

From: "Jesus Moran"

Subject: Agradecimiento por su participacion en el ENCUENTRO DE RSE

Dra. Laura,

Un gusto saludarla nuevamente, a través de la presente le expreso mi más sincero agradecimiento por su participación como conferencista en el Encuentro de RSE – Mexico, realizado semanas atrás en la CANACO.

Estamos muy complacidos con su participación. Así mismo, fue un verdadero gusto conocerla, sobre todo que nos haya ilustrado con vuestros conocimientos en este tema, gracias por fomentar la cultura de la RSE.

Estoy seguro que no será la única vez que podamos apoyar juntos a la RSE en Mexico.

Un abrazo a la distancia.



Jesus J. Moran
Chief Executive Officer
**WORLD CONFEDERATION OF
BUSINESSES**



This message is intended only for the use of the intended recipient and may contain information that is PRIVILEGED and/or CONFIDENTIAL. If you are not the intended recipient, you are hereby notified that any use, dissemination, disclosure or copying of this communication is strictly prohibited. If you have received this communication in error, please destroy all copies of this message and its attachments and notify us immediately.



Please consider the environment before printing this email.



IDEA^{M.R.}
INSTITUTO DE DESARROLLO
EMPRESARIAL ANÁHUAC



Encuentro de Responsabilidad Social Empresarial

World Confederation of Businesses

México, D.F., 14 de noviembre de 2012

Dra. Laura Iturbide Galindo

Directora

Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac

La Responsabilidad Social Empresarial en las relaciones sociales

Contenido

1. Globalización y desarrollo
2. La empresa y la RSE
3. Negocios en la Base de la Pirámide
4. Casos de éxito
5. Conclusiones

Globalización y Desarrollo Económico...

- Desde hace casi dos décadas, el mundo se encuentra en un proceso de cambio sin precedente. La globalización es un hecho ineludible.
- La globalización ha permitido un incremento y calidad de la producción mundial, a través del intercambio comercial, y una mayor y mejor calidad tecnológica a través de inversión extranjera directa.
- El reto hoy día es ¿cómo hacer incluyente este proceso? ¿cómo lograr un patrón de desarrollo más dinámico y equitativo.

Globalización y Desarrollo Económico...

