reconocer que pueden ser parte de la solución al problema. A su vez, la conversión de estos en un mercado activo, necesita de una creación conjunta –o “co-creación” de diversos actores. Con tales esfuerzos, puede alcanzarse una transición de la pirámide al “rombo”, lo que significa que los consumidores de la BdP pasan a formar parte del mercado principal. (Prahalad, 2005 citado por Silva, 2009).

- Una visión renovada del Mercado y su gobernanza.

Producir la transformación que pueda incorporar la BdP al mercado requiere incorporar el concepto de “ecosistema de mercado”: una combinación de formas de empresa privada que coexisten en relación simbiótica” –esto es, empresas transnacionales, grandes y Pymes, ONG, cooperativas y otras- articulados con una amplia variedad de instituciones que coexisten y se complementan (Prahalad, 2005). Entre ellas pueden incluirse los

gobiernos locales, la comunidad e instituciones académicas y financieras. La operación eficiente de ese ecosistema o nuevas formas de mercado dependerá a nivel macro de la “gobernanza transaccional”, o “capacidad para garantizar la transparencia del proceso de transacciones económicas y la posibilidad de hacer cumplir los contratos” (Prahalad, 2005). Esta capacidad incluye: leyes para proteger la propiedad, micro regulaciones, normas sociales e instituciones que hacen cumplir la ley para que disminuya la incertidumbre y las posibilidades de corrupción, propósito al que contribuye críticamente la automatización permitida por las nuevas TIC. La buena gobernanza –centrada en el ciudadano- debe alimentarse de principios rectores, indicadores y mediciones de desempeño. El desarrollo de ésta, que es responsabilidad tanto del gobierno como de los actores privados, está asociado a un enfoque de tareas compartidas siempre presentes en estas propuestas.

- Papel y articulación de los distintos actores sociales.

La diversidad de actores es un elemento clave para proveer capital social e institucional, y disminuir el riesgo que representan las iniciativas en este campo, lo cual tiene como contrapartida un aprendizaje y potenciación recíproca que crea valor para todos los involucrados. La “co-creación” de valor, remite a la articulación de gobierno, empresa privada -grandes y pymes-, organizaciones de la sociedad civil, ONGs y empresarios de la BdP. EL Gobierno facilita la articulación y contribuye el marco institucional; la empresa privada aporta sus recursos de inversión, iniciativas y capacidad de gestión e innovación; organizaciones de la sociedad civil y ONG aportan precisamente su proximidad, conocimientos específicos y formas de trabajo con las comunidades donde estos proyectos operan; y los empresarios de la BdP con generan iniciativas a la espera de oportunidades de negocios viables. (Prahalad y Hammond, 2002).

- La lógica del ganar-ganar de los distintos actores involucrados.

Las ganancias para la empresa significa incentivos para un mayor nivel de innovación, diversificación de productos, aumentos de productividad, costos reducidos, menores

riesgos derivados de alianzas estratégicas, posibilidades de escalamiento y beneficios económicos, aunque también se hacen presentes diversos costos de entrada, requisitos de inversión, falta de información, fallas de coordinación o barreras puestas por las condiciones del entorno. Las ganancias para otros actores provienen de la generación de empleo, adquisición de nuevas habilidades y alcance de las ONGs, posibles encadenamientos con otras empresas, entre otros. Y para la BdP, en particular, desarrollo de capacidades que les permitirán desenvolverse más allá de los negocios inclusivos en los que participan. Entre tales capacidades, el conocimiento de mercado, de la planificación y las gestiones que requieren los emprendimientos, la capacidad de comunicación y coordinación con otros agentes, así como la revalorización de su propio conocimiento.

El hecho de que Prahalad asignara a la BdP, un rol netamente consumidor, suscitó algunas voces críticas que temen que “convertir a los pobres en consumidores” sea una forma de imperialismo corporativo incapaz de contribuir a solucionar la raíz del problema de la pobreza y el desarrollo sostenible. Karnani (2007 citado por Lariu & Strandberg, 2009) alerta que, en lugar de tratar a los pobres como consumidores, es necesario ver a los pobres como productores, porque la única forma de aliviar la pobreza es aumentando el ingreso de la población pobre.

4.2.3 Evolución del concepto: segundo protocolo de la base pirámide.

Para Silva, la Base de la Pirámide (BdP) es el conjunto de aproximadamente el 65% de la población mundial, que constituye el escalón económico más bajo que vive con mucho menos que dos dólares al día. Es decir, se trata de población pobre, con necesidades básicas insatisfechas y sin acceso al mercado, pero que son consumidores con sentido de valor. En los términos del BID, se trata del 70% de la población de América Latina (360 millones de personas), cuyo poder adquisitivo mensual es de US\$300 o menos.

Recientemente apareció en la Universidad de Cornell, 2008, el segundo Protocolo de la Base de la Pirámide, fue elaborado por Erik Simanis y Stuart Hart. Este documento recoge parte de la crítica al riesgo utilitarista del modelo anterior y a la Base de la Pirámide en general, avanzando en la operacionalización de las tareas que se requiere

implementar para abordar esta experiencia desde la empresa (Simanis, Hart y otros, 2008 citado por Silva. V, 2009).

De éste nuevo enfoque, se destacan el cambio de énfasis hacia la BdP como socio de negocios más que consumidor, el avance al diálogo profundo, las capacidades y compromisos compartidos con relaciones directas entre los actores y, en particular, una mayor y creciente aproximación e interacción de las empresas con las comunidades. Es decir, una reconceptualización de la empresa para la construcción de modelos de negocios del mañana (Silva. V, 2009).

Los componentes básicos y lógica de trabajo son: el origen multidisciplinario del enfoque, el carácter participativo de la metodología propuesta, la relevancia del aprendizaje en acción, la formalización gradual de la organización que se va generando, la dinámica que toman los actores, los impactos innovadores y la persistencia de ciertas tareas con un contenido diferentes a medida que avanza el proceso de implementación (Silva.V, 2009).

Este nuevo enfoque de la BdP descansa sobre dos conceptos centrales: 1) Valor mutuo, señalando que en cada etapa del proceso se crea valor para todos los socios y 2) Co-creación, que se refiere a la necesidad de la empresa de trabajar en asociación equitativa con la comunidad de la BdP, esto es la creación conjunta de una nueva propuesta de negocios que potencie los recursos diferenciados de los actores participantes (Silva. V, 2009)

El concepto de co-creación de valor, supone un desplazamiento del foco de trabajo desde la BdP como consumidor hacia la idea de socio de negocios, con el cual la empresa establece un diálogo profundo para integrar capacidades y construir compromisos compartidos en una nueva propuesta de valor (Simanis, Hart y otros, 2008 citados por Calderon & Silva, 2009).

