



Estrategias empresariales para el combate a la pobreza

Dr. Francisco Gerardo Barroso Tanoira

Analista Universidad Anáhuac Mayab

francisco.barroso@anahuac.mx

Síntesis

En una encuesta que realicé a mis alumnos les pregunté qué es lo que harían por México si estuviera eso en sus manos. Muchos se refirieron a acabar con la pandemia, a distribuir eficaz y eficientemente las vacunas o a transformar la educación y centrarla verdaderamente en los problemas nacionales y en las necesidades de vida de los alumnos. Sin embargo, la mayoría concordó en que harían algo por mitigar la pobreza.

Sí, la pobreza... tremendo flagelo internacional que ha acompañado al ser humano desde que existe la conciencia por la división y reparto de la riqueza generada. Según las reglas del juego, habrá algunos que tendrán más que otros, pero eso no es justo. En el mundo hay recursos, pero el problema es la división de la riqueza generada. Según el Dr. Omar Aktouf, experto en sustentabilidad, cerca del 80% de toda la riqueza mundial está en manos de cien familias. ¿Por qué unos tienen más que otros? ¿Por qué existe la pobreza? ¿Cómo es posible que, habiendo maravillosos adelantos en la medicina, haya quien muera por una apendicitis o por un parto difícil, solo por no tener dinero? Injusto, pero real y lamentable.

Hay quienes son insensibles a la pobreza pensando en que es consecuencia del avance tecnológico o simplemente un daño colateral. Y es que la pobreza llama a más pobreza, pues se acompaña por la falta de oportunidades, nulo o bajo desarrollo educativo y pérdida de autoestima, lo que a

¿Qué es ser pobre? Para empezar, **ser pobre significa no poder satisfacer las necesidades** para la vida

su vez lleva de nuevo a la falta de oportunidades. Un círculo vicioso que hay que romper, pero sin pensar en que solo es cosa del gobierno. Las empresas tienen la oportunidad y el deber moral de contribuir de alguna forma para mitigar o acabar con la pobreza.

La pobreza en el mundo y en México

¿Qué es ser pobre? Para empezar, ser pobre significa no poder satisfacer las necesidades para la vida. Uno es pobre si presenta una carencia social y no tiene el ingreso suficiente para satisfacer sus necesidades, pero para la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR, 2020), la pobreza extrema es el estado más grave de la pobreza, ya que una persona no puede satisfacer sus necesidades más básicas, como son alimentación, un techo, beber agua potable, acceso a servicios sanitarios y a educación. Uno es pobre en extremo cuando tiene un ingreso inferior al valor de una canasta básica y además tiene tres o más carencias sociales.

Según el Banco Mundial (2020), alrededor de 1,300 millones de personas son pobres porque no cuentan con los ingresos o carecen de acceso a agua potable, alimentos suficientes o a la electricidad. El 10% de la población mundial, esto es, 736 millones de personas, sobreviven con 1.90 dólares diarios, que es el umbral de la pobreza (38 pesos diarios, es decir, 1,155.2 pesos mensuales). El 80% de los pobres vive en zonas rurales, muchos en zonas vulnerables a las inundaciones. Más del 40% habita en zonas afectadas por la inseguridad, lo cual puede incrementarse a 67% durante esta década. La mitad de los pobres son niños y cuando cumplan 15 años, cerca de 70% no tendrá formación alguna o solamente contará con instrucción básica.

En México, ser pobre significa rezago social, falta de acceso a la salud y a la seguridad social, falta de acceso a una adecuada alimentación, así como a vivienda digna y servicios para dicha vivienda (electricidad, agua potable). Según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2020), a partir de 2020 hay 62.3 (48.8%) millones de personas en pobreza en México, y 21 millones (16.8%) estarán por debajo del límite de la pobreza extrema de 1.90 dólares diarios. Y con la pandemia, la generación de personas en pobreza ha crecido y crecerá, constantemente.

Estrategias empresariales

A todos, en un país, corresponde hacer algo para acabar con la pobreza. Al gobierno, crear las condiciones para que las empresas puedan ayudar, lo cual sería mediante incentivos fiscales más allá de las habituales deducciones por donaciones. Pero no es el objetivo hablar del gobierno aquí, sino de lo que pueden hacer las empresas. La vía más usual a la que estas han recurrido es mediante las donaciones, lo cual son acciones filantrópicas que pueden ser fácilmente suspendidas. Hay quienes pueden cansarse de donar.

Una forma de colaborar con organismos humanitarios orientados a mitigar la pobreza es por medio de esfuerzos de mercadotecnia social, en se pretende que los diferentes públicos se interesen en hacer donaciones que, a su vez, sean canalizadas a dichos organismos de apoyo. Acciones como *Un Kilo de Ayuda* o los famosos redondeos son muy útiles, los cuales se basan en la confianza generada por la transparencia con que se administra el dinero recaudado. De hecho, hay 75% de probabilidad de que un cliente cambie de supermercado si el nuevo

Según las reglas del juego, habrá algunos que tendrán más que otros, pero eso no es justo

apoya causas sociales que mitiguen la pobreza, y estarían dispuestos a comprar un artículo más caro (hasta 15%, no más) si dicha marca apoya ese tipo de causas. No se trata de meras estrategias de mercadotecnia, sino de ayuda al prójimo.