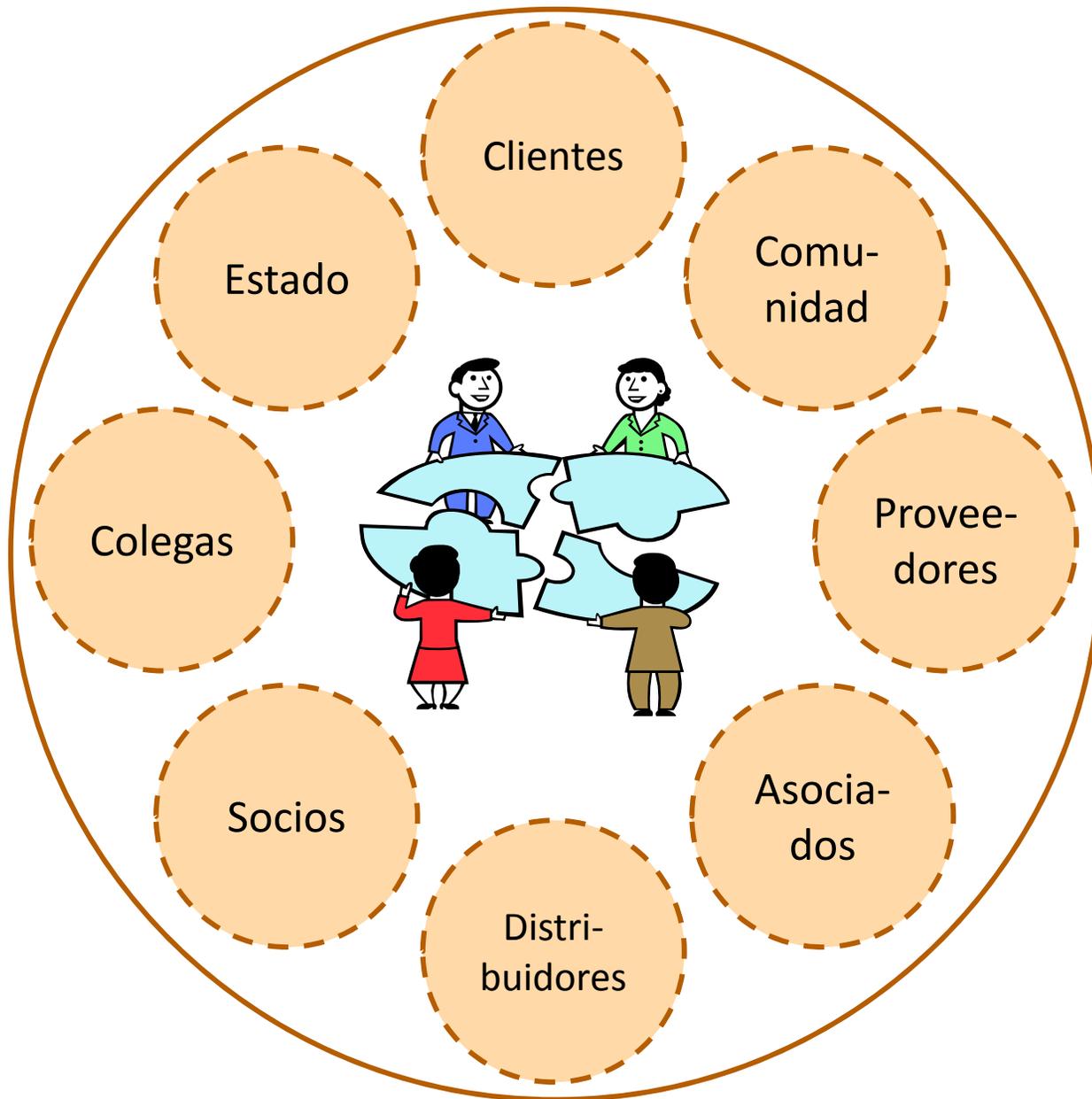
Algunas cifras:

- De acuerdo a cifras del Banco Mundial:
 - Una cuarta parte de la población del planeta vive en condiciones de pobreza extrema (menos de 1.25USD diarios). *“Esto es moralmente inaceptable y económicamente absurdo”* (Lemaresquier).
 - La lucha contra la pobreza exige una respuesta de todos los actores de la sociedad.

Globalización y Desarrollo Económico...

- En una economía globalizada, las empresas juegan un rol muy importante en la sociedad, más allá de la generación de empleos y la creación de riqueza.
- Son precisamente a las grandes corporaciones a las que se les atribuye gran parte de las disparidades del ingreso; empero por esta misma razón, pueden ser un vínculo muy efectivo para reducir la pobreza y la desigualdad.
- Hay una creciente exigencia internacional de una actuación empresarial bajo condiciones de transparencia, ética y humanismo.

Empresa como conjunto de relaciones



- Conciencia del papel de la empresa en la sociedad.
- Construcción de sostenibilidad a través de la red social.
- La empresa un verdadero motor de cambio.

Globalización y Desarrollo Económico...

- En 1999, en el Foro Mundial de Davos, el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, instó a los líderes del mundo a compartir una serie de valores y principios y dar a la globalización un rostro humano.
- Nuevas avenidas hacia la responsabilidad corporativa son las expuestas por Prahalad y Hammel, al conceder a las multinacionales un papel importante en el desarrollo económico mundial al:
 - Proveer bienes y servicios de calidad y bajo costo a la población de bajos ingresos.
 - Proporcionar ocupación a éstas en su manufactura y distribución
 - Mejorar su nivel de vida, al tiempo de reeditar negocio a aquéllas.