Lo anterior, pone de relieve el carácter innovador de este tipo de experiencia, que requiere nuevos modelos de negocios, pero empuja a su vez innovaciones en productos, formas de distribución y financiamiento, debido a las particulares –muchas veces precarias- condiciones mostradas por la Base de la Pirámide (BdP). Entre estas, dificultades de acceso físico o económico al mercado, falta de información o formalización y rezagos en capacidades técnicas o de organización (Calderon & Silva, 2009).

Otro elemento relevante en este ejercicio es la evolución hacia un nuevo pacto social entre empresa y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) u organismos sociales de la comunidad (OSC), así como la evolución hacia la articulación directa y de carácter “integrativo” empresa-comunidad. Evolución que permite la construcción de modelos de negocio únicos y por tanto difíciles de replicar por otras empresas, con lo que se produce una ventaja competitiva para la empresa involucrada en estas iniciativas (Calderón & Silva, 2009).

4.2.4 Atributos de los negocios inclusivos.

Un negocio inclusivo incorpora a los sectores de bajos ingresos, ya sea como consumidores, proveedores o distribuidores. Para ello debe considerar los siguientes atributos Márquez, Reficco, Berger (2009):

- Transformación del statu quo: la capacidad de transformar en forma positiva las condiciones de vida de los sectores de bajos ingresos.
- Motivación comercial y rentabilidad: considera la posibilidad de alinear el éxito comercial y el beneficio social de un modo directo e inmediato
- Conexión entre lo local y lo global: los pobres como productores pueden exportar su fuerza de trabajo a mercados consumidores consolidados, nacionales e internacionales.
- Innovación paciente: Los negocios inclusivos deben concebirse como una inversión a largo plazo que requerirá procesos de experimentación y ajuste.
- Apalancamiento en los recursos locales: la idea es capitalizar los recursos existentes en el terreno.
- Protagonistas nuevos y más diversos: Se trata de no solamente concebir como protagonistas a las multinacionales, sino PYMES, emprendedores sociales y OSC.

Por otro lado, la red de Laboratorios de la Base de la Pirámide, iniciada por Stuart Hart en la Universidad de Cornell, propone que un negocio inclusivo debería reunir las siguientes características (Lariú, Strandberg 2009, p.8):

- Pertener al sector privado y estar basado en un modelo de negocio que crea valor para las comunidades de bajos ingresos y para la empresa.
- Ser un negocio que se base intensivamente en alianzas con organizaciones civiles y administraciones públicas para poder lograr un mayor número de externalidades positivas.
- La estrategia del negocio debería contemplar elementos de la triple cuenta de resultados (impacto social, económico y medioambiental de la actividad empresarial).
- Existir un potencial de réplica a gran escala del modelo de negocio para conseguir un impacto transformador sobre la sociedad y generar beneficios económicos.

4.2.5 Los negocios inclusivos en Colombia

En la tabla 1. Negocios inclusivos en Colombia, se presentan casos desarrollados con éxito.

Tabla 1 Los negocios inclusivos en Colombia

Los Negocios Inclusivos en Colombia			
Organización	Descripción	Desafío	Logros
NATURA	Natura fabrica y comercializa productos de higiene personal y cosméticos.	Vincular sin discriminación a personas de todos los estratos como distribuidores con una baja inversión que les permite recibir capacitación y	Natura logro un crecimiento del 500% entre el 2.007 y 2.008.
			Los distribuidores lograron generar un promedio de venta mensual de US \$154 con una utilidad del 30% sobre las ventas, además de

		entrenamiento.	recibir incentivos y bonificaciones extra según su desempeño individual.
INDUPALMA	Indupalma se dedica a la siembra y extracción del aceite de palma; además de la investigación y desarrollo de nuevos productos aplicables al cultivo de la misma	Desarrollar un programa sostenible de proveedores de palma de aceite en el Magdalena Medio que permita a los campesinos de la zona ser propietarios de sus cultivos	Aumento anual de la producción en un 78,5%
		Consolidarse como líderes en la industria de la palma a nivel Nacional	Incremento en la producción de tonelada de aceite sobre hectárea de que paso de 3.5 ton en 1.995 a 5 ton en 2.000 Creación de 30 cooperativas de trabajo asociado, 1.300 familias vinculadas dentro de las que 500 son propietarios de las tierras.
COMPAÑÍA NACIONAL DE CHOCOLATES	Compañía Nacional de Chocolates se dedica a producir, comercializar y distribuir alimentos	Desarrollar alianzas con los pequeños agricultores nacionales basadas en el beneficio mutuo que permita reducir la dependencia del cacao importado	Ampliación de la base de proveedores, las compras a las nuevas asociaciones y cooperativas representaron en 2.007 el 15% de las compras realizadas por la Compañía.
			Acceso al mercado para 14 asociaciones que agrupan alrededor de 3.500 familias quienes tienen asegurada la venta de su producción.
			Utilización de tecnología sostenible para la producción de cacao

PROMIGAS	Promigas es una compañía del sector energético que distribuye gas a los hogares	Crear valor para sus usuarios y distribuidores a través de un programa de financiamiento que permita el acceso a bienes que mejoren la calidad de vida de las familias pertenecientes a los estratos 1, 2 y 3 vinculados al servicio de gas natural	A través del programa Brilla, Promigas logro otorgar préstamos por US \$80 con una utilidad neta de US \$ 1. 5 en el primer año.
			Acceso a créditos de alrededor de los US \$ 326 para más de 247.000 familias

Elaboración Karen Linero (2012). Fuente CECODES

4.3 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2010- 2014 “PROSPERIDAD PARA TODOS”

Los pilares sobre los que descansa el plan nacional de desarrollo son los siguientes: convergencia y desarrollo regional, crecimiento y competitividad, igualdad de oportunidades, consolidación de la paz, innovación, sostenibilidad ambiental, buen gobierno y relevancia internacional, tales pilares solo tendrán éxito si realmente existe una efectividad en su ejecución, lo que constituye el reto más grande de llevar la propuesta a la práctica.

Del pilar de igualdad de oportunidades se retomarán a continuación elementos que a juicio del investigador son de alta relevancia desde la perspectiva de los negocios inclusivos.

4.3.1 Igualdad de oportunidades para la prosperidad social.

La visión de sociedad ideal Colombiana, es una sociedad con igualdad de oportunidades y con movilidad social, en que nacer en condiciones desventajosas no signifique perpetuar dichas condiciones a lo largo de la vida, gracias a la acción del estado.