Para lograr el desarrollo, es necesario emprender tres categorías de estrategias empresariales para desarrollar negocios rentables e integrar a las personas a cadenas productivas, como indican Ramos, Villanueva y Peinado Vara (2007):

1. **Desarrollo de proveedores.** Las empresas que lideran la cadena productiva proveen asistencia técnica o financiera a micro y pequeñas empresas formadas por gente pobre. Un caso conocido es el de Starbucks, en Costa Rica, en que se provee asistencia técnica para que la gente produzca los insumos necesarios que la empresa comprará mediante lineamientos de comercio justo, destinando además un porcentaje para desarrollo social, o BIMBO, que trabaja con sus proveedores para que estos surtan los empaques, harina u otros productos que la panificadora necesita.
2. **Desarrollo de distribuidores.** La empresa líder instala micro y pequeños negocios para la distribución de productos y servicios, usualmente dirigidas por sus exempleados, a quienes da ayuda financiera o técnica. Esto constituye una oportunidad de desarrollo para empleados con talento y deseos de superación. Gana la empresa y también el trabajador. Es el caso de una constructora que puede dar la oportunidad a algunos albañiles para crear una empresa que venda e instale cercas de malla ciclónica (*chain link fence*) que la empresa necesita y que subcontrata del exterior.

Esta nueva empresa sería su proveedor seguro. Sin embargo, ésta puede dar servicio a otras empresas también, lo que le confiere autonomía y constituye una oportunidad de vida para los que trabajan en ella. Y si la constructora tiene acciones en la empresa de malla, pues la constructora ganará mucho más.

3. **Desarrollo de mercado.** La empresa líder apoya la elaboración de productos que estén mejor adaptados a las necesidades de micro y pequeños negocios y les otorga ayuda técnica y financiera, aún si no están alineadas a la cadena de valor de dicha empresa líder. Casos de éxito son Amanco (Honduras), Prodem (Bolivia) y Bon Group (República Dominicana).

A esas tres añadiría una más:

4. **Desarrollo de productores-compradores.** La empresa enseña a la gente a producir usando los productos que ésta vende, convirtiéndose en su natural y principal proveedor. Es el caso de una empresa productora de cemento y agregados para la construcción, que recluta a gente en la comunidad para enseñarles el oficio de albañilería. La empresa también les consigue los primeros clientes. ¿A quién comprarán estos albañiles el cemento y los agregados? Pues al proveedor que los capacitó.

Lo importante es generar economía en la comunidad. Con el dinero obtenido el albañil paga su comida, que a su vez permite a la cocina económica pagar a sus proveedores, que a su vez pagan sus cuentas y el dinero llega a toda la cadena productiva. También el albañil necesitará un corte de cabello, lo cual canaliza recursos monetarios a toda esa cadena.

A todo esto, hay que añadir la posibilidad del financiamiento, tal como lo hizo el Banco Graamen al otorgar préstamos a personas en condición de pobreza. Al inyectar recursos financieros se activa la cadena productiva, como se mencionó antes, con lo que mejora la calidad de vida de los habitantes (Mutis y Ricart, 2008). No se trata de dar el pescado a la gente, sino de enseñarles a pescar, como dice el conocido refrán.

Para finalizar

Las posibilidades de ayuda del sector empresarial son muy amplias. Más que dar dinero a las comunidades, se trata de ofrecerles oportunidades de empleo y desarrollo para que ellos mismos encuentren la forma de mejorar. Y si no puede la empresa hacerlo por sí misma, pues puede colaborar con organismos humanitarios que lo estén haciendo, ya sea con dinero o en especie.

Las estrategias descritas en este artículo funcionan y están al alcance de todas las empresas. Sin embargo, no se trata de ir como el Llanero Solitario, sino de crear grupos de empresas que puedan apoyar significativamente (esto corresponde a las Cámaras), vincularse con universidades y también con el gobierno, de manera que la Triple Hélice (sector privado, sector público y académico) funcionen en armonía para sacar a la gente de la pobreza.

¿De qué sirve tener todo el dinero del mundo si otras personas se están muriendo o sufriendo? Esta es la oportunidad de usar la creatividad para innovar y encontrar formas de ayuda a la sociedad para la erradicación de la pobreza. Si así lo hiciéramos, estimado lector, cerca de la mitad de los mexicanos serían beneficiados y lo agradecerán para siempre. ☞

Referencias

- Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (2020). Pobreza extrema. ¿Qué podemos hacer para acabar con ella? Recuperado de <https://eacnur.org/es/actualidad/noticias/eventos/pobreza-extrema-que-podemos-hacer-para-acabar-con-ella>
- Banco Mundial (2020). Pobreza. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/topic/poverty/overview>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2020). Medición de la pobreza. Recuperado de <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/PobrezalInicio.aspx>
- Mutis, J. y Ricart, J. E. (2008). Innovación en modelos de negocio: la Base de la Pirámide como campo de experimentación. *Universia Business Review*, 10-27.
- Naciones Unidas (2021). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>
- Ramos, E., Villanueva, M. T., y Peinado-Vara, E. (2007). Empresas privadas y creación de oportunidades económicas para micro y pequeñas empresas. E.U.A.: Banco Interamericano de Desarrollo.