Elementos del Modelo de RSE

Generación de valor desde un modelo de negocios, que impacte positivamente a la sociedad y sea respetuoso con el medio ambiente.



Definición de Negocios Inclusivos o de la Base de la Pirámide

Iniciativas económicamente rentables, ambiental y socialmente responsables, enmarcados dentro de la estrategia empresarial y que utilizan los mecanismos de mercado para mejorar la calidad de vida de las personas de bajos ingresos y que coadyuvan a la mejora al lograr una competitividad sostenible.

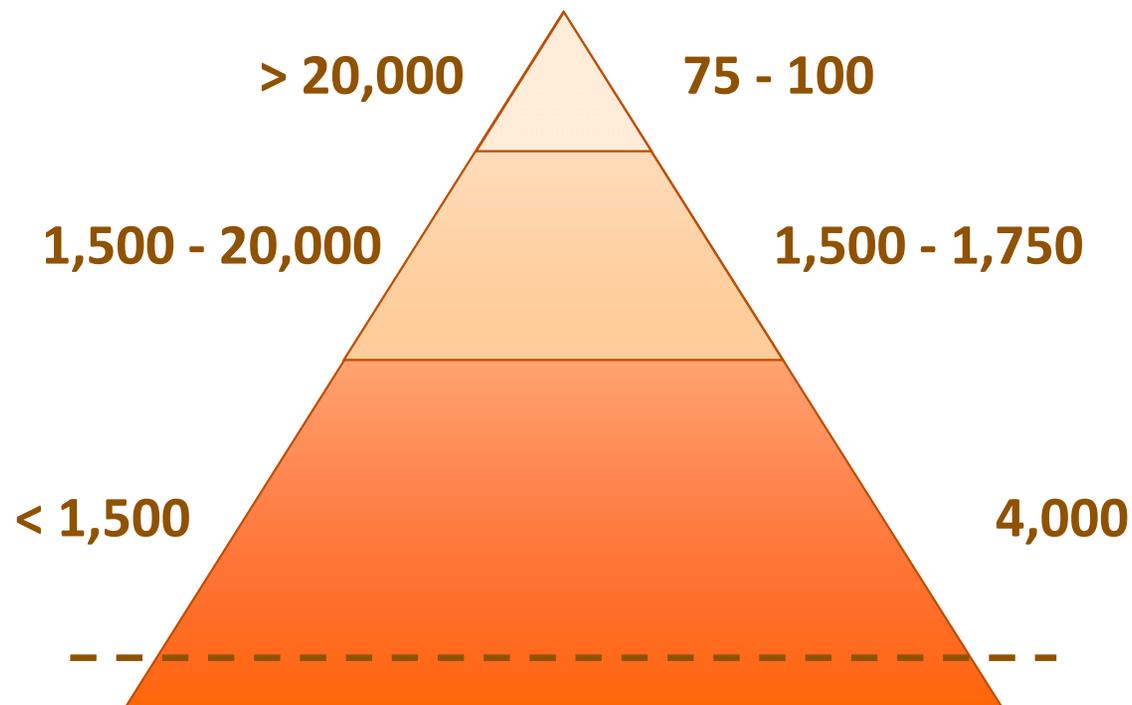
Negocios en la Base de la Pirámide

- Uno de los mayores retos de las empresas es encontrar mercados con perspectivas de crecimiento.
- Incursionar en la llamada Base de la Pirámide (BOP, por sus siglas en inglés) donde se ubican más de 4,000 millones de personas que viven con menos de 3 dólares diarios, es una alternativa a lo anterior.
- En América Latina 70% de la población se ubica en este sector y representa un mercado de 509 mil millones de dólares.

La Pirámide Económica

**Paridad de poder adquisitivo
(en US \$)**

**Población
(en millones)**



Fuente: Prahalad, C.K., “La Oportunidad de Negocios en la Base de la Pirámide”, Ed. Norma, 2005.