Actualmente el 46 por ciento de la población colombiana se encuentra en condición de pobreza y el 16 por ciento en condición de pobreza extrema. Colombia cuenta con una de las tasas de desempleo más altas de la región latinoamericana, para disminuir los niveles de pobreza y de desigualdad se debe garantizar el funcionamiento del Sistema de Protección Social que comprende tres grandes componentes: (i) la seguridad social integral -salud, riesgos profesionales y protección al cesante-, (ii) la promoción social, y (iii) las políticas y programas de formación del capital humano.

Parte del sistema de protección social busca promover la inserción de los más pobres y vulnerables a servicios sociales, brindar acompañamiento y herramientas que permitan a familias pobres generar ingresos de manera sostenible.

Una estrategia destacable dirigida a la población más pobre y vulnerable de Colombia es la Red para la superación de la Pobreza Extrema, que tiene como objetivo apoyar a 1.500.000 familias a superar su situación y mejorar su calidad de vida. La Red tiene tres componentes: (1) acompañamiento familiar y comunitario, (2) gestión de la oferta y acceso preferente y (3) fortalecimiento institucional.

La promoción social, también se enfoca en un los desplazados por la violencia, se estima que cerca de 3,4 millones de personas han sido víctimas del desplazamiento forzado. Los grandes desafíos en esta materia son: primero, garantizar el goce efectivo de derechos a la población desplazada, y segundo, establecer los mecanismos y criterios necesarios para cesar el desplazamiento forzado en el territorio.

Por otro lado, el Sistema de Protección Social busca garantizar la igualdad de oportunidades a toda la población, lo que implica consolidar sistemas de salud y educación con cobertura universal, sostenibles y de calidad. El gobierno considera que

para garantizar oportunidades debe brindar especial atención a la educación desde la primera infancia, continuando con la educación básica y media y así aumentar la posibilidad de generar ingresos de manera sostenible a través del empleo o generación de emprendimientos exitosos.

Para el gobierno es importante generar un ámbito de negocios que favorezca la generación y el desarrollo de nuevos emprendimientos para la población de menores ingresos. Un entorno que permita que las ideas se conviertan en negocios y que estos negocios crezcan y generen empleo y dinamismo económico. Colombia ha avanzado sustancialmente en los últimos años en generar un clima propicio para los negocios y el emprendimiento. No obstante, aún se identifican algunos obstáculos como: (i) falta de coordinación de las políticas de empleo, emprendimiento y generación de ingresos, (ii) baja articulación de los actores que adelantan las políticas, y (iii) ausencia de procesos de acompañamiento para promover la empleabilidad, el emprendimiento y la generación de ingresos, especialmente para la población más pobre y vulnerable.

Para el cumplimiento de las estrategias de igualdad de oportunidades, es importante la igualdad de género, los retos para el gobierno son: (i) la violencia intrafamiliar, (ii) las condiciones equitativas de remuneración salarial, (iii) el reconocimiento del trabajo no remunerado y su aporte a la economía del cuidado, (iv) el apoyo a las madres cabeza de hogar, (v) la baja participación de los hombres en la educación superior, o (vi) la garantía de las libertades de la población LGBTI (Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transgénero e Intersexuales)

Como estrategia para alcanzar la meta de igualdad de oportunidades el gobierno plantea políticas especiales para segmentos específicos de la población como grupos étnicos, personas en situación de discapacidad, jóvenes y adultos mayores.

El estado tiene en cuenta que no solamente la igualdad de oportunidades contribuye a mejorar la calidad de vida, también se deben asociar elementos como salud, educación, cultura, deporte y actividades de recreación.

4.3.2 Lineamientos estratégicos para generar igualdad de oportunidades para la prosperidad social.

Tabla 2 Lineamientos estratégicos para generar igualdad de oportunidades para la Prosperidad Social

Lineamientos Estratégicos para Generar Igualdad de Oportunidades para la Prosperidad Social	
ÍTEM	ESTRATEGIA
Primera infancia, niñez y adolescencia	Diseñar e implementar la estrategia de atención integral a la primera infancia, denominada “Estrategia de cero a siempre”, que será liderada por la Presidencia de la República, estará focalizado especialmente en la población más pobre y vulnerable.
	Promover y garantizar la protección de los derechos de la niñez y la adolescencia: (i) mejorar los programas de nutrición y hábitos saludables, (ii) ejecutar estrategias de capacitación a los padres, agentes educativos y cuidadores, en la comprensión de los niños y jóvenes como sujetos con derechos, (iii) desarrollar estrategias para la prevención de la violencia intrafamiliar, el maltrato infantil y el abuso sexual de menores, (iv) diseñar e implementar estrategias intersectoriales para reducir los embarazos de adolescentes, y (v) implementar y fortalecer la estrategia de prevención y erradicación del trabajo infantil.
Formación de capital humano	Generar las oportunidades de acceso y permanencia para cerrar las brechas regionales y sociales en todos los ciclos de formación.
	Educar con pertinencia para la innovación y la productividad: fortalecer e implementar nuevos esquemas de articulación de educación media con superior, y diseñar estrategias para fomentar el emprendimiento en los establecimientos educativos.
Acceso y calidad en salud, universal y sostenible	Revisar, actualizar y unificar gradual y sosteniblemente los planes de beneficios.
	Regular los servicios excluidos del plan de beneficios mediante: una instancia de evaluación de tecnología, mecanismos de regulación de precios, y sistemas de información y seguimiento.
	Promover estilos de vida saludable y reducir la prevalencia de los factores de riesgo de enfermedades crónicas.
Promoción de la Cultura	Fortalecer el Sistema Nacional de Cultura como instancia para la coordinación entre el Gobierno Nacional, el Banco de la República y las entidades territoriales en el desarrollo de la política cultural.
	Implementar estrategias para apoyar el emprendimiento en las industrias culturales.

	Diseñar e implementar programas culturales para la primera infancia.
	Fortalecer el Programa de Lectura y Escritura.
	Continuar con los programas de conservación del patrimonio cultural del país.
Deporte y recreación	Ampliar y mejorar la infraestructura deportiva del país.
	Promover la práctica del deporte.
Red para la superación de la pobreza extrema UNIDOS	Continuar y asegurar el acompañamiento familiar para un millón y medio de familias, y simultáneamente definir las condiciones de salida de la Red para la superación de la pobreza extrema.
	Integrar la oferta de servicios y programas sociales
	Establecer un mecanismo de priorización y asignación eficiente del gasto de inversión para la Red para la superación de la pobreza extrema, de acuerdo con la información de la demanda potencial y la oferta social existente.
	Implementar el Programa de Asistencia Técnica Territorial para reforzar las capacidades territoriales para la superación de la pobreza extrema.
	Diseñar e implementar el sistema de seguimiento “Focalización Progresiva”: mecanismos de búsqueda activa de potenciales beneficiarios, y diseño de indicadores de monitoreo y seguimiento.
	Desarrollar instrumentos de focalización que consideren la dimensión espacial, geográfica y territorial.
	Diseñar, e implementar el Registro Nacional de la Oferta de Promoción Social público-privada.
	Implementar y poner en operación la nueva plataforma tecnológica SisbenNet en todos los municipios del país y optimizar la información con cruces y validación del SISBEN con bases externas.
Empleabilidad de emprendimiento y generación de ingresos	Desarrollar estrategias y programas para la búsqueda efectiva de empleo, el mejoramiento del perfil ocupacional y la orientación profesional: profundizar la interrelación y complementariedad entre el Sistema de Intermediación Laboral, los Sistemas de Protección al Cesante y de Formación de Capital Humano, y la Estrategia de Gestión del Recurso Humano.
	Incorporar a las responsabilidades de las entidades del Gobierno Nacional el seguimiento del empleo que generen y la definición de las necesidades de recurso humano que requiera su respectivo sector.
	Mejorar los sistemas de información laboral: realizar seguimiento detallado al impacto de las políticas para la generación de empleo; y fortalecer los observatorios territoriales del mercado de trabajo.

	Fortalecer la política de generación de ingresos existente, mediante: (i) mecanismos de canalización de recursos de inversión social privada y cooperación internacional, (ii) fomento y acompañamiento en la inserción laboral para jóvenes y adultos inactivos, (iii) enganche laboral en obras de infraestructura, (iv) programas de asistencia técnica liderados por Bancóldex, y (v) becas y subsidios para cursar programas de formación para el trabajo.
Política para la población víctima del desplazamiento forzado por la violencia	Adoptar medidas para buscar el Goce Efectivo de los Derechos de la población desplazada y con ello lograr que dicha población supere la situación generada por el desplazamiento forzado (Cesación):
	Desarrollar estrategias de prevención para atacar las causas del fenómeno y disminuir los desplazamientos nuevos.
	Continuar y consolidar las políticas de salud, educación, reunificación familiar y alimentación.
	Fortalecer y ajustar las políticas de atención psicológica y psiquiátrica, vacunación, subsistencia mínima, y educación a extra edad.
	Realizar reformas estructurales para lograr la articulación de las políticas de vivienda, generación de ingresos y restitución de tierras, en el marco del retorno o la reubicación.
	Determinar los criterios para que la población supere la situación generada por el desplazamiento forzado.
	Adecuar los mecanismos de medición y seguimiento.
Articular los esfuerzos de entidades nacionales y territoriales.	
Grupos étnicos	Promover la igualdad de oportunidades de los grupos étnicos con acciones y estrategias diferenciales para cada grupo en: protección social; acceso, permanencia y pertinencia de la educación; generación de ingresos; emprendimiento y empleabilidad.
	Protección de los derechos fundamentales de la población étnica: (i) aplicar la política de DDHH de los grupos étnicos, (ii) adecuar las medidas de protección a atentados contra miembros de las comunidades étnicas, y (iii) desarrollar una política para el reconocimiento de iniciativas culturales, entre otros.
Género	Desarrollar una Política Nacional Integral de Género.
	Crear el Observatorio Nacional de Violencias, con el objetivo de investigar, analizar, visibilizar, y hacer seguimiento a esta problemática, con especial énfasis en las violencia de género intrafamiliar y sexual.
	Identificar la magnitud del trabajo no remunerado y la discriminación laboral a través de encuestas y estudios sobre sus determinantes.
	Fomentar y aumentar los niveles de participación política de las mujeres.

	Plena aplicación del principio de igualdad y del respeto por las diferencias basadas en la orientación sexual y la dignidad de la persona, protegiendo el derecho al libre desarrollo de la personalidad.
Población en situación de discapacidad	Fortalecer el Sistema Nacional de Discapacidad (SND):
	Coordinar y articular la reformulación e implementación de la Política de Discapacidad: i) identificar los riesgos de adquirir una discapacidad y diseñar e implementar programas de prevención; ii) diseñar, mantener, modificar o implementar programas que permitan mejorar la empleabilidad de las personas en situación de discapacidad; iii) fortalecer los programas para promover el deporte paralímpico; iv) promover y facilitar la actividad física, cultural y recreativa de las personas con discapacidad; v) proveer y mejorar el acceso, la atención y la formación pertinente y con calidad de las personas con discapacidad; y vi) promover y asegurar la igualdad de condiciones, por competencia e idoneidad, en la contratación o vinculación de personas con discapacidad en establecimientos públicos y privados.
	Formular e implementar el Plan decenal de accesibilidad.
	Evaluar y desarrollar alternativas que permitan la prevención y el acceso progresivo en la atención integral en salud de la condición de discapacidad.

Elaboración: Karen Linero (2012). Fuente: Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 "prosperidad para todos"

5. METODOLOGÍA

5.1 FASE PRELIMINAR

Esta investigación tomó como base para desarrollar la batería de preguntas el contenido del Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 “prosperidad para todos, concretamente, el capítulo IV “Igualdad de oportunidades para la prosperidad social” y la información de base sobre los negocios inclusivos.

Se retomaron las metas planteadas dentro del capítulo que estuvieran asociadas a los negocios inclusivos y a partir de ahí se generaron las preguntas.

El método que se utilizó para la investigación fue el método Delphi y a conveniencia de la investigación el tipo Mini Delphi.

La escala de medición empleada para la investigación fue la escala Likert, que se utiliza para medir la reacción de los encuestados en una escala de cinco categorías respecto a las cuales se le pide que manifieste su grado de acuerdo o desacuerdo (Cañadas, 1998).

La selección de expertos se realizó de acuerdo a la clasificación propia de la metodología Delphi, en la que los participantes pueden ser expertos, afectados, representantes, facilitadores o colaboradores en el tema a tratar. La siguiente tabla presenta una categorización de los expertos.

Tabla 3 Caracterización de los expertos

CARACTERIZACIÓN DE LOS EXPERTOS					
N°	Nombre	Institución	Cargo Actual	Clasificación conceptual	Grupo
E1	Francisco Mejía	Universidad del Rosario	Director de extensión	Especialista	Académico
E2	Charles Arosa	Universidad de los Llanos	Decano administración de empresas	Especialista	Académico

E3	Jorge Villamil	Departamento para la Prosperidad Social	Profesional especializado en dirección de ingreso social	Facilitador	Gobierno
E4	Gustavo Yepes	Universidad Externado de Colombia	Director de Gestión Social	Especialista	Académico
E5	Gonzalo Giambruno	Pacto Global	Director de Sostenibilidad y Formación	Experto	ONG
E6	Edelmira Peña	Interlabco Ltda.	Gerente	Afectado	Negocios inclusivos
E7	Sergio Rengifo	CECODES	Director de Proyectos Especiales	experto	ONG
E8	Jenny Melo	NextBillion en Español	Editora	experto	ONG
E9	Irene Bello	Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema	Profesional especializado	Facilitador	Gobierno
E10	Victor Malagón	Experto en Responsabilidad Social Empresarial	Profesor Universitario	Experto	Académico

5.2 FASE EXPLORATORIA

Para la presente investigación se realizó una encuesta estructurada con una batería de 20 preguntas. Esta encuesta fue sometida a una prueba piloto con uno de los expertos, posteriormente se realizaron los ajustes pertinentes tomando como base la retroalimentación de la prueba piloto. En sumatoria se cuenta con una batería total de 200 preguntas.