Negocios en la Base de la Pirámide

- Estos negocios, a través de mecanismos de mercado, mejoran la calidad de vida de personas de bajos ingresos, al permitir:

Su participación en la cadena de valor como proveedores de materia prima, agentes que agregan valor a bienes o servicios, o vendedores/distribuidores de bienes o servicios.

Su acceso a servicios básicos esenciales de mejor calidad o a menor precio.

Su acceso a productos o servicios que les permitan entrar a en un “círculo virtuoso” de oportunidades de hacer negocios o mejorar su situación socio-económica.

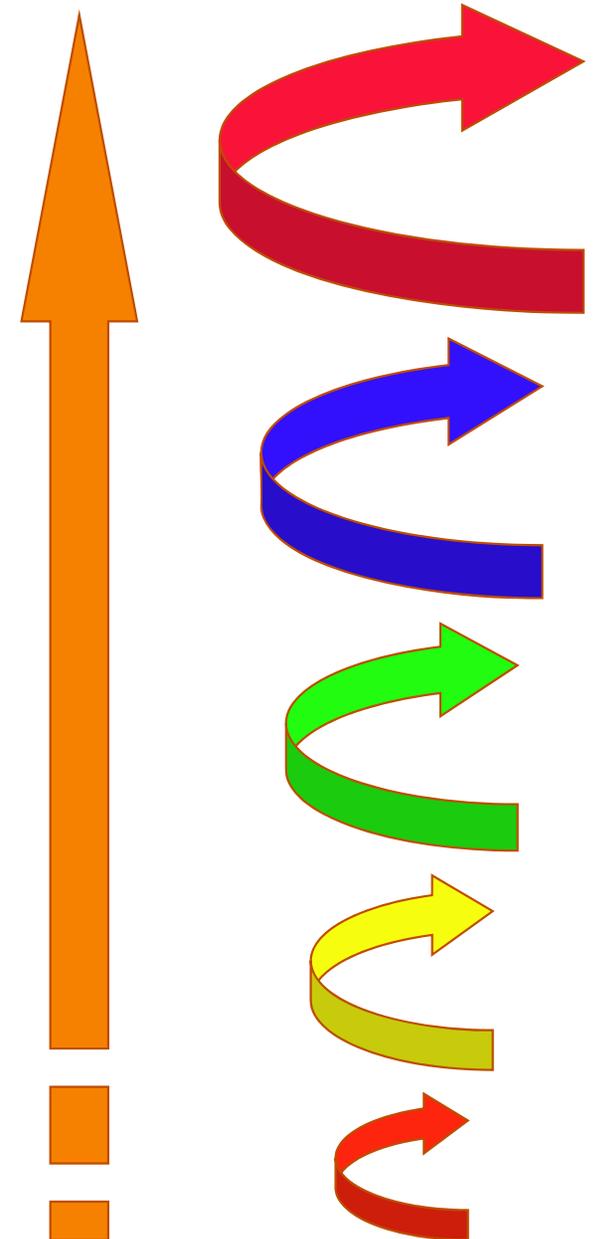
Modelo de Negocio: Ganar-Ganar

BENEFICIOS

PARA LAS EMPRESAS	PARA LA POBLACIÓN BOP
Acceso al conocimiento del segmento del mercado BOP y a redes locales.	Satisfacción de necesidades de desarrollo.
Impulso a la innovación.	Aumento de ingresos y condiciones de vida.
Seguridad de abastecimiento: en volumen y calidad.	Inclusión social a través del empleo.
Riesgos comparados.	Condiciones más equitativas
Nuevos canales de comercialización y distribución.	Capacitación y asistencia técnica.
Menores costos de transacción y mayor eficiencia.	Transferencia de conocimiento y de tecnología.
Aumento del valor y posicionamiento de la marca.	Acceso a productos y servicios de calidad.
Posicionamiento en nuevos mercados e incremento de los ingresos.	Precios más competitivos.