La logística de entrega fue presencial y vía correo electrónico, la encuesta fue enviada a los 10 expertos previamente seleccionados. Todos los participantes completaron la encuesta y la devolvieron al investigador por el mismo medio.

5.3 FASE FINAL

Una vez se obtuvieron las respuestas enviadas por los expertos, se procedió a la tabulación de los datos y el análisis de los resultados y respuestas. Con base en la información obtenida se realizaron las conclusiones y recomendaciones del estudio.

6. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Para la presentación de los resultados de este estudio, las preguntas de la encuesta se dividieron en 4 grandes grupos: Educación, Empleo, Formación para el trabajo y Red Juntos. Para acceder a la información contenida en las preguntas ver Anexo1.

6.1 FORMACIÓN Y EMPLEO

La batería de preguntas que se diseñó respondió al tema de inclusión social que está estrechamente relacionada con el deber ser de los negocios inclusivos a nivel mundial, el cual es, desarrollar las bases de la pirámide. Por lo tanto y a partir de esto el plan nos permite observar en su capítulo 4 que uno de los temas a considerar para realizar el análisis entre el Plan Nacional de Desarrollo y los negocios inclusivos es el correspondiente a educación.

Tabla 4 RESPUESTAS EXPERTOS. Formación y empleo

PREG	RESPUESTAS EXPERTOS										1	2	3	4	5	MODA	MEDIA	MEDIANA
	Formación y Empleo																	
	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10								
1	3	3	2	4	2	4	3	2	2	3	0%	40%	40%	20%	0%	3	3	3
2	3	3	2	4	3	4	4	2	2	2	0%	40%	30%	30%	0%	2	3	3
3	4	2	2	4	3	4	3	2	3	2	0%	40%	30%	30%	0%	2	3	3
4	4	3	1	4	3	4	3	3	3	2	10%	10%	50%	30%	0%	3	3	3
5	4	4	2	5	3	4	2	3	2	2	0%	40%	20%	30%	10%	2	3	3
6	5	4	2	5	3	4	2	4	3	2	0%	30%	20%	30%	20%	4	3	4
18	4	4	3	5	3	4	3	3	3	3	0%	0%	60%	30%	10%	3	4	3
19	4	4	3	5	2	4	3	3	3	3	0%	10%	50%	30%	10%	3	3	3
20	3	3	4	5	2	4	3	4	2	2	0%	30%	30%	30%	10%	3	3	3

1 - Totalmente de acuerdo

2 - De acuerdo

3 - Ni en acuerdo ni en desacuerdo

4 - En desacuerdo

5 - Totalmente en desacuerdo

Para la pregunta número 1, el 40 % de los encuestados se encuentra en una posición neutral, respecto a que los programas de formación para el trabajo pueden llevar a la promoción de los negocios inclusivos, ya que considera que si bien los programas de formación pueden llevar a un mejor empleo “ el problema del país en cuanto a formación se da porque se está capacitando a la población en los programas que tienen sobreoferta; sin contar antes con el conocimiento de los programas que están demandando los diferentes sectores. Otro 40% afirma estar de acuerdo con dicha relación aunque sostiene que “si bien los programas generan más posibilidades, no garantizan la conformación de unidades productivas que puedan articularse con las cadenas de valor de las empresas”.

En cuanto a las preguntas 2 y 3, que señalan el aporte de los negocios inclusivos a la reducción de la tasa de desempleo y la brecha de desempleo en las diferentes ciudades del país, el 40% de los encuestados está de acuerdo ya que considera que “el desarrollo de negocios inclusivos de forma masiva y articulada puede impactar de forma directa la tasa de desempleo”. Por otro lado, un 30% se encuentra en una posición neutral y, otro 30% está en desacuerdo dado que “no existe actualmente un conocimiento real del concepto de negocios inclusivos por parte del gobierno y existe una desarticulación para abordar los diferentes actores por parte de las entidades gubernamentales”.

En cuanto a la pregunta 4, la mitad de los encuestados asume una posición neutral respecto al aporte de los negocios inclusivos a la reducción del desempleo juvenil, ya que considera que “se vincula a los negocios inclusivos, población sin ningún tipo de discriminación y no existen criterios de selección como la edad, genero, entre otros”.

Para las preguntas 5 y 6, que relacionan el aporte de los negocios inclusivos a la reducción de la población ocupada que vive por debajo del umbral de pobreza y que devenga menos de 1 SMMLV, no fue posible llegar a un consenso ya que las opiniones estuvieron divididas alrededor del acuerdo, el desacuerdo y la imparcialidad, ya que “si bien los negocios inclusivos proponen esquemas gana-gana, en algunas ocasiones la

inclusión de comunidades a la cadena de valor, no asegura un salario mínimo, a veces es menos que éste y sin acceso a la seguridad social”.

Respecto a las preguntas 18 y 19, que relacionan el aporte de los negocios inclusivos a la reducción de la brecha en la tasa de desempleo y de ingresos laborales femeninos, la mayoría de los encuestados asume una posición imparcial justificando que “en este momento no es posible determinar la incidencia de los negocios inclusivos sobre dicha brecha, ni existe un estimado del porcentaje de población femenina vinculada a los mismos adicionalmente, los negocios inclusivos no establecen criterios de selección como la edad, el género, entre otros”.

Respecto a la pregunta 20, no se definió un consenso sobre el aporte de los negocios inclusivos a la formación, fortalecimiento de empresas y al crecimiento de los cupos de formación técnica y tecnológica, argumentando que “si bien los negocios inclusivos pueden generar nuevos y mejores empleos en grupos poblacionales vulnerables, por ser más barato, las empresas pueden reducir su planta de personal, generar desempleo y/o precarización del trabajo”, por otro lado, “los negocios inclusivos representan una de las estrategias clave para la promoción y fortalecimiento empresarial” , adicionalmente, “ la formación es fundamental pero las regiones no cuentan con los recursos suficientes”.

6.2 DESPLAZAMIENTO

En el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 “prosperidad para todos” la población víctima de desplazamiento forzado y la población afectada por la ola invernal, se atienden como prioridad, al ser una población vulnerable se convierten en un actor potencial para el desarrollo de los negocios inclusivos.

Tabla 5 RESPUESTAS EXPERTOS. Desplazamiento

PREG	RESPUESTAS EXPERTOS										1	2	3	4	5	MODA	MEDIA	MEDIANA
	Desplazamiento																	
	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10								
15	3	3	3	5	2	4	3	2	2	3	0%	30%	50%	10%	10%	3	3	3
16	3	3	3	5	2	4	5	2	2	2	0%	40%	30%	10%	20%	2	3	3
17	3	4	2	5	3	4	4	2	4	2	0%	30%	20%	40%	10%	4	3	4

1 - Totalmente de acuerdo

2 - De acuerdo

3 - Ni en acuerdo ni en desacuerdo

4 - En desacuerdo

5 - Totalmente en desacuerdo

Respecto a la pregunta 15, que relaciona el desarrollo de los negocios inclusivos, con el derecho a la generación de ingresos con la población víctima del desplazamiento forzado, la mitad de los encuestados asume una posición imparcial ya que “el desarrollo de negocios inclusivos no tiene criterios poblacionales de inclusión, sin embargo, sería posible desarrollar tal criterio de inclusión”.

Para la pregunta 16, que señala que el desarrollo de los negocios inclusivos podría permitir el acceso a activos por parte del 40 % de la población víctima de desplazamiento forzado, el 40% de los encuestados está de acuerdo ya que “con el desarrollo de negocios inclusivos, se podría vincular a los desplazados como proveedores o distribuidores y de esta manera lograr el acceso a activos y generar condiciones para que sea posible”

Respecto a la pregunta 17, que señala que el acceso a activos por parte de la población víctima de desplazamiento forzado desde la capitalización / formalización y Fortalecimiento Empresarial promueve el desarrollo de los negocios inclusivos, se encontró que el 40 % de los encuestados **está en desacuerdo ya que** “el desarrollo de los negocios inclusivos es un proceso que requiere un periodo de acompañamiento e inversión, que se dificulta debido a las condiciones de la población”

6.3 UNIDOS

La estrategia UNIDOS es una estrategia que el gobierno desarrolló para lograr que un millón y medio de familias superen la pobreza, en ese sentido, los negocios inclusivos podrían ser la base para lograrlo.

Tabla 6 RESPUESTAS EXPERTOS Unidos

PREG	RESPUESTAS EXPERTOS										1	2	3	4	5	MODA	MEDIA	MEDIA NA
	UNIDOS																	
	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10								
7	3	4	2	5	5	4	4	3	2	3	0%	20%	30%	30%	20%	3	4	4
8	3	3	2	5	3	4	5	2	3	3	0%	20%	50%	10%	20%	3	3	3
9	3	3	2	5	3	4	3	2	4	2	0%	30%	40%	20%	10%	3	3	3
10	3	3	1	5	3	4	3	2	4	2	10%	20%	40%	20%	10%	3	3	3
11	3	3	2	5	2	4	3	3	3	4	0%	20%	50%	20%	10%	3	3	3
12	3	3	2	5	2	4	3	2	3	2	0%	40%	40%	10%	10%	3	3	3
13	3	3	3	5	2	4	3	3	4	2	0%	20%	50%	20%	10%	3	3	3
14	3	4	2	5	2	4	2	3	3	4	0%	30%	30%	30%	10%	3	3	3

1 - Totalmente de acuerdo

2 - De acuerdo

3 - Ni en acuerdo ni en desacuerdo

4 - En desacuerdo

5 - Totalmente en desacuerdo

Para la pregunta 7, que se refiere al aporte que hacen las familias graduadas del programa UNIDOS al desarrollo de los negocios inclusivos, no se logró un consenso entre los encuestados, que argumentan que “para llegar a graduarse del programa UNIDOS hay que cumplir con 49 logros que son evaluados ANSPE y contribuyen al desarrollo de los negocios inclusivos” por otra parte “no hay una articulación clara entre UNIDOS y los negocios inclusivos; sin embargo, el programa del centro de innovación social busca incluir a las familias del programa UNIDOS como clientes en las cadenas de valor, lo que contribuiría al desarrollo de los negocios inclusivos”, finalmente “los negocios inclusivos están ligados al sector privado y no a las entidades del estado”

Respecto a la pregunta 8, que señala el aporte de la formación complementaria al desarrollo de los negocios inclusivos, la mitad de los encuestados asumió una posición imparcial ya que “en este momento no es posible determinar una relación directa entre los programas y el desarrollo de los negocios inclusivos”

Respecto a las preguntas 9 y 10 que relacionan la asistencia técnica rural y para el emprendimiento y fortalecimiento empresarial con el desarrollo de los negocios inclusivos, no se llegó a un consenso, debido a que “la asistencia técnica contribuye a un mejor aprovechamiento de los recursos, la tierra y el trabajo” en oposición “ En el modelo de los negocios inclusivos es clave la existencia de una empresa ancla que garantice el mercado y el fortalecimiento de capacidades en la población es solo una parte del esquema”.

Para la pregunta 11, que señala que los subsidios de tierra promueven el desarrollo de los negocios inclusivos, la mitad de los encuestados asume una posición imparcial, argumentando que “los subsidios de tierra, si bien promueven una mayor equidad en el acceso a la tierra, no garantizan la conformación de unidades más allá de la subsistencia”

Respecto a la pregunta 12, que relaciona el apoyo a emprendimientos con recursos de inversión social y cooperación internacional con la promoción del desarrollo de los negocios inclusivos, el 40 % de los encuestados está de acuerdo ya que “genera posibilidades para el desarrollo de negocios inclusivos si se articula oferta y demanda”. Otro 40% de los encuestados asume una posición imparcial ya que “Además de la tierra y el apoyo financiero, se requiere una formación en emprendimiento y generación de ingresos”.

Para la pregunta 13, que asocia la educación financiera con la promoción del desarrollo de los negocios inclusivos, la mayoría de los encuestados asume una posición imparcial debido a que “aunque la educación financiera es un requisito, la meta de 2753 beneficiarios propuesta por el gobierno no es suficiente para promover el desarrollo de los negocios inclusivos”

Respecto a la pregunta 14, que relacionan el beneficio de la formalización de la tenencia de tierras con la promoción del desarrollo de negocios inclusivos, no se encontró un

consenso ya que argumentan que “la tenencia de la tierra es fundamental para el desarrollo y sostenimiento de los negocios inclusivos”, pero “no garantiza la conformación de unidades productivas más allá de la subsistencia”.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

Los negocios inclusivos son un proceso a largo plazo que requiere una estructuración, inversión, formación y acompañamiento, por lo que el periodo de cuatro años dado para desarrollar las metas y objetivos de un gobierno podría ser insuficiente para comenzar tal proceso y observar sus resultados.