Ciclos virtuosos de los Negocios Inclusivos

- Ciclo 3: Crecer el Negocio
 - Productividad
 - Empoderamiento
 - Rentabilidad empresarial
- Ciclo 2: Consolidar el negocio
 - Generación de oportunidades de empleo
 - Capacidad de compra de la comunidad
 - Mejora de calidad de vida
- Ciclo 1: Implementar el proceso
 - Fortalecimiento de la actividad productiva local
 - Producción de bienes y servicios deseables y necesarios
 - Precios competitivos



CASOS DE ÉXITO

Proyecto Shakti

Caso Unilever en la India

Proyecto Shakti de Hindustan Lever



- Hindustan Lever Limited (HLL) es la filial de Unilever en la India.
- El proyecto consiste en la comercialización de bienes de consumo de rotación acelerada entre los consumidores rurales.
- Inició en diciembre de 2000, en un distrito (Nalgonda) en el estado sureño de Andhra Pradesh en India.



- Sus objetivos de negocios: **extender el alcance de la empresa a los mercados no explotados y desarrollar sus marcas mediante personas influyentes locales.**
- Su objetivo social: **brindar oportunidades sostenibles de medios de vida para mujeres rurales pobres.**
- En muchos idiomas de India, “**Shakti**” significa *fortaleza o dotación de poder*. El nombre se escogió para simbolizar el papel que desempeñarían las mujeres.

Ventajas del proyecto



- **INICIATIVA INTEGRAL.** Es una iniciativa de ventas y distribución que **genera crecimiento**, una iniciativa de comunicación que **crea marcas**, una iniciativa de microempresa que produce **estilos de vida**, una iniciativa social que mejora el **nivel de vida** y genera ingresos en el área rural de India.
- **CAPACITACIÓN.** Un promotor de ventas rurales entrena a las emprendedoras de Shakti y las ayuda a crear e incrementar negocios viables.
- **INNOVACIÓN.** Introducción de paquetes con pocas unidades y bajo precio: una innovadora solución de empaque dirigida a los consumidores de bajo ingreso. El desarrollo de la bolsa (con las marcas principales de champú, detergente, cremas para la piel, té, pasta dental y jabón), revolucionó la industria de productos de consumo de rotación acelerada.
- **NUEVO ENFOQUE:** “base de la pirámide” del mercado en la India (difícil de alcanzar con métodos de distribución normales y es un nicho de oportunidad). Las estrategias de una compañía global se adaptan a las realidades de diferentes localidades.
- **GANAR-GANAR.** Genera ingresos, satisface las necesidades del consumidor y hace la diferencia en las comunidades más pobres, a través de la creación de empleo.

Para el año 2010, la red de Shakti tuvo como resultado el haber alcanzado los 600 millones de consumidores.



Lucha por el comienzo de la prosperidad y por el autoestima de las mujeres de la India.

Proyecto Shakti cambia vidas



*Erradica la
pobreza
extrema y el
hambre.*

*Reduce la
mortalidad
infantil.*



*Promueve la igualdad
de género y el
empoderamiento de las
mujeres.*



Resultados e Impactos en la empresa:

- Aumento de ventas y por ende de rentabilidad de la empresa.
- Reputación y respeto hacia la marca por parte de las comunidades, al mejorar la calidad de vida de las familias.
- Motivación y satisfacción de las mujeres empresarias de la red.



IDEA^{M.R.}
INSTITUTO DE DESARROLLO
EMPRESARIAL ANÁHUAC



Caso TOKS

Proyectos productivos

Los proyectos productivos (negocios inclusivos) de TOKS

- Objetivo:



Llevar a la mesa de sus clientes productos artesanales de primera calidad, sin conservadores, colorantes o saborizantes artificiales, elaborados en comunidades rurales del país.