En el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 “prosperidad para todos” no se hace referencia propiamente dicha a los negocios inclusivos, por lo que ésta podría ser una variable que limite las posibilidades de desarrollarlos como una estrategia del gobierno ya que el no mencionarlos podría estar atado a la falta de conocimiento sobre el tema.

Incluir a la población de bajos ingresos en programas como UNIDOS para la reducción de la pobreza puede modificar sus condiciones económicas pero no es garantía del establecimiento de una independencia económica o de un negocio rentable que perdure en el tiempo.

Capacitar a la población para el trabajo no se relaciona de manera directa con la promoción de los negocios inclusivos pero es un elemento clave para aproximarse a los mismos ya que poseer la capacidad y conocimiento para el trabajo es el primer paso para proponer y desarrollar nuevas formas de negocio.

La reducción del desempleo y por ende de la pobreza no depende directamente del potencial para desarrollar negocios inclusivos, ya que en tal proceso intervienen otras

variables como las características de la población y de las empresas que determinan una articulación de oferta y demanda.

Los programas de acompañamiento del gobierno que buscan la intermediación y acompañamiento para el trabajo no garantizan la independencia económica ni el mínimo de ganancias para la población de bajos ingresos, aunque son un paso importante para acercarse al desarrollo de los negocios inclusivos.

Promover el desarrollo de los negocios inclusivos e incluirlos como una estrategia para alcanzar las metas del gobierno nacional requiere de una mayor divulgación y capacitación sobre el tema.

Los expertos evaluados en esta investigación en su mayoría emitieron respuestas imparciales, lo que se entiende como un vacío en el conocimiento de los negocios inclusivos por parte de los representantes del gobierno, en contraste, a la falta de información sobre las políticas gubernamentales por parte de los expertos en los negocios inclusivos. Para potencializar la divulgación y desarrollo de los negocios inclusivos en Colombia es necesario un diálogo interdisciplinario que genere beneficios para la población y lleve a la igualdad de oportunidades para la prosperidad social.

7.2 RECOMENDACIONES

Reconocer el alcance de los negocios inclusivos en Colombia requiere de la delimitación y reconocimiento del concepto, ya que pueden existir negocios inclusivos que aún no hayan sido reconocidos y nominados como tal.

Para definir si los negocios inclusivos resultan una herramienta útil para el alcance de las metas propuestas en el capítulo 4 “igualdad de oportunidades para la prosperidad social” del Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 “prosperidad para todos” es necesario reconocer las variables que intervienen en la relación de los grupos de interés para hacer una articulación adecuada de la oferta y la demanda.

Para que los negocios inclusivos sean una realidad dentro de las estrategias para alcanzar las metas del Plan Nacional de Desarrollo, es necesaria la participación de los representantes, expertos o especialistas en el tema, en la formulación de las políticas de estado.

Para que los negocios inclusivos constituyan una herramienta para la reducción de la pobreza, es necesario que el gobierno lidere actividades para dar a conocer los negocios inclusivos y promueva el desarrollo de alianzas entre la población de bajos ingresos y las empresas ancla.

BIBLIOGRAFÍA

Amaya, J. (2005). *Gerencia, planeación & estrategia. Fundamentos, modelo y software de planeación*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás.

Bravo, M., Arrieta, J. (2005). Revista iberoamericana de educación. *El método Delphi. Su implementación en una estrategia didáctica para la enseñanza de las demostraciones geométricas*.

Cañadas, I. (1998). *Categorías de respuesta en escalas tipo likert*. Recuperado 10/10/2012. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=2013665>

Concejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (2010). *Negocios inclusivos. Una estrategia empresarial para reducir la pobreza: Avances y lineamientos*. Bogotá

Helmer, O., & Rescher, N. (1959). *On the Epistemology of the Inexact Sciences*. Management Sciences, Vol. 6, No.1

Hamel, G., Prahalad, C. (1995). *Competing for the future*.

Lariú, A., Strandberg, L. (2009). Negocios Inclusivos: Creando valor para las empresas y para la población de bajos ingresos. *Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*. (5). 8-27.

Márquez, P., Reficco, E., Berger, G. (2009). Negocios inclusivos en América Latina. *Negocios Inclusivos más allá de la RSC. Harvard Business Review*. Mayo 2009. 29-31.

Plan nacional de desarrollo 2010 – 2014 “prosperidad para todos”. Departamento de planeación nacional. Diciembre de 2010. Recuperado septiembre de 2012 de <http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=NOQVO8cdJaA%3D&tabid=82>

Prahalad, C. (2005). *La oportunidad de negocios en la base de la pirámide: Un modelo de negocio rentable, que sirve a las comunidades más pobres*. Bogotá. Editorial Norma.

Prahalad, C. & Hammond, A. (2002). Harvard Business Review. *Como abastecer a la población del mundo de manera rentable*.

Prahalad, C. , & Hart, S. (2002). *The fortune at the bottom of the pyramid*. Strategy + Business. 26. 2-14

Silva, V. (2009). Gestión estratégica para las organizaciones sociales. *Negocios inclusivos o base de la pirámide. Una oportunidad de desarrollo en el marco de la RSC*. Programa de ética empresarial y económica. Universidad Alberto Hurtado.

ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario de expertos con el método Delphi

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
Cuestionario de expertos con el método Delphi
Los negocios inclusivos en Colombia: Una mirada prospectiva a partir del Plan Nacional de Desarrollo 2.010 - 2.014 "Prosperidad para Todos"

Parte I - Datos generales del experto		
Nombres y apellidos	Institución	
Departamento	Cargo	
Teléfono de contacto	Correo Electrónico	Página Web
Parte II. Interrelación entre los Negocios Inclusivos y el Plan Nacional de Desarrollo 2.010 - 2.014 Prosperidad para todos		
Los siguientes enunciados relacionan los Negocios Inclusivos con el Plan Nacional de Desarrollo 2.010 - 2.014 "Prosperidad para Todos", Califique de 1 a 5 su respuesta y explique brevemente su soporte.		

	ENUNCIADO	ESCALA					JUSTIFICACIÓN
		1	2	3	4	5	
1	Al finalizar el 2014 y lograr la meta de 3500 programas de formación para el trabajo con registro de condiciones básicas de funcionamiento, se habrá promovido el desarrollo de los negocios inclusivos en Colombia.						
2	Mediante el desarrollo de negocios inclusivos al finalizar el 2014, se habrá aportado la meta de disminuir la tasa de desempleo al 8.9% en Colombia.						
3	Mediante el desarrollo de negocios inclusivos al finalizar el 2014, se habrá aportado a la meta de disminuir la brecha de desempleo del total de 24 ciudades al 1.7% en Colombia.						
4	Mediante el desarrollo de negocios inclusivos al finalizar el 2014, se habrá aportado a reducir la tasa de desempleo juvenil (jóvenes entre 14 y 26 años de edad) al 16.1% en Colombia						
5	Mediante el desarrollo de negocios inclusivos al finalizar el 2014, se habrá aportado a reducir la población ocupada que vive por debajo del umbral de pobreza al 23.6%.						
6	Mediante el desarrollo de negocios inclusivos al finalizar el 2014, se habrá aportado a reducir la población ocupada que devenga menos de 1 smImv al 21.6%						
7	Al finalizar el 2014 y lograr la meta de 350.000 familias que se gradúan de la Red de Superación para la Pobreza Extrema del programa Juntos se habrá aportado a promover el desarrollo de negocios inclusivos en Colombia.						
8	Al finalizar el 2014 y cumplir con la meta del logro 6 del programa UNIDOS para la superación de la pobreza extrema de 406.550 programas de formación complementaria (Rural o urbana) y/o certificación de competencias se habrá promovido el desarrollo de negocios inclusivos en Colombia.						

9	Al finalizar el 2014 y lograr con la meta del logro 7 de la red UNIDOS para la superación de la pobreza extrema de 11.232 personas que reciben asistencia técnica rural se habrá promovido el desarrollo de negocios inclusivos en Colombia						
10	Al finalizar el 2014 y lograr la meta del logro 7 de la red UNIDOS para la superación de la pobreza extrema de 50.169 personas recibiendo asistencia técnica para el emprendimiento o fortalecimiento empresarial se habrá promovido el desarrollo de los negocios inclusivos en Colombia						
11	Al finalizar el 2014 y lograr la meta del logro 7 de la red UNIDOS para la superación de la pobreza extrema de la entrega de 10.000 subsidios de tierras se habrá promovido el desarrollo de los negocios inclusivos en Colombia						
12	Al finalizar el 2014 y lograr la meta del logro 7 de la red UNIDOS para la superación de la pobreza extrema de 326.229 beneficiarios del Banco de apoyo a emprendimientos con recursos de inversión social y cooperación internacional se habrá promovido el desarrollo de los negocios inclusivos en Colombia						
13	Al finalizar el 2014 y lograr la meta del logro 7 de la red UNIDOS para la superación de la pobreza extrema de 2.753 beneficiarios de educación financiera se habrá promovido el desarrollo de los negocios inclusivos en Colombia						

14	Al finalizar el 2014 y lograr la meta del logro 7 de la red UNIDOS para la superación de la pobreza extrema de 12.000 beneficiarios de la formalización de la tenencia de tierras se habrá promovido el desarrollo de los negocios inclusivos en Colombia					
15	Mediante el desarrollo de los negocios inclusivos al finalizar el 2014, se habrá aportado a garantizar el derecho de generación de ingresos a la población víctima de desplazamiento forzado desde el programa de empleabilidad para jóvenes desempleados en un 40% de un universo total de 358.353 personas u hogares.					
16	Mediante el desarrollo de los negocios inclusivos al finalizar el 2014, se habrá aportado el acceso a activos desde el emprendimiento en la población víctima de desplazamiento forzado con el apoyo al emprendimiento (urbano y rural) en un 40% de un universo total de 519.863 personas u hogares.					
17	Al finalizar el 2014 y lograr la meta de acceso a activos para la población víctima de desplazamiento forzado desde la capitalización / formalización y Fortalecimiento Empresarial de 1.261 personas u hogares se habrá promovido el desarrollo de los negocios inclusivos en Colombia					
18	Mediante el desarrollo de negocios inclusivos, al finalizar el 2014, se habrá aportado reducir la brecha en la tasa de desempleo femenino de 6.6 p.p a 3.2 p.p en Colombia					
19	Mediante el desarrollo de los negocios inclusivos, al finalizar el 2014 se habrá reducido la brecha de ingresos laborales femenina de un 20% a un 19% en Colombia.					

20	Mediante el desarrollo de negocios inclusivos, al finalizar el 2014 se habrá aportado promover la creación y fortalecimiento de empresas en diferentes sectores, y sostener el crecimiento de las metas de los cupos de formación técnica y tecnológica en las regiones que concentran la mayor cantidad de población afrodescendiente en 31.403 beneficiarios en Colombia.						
-----------	---	--	--	--	--	--	--

Anexo 2 Instructivo encuesta

<p>Cuestionario de expertos con el MÉTODO DELPHI Los negocios inclusivos en Colombia: Una mirada prospectiva a partir del Plan Nacional de Desarrollo 2.010 - 2.014 "Prosperidad para Todos"</p>	
<p>INSTRUCTIVO</p>	
<p>Objetivo Describir de manera prospectiva la relación entre los negocios inclusivos en Colombia y el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 “prosperidad para todos” mediante el método Delphi.</p>	
<p>Los negocios inclusivos La alianza SNV (Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo) - WBCSD (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible) define el negocio inclusivo como “una iniciativa empresarial que, sin perder de vista el objetivo final de generar beneficios, contribuye a superar la pobreza al incorporar a los ciudadanos de bajos ingresos en su cadena de valor, en una relación de beneficio para todas las partes”</p>	
<p>El Plan Nacional de Desarrollo y los negocios inclusivos En la siguiente encuesta está construida mediante enunciados que relacionan los negocios inclusivos y el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 “PROSPERIDAD PARA TODOS”. El cuestionario soporta su contenido al capítulo IV del plan “Igualdad de oportunidades para la prosperidad social” que a juicio del investigador presenta una relación estrecha con los negocios inclusivos.</p>	
<p>Procedimiento La siguiente encuesta consta de dos partes:</p>	
<p>Parte I: Datos de Identificación del Experto, encontrará espacio para diligenciar los datos</p>	

personales.

Parte II: Usted encuentra un total de 20 Preguntas que muestran la “Relación entre los Negocios Inclusivos y el Plan Nacional de Desarrollo 2.010 - 2.014 Prosperidad Para Todos”.

La Escala Likert Utilizada para cuantificar la respuesta está entre los Valores 1 a 5, donde:

1. Estoy totalmente de acuerdo con la afirmación.
2. Estoy de acuerdo con la afirmación.
3. No estoy ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación.
4. Estoy en desacuerdo con la afirmación.
5. Estoy totalmente en desacuerdo con la afirmación.

A continuación se le solicita soporte la respuesta de forma escrita.

Gracias por su colaboración.

KAREN LINERO

Estudiante Investigadora
Pontificia Universidad Javeriana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
Carrera de Administración