- Proyecto productivo de Restaurantes Toks fue seleccionado como caso de éxito en la “Guía Food Sustainability, A Guide to Private Sector Action” (ONU, 2008)

Algunos proyectos productivos de Toks



ETAPA	PRODUCTO GENERAL o ENTREGABLE
1. Miel Amuzga	Producida en Xochistlahuaca en la Costa Chica de Guerrero, es una miel 100% natural con gran tradición en la Montaña de Amuzga, en el 2009 se vendieron más de 70 toneladas y se beneficiaron 73 familias productoras.
2. Mole Victoria	Producido por un grupo de mujeres de San Felipe del Progreso, en el Estado de México, con al receta tradicional de Doña Yolanda, originaria de San Pedro Actopan con más de 20 ingredientes naturales, aportaba todo el sabor de la zona de los indígenas mazahua.
3. Granola San Felipe	Producida en la comunidad mazahua de San Felipe del Progreso, en el Estado de México, que por su horneado tiene un sabor único, junto con el uso de miel y piloncillo, además los granos escogidos de la mejor calidad hacen de él un producto de altísima calidad.
4. Tamales Daunis	Son un proyecto originario de Guadalajara, en el Estado de Jalisco, pero que desde 2002 se producen en la Colonia Roma del DF. Para la elaboración de los tamales tradicionales, botaneros y oaxaqueños , se buscó la integración laboral de jóvenes con síndrome de Down implementando la cultura de respeto, dignidad e igualdad de oportunidades.
5. Mermelada de Santa Rosa de Lima	Elaborada por las mujeres de la Sierra de Santa Rosa de Lima, en Guanajuato, con frutas frescas del estado, en donde además se contribuye a preservar el medio ambiente de una zona clave.





IDEA RSE
PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL ANÁHUAC-IDEA-BID

Caso Pizzorno

Estaciones de Servicio y Tiendas de Conveniencia

Antecedentes:

- La PyME inició operaciones en 1975, bajo licencia de ANCAP.
- Empresa que fue heredada 4 décadas después a la hija del dueño: Liliane Pizzorno.
- En 2007, fue seleccionada por ANCAP para participar en el programa **“Implementación de Acciones de RSE en PyMES de la Cadena de Grandes Empresas”** ATN/ME-9726-UR, liderada por Fundación Veritas -DERES / Banco Interamericano de Desarrollo – FOMIN.



Caso Pizzorno...

Perfil de la PyME:

- Ubicada en el Sur de Uruguay.
- 11 colaboradores, incluyendo dueño e hija.
- Principales clientes: vecinos de la zona rural, transportistas y viajeros.
- Líneas de negocio:
 - Gasolina y Venta de lubricantes
 - Servicio de cambio de aceite
 - Tienda de conveniencia: ferretería, madera, artículos de labranza y refrescos y botanas.
- Ventaja competitiva: orientación al cliente y su fidelización.



La RSE en la empresa

- Durante el diagnóstico, se concluyó que habría que hacer una reingeniería total del negocio comenzando por imagen hasta definición de procesos.
- Dentro de su Plan de Cambio, se incluyeron temas como: Cambio Organizacional; Desarrollo de Procesos y Manuales; Distribución y Arreglo del anaquel; Gestión medioambiental: desechos peligrosos y reciclaje de insumos.
- Durante la ejecución de acciones, su plan de apoyo a la comunidad consistió en la instalación de **invernaderos** para escuelas primarias de la zona.



Resultados e Impactos en la PyME:

- Aumento de ventas y por ende de rentabilidad.
- Reputación y respeto de los vecinos por el logro de los invernaderos.
- Motivación y satisfacción del personal; mejor clima laboral
- Adopción de mejor práctica para distribuidores de ANCAP.
- Nuestra recomendación fue que podría materializarse como un negocio inclusivo en la región.

Conclusiones

1

Los negocios en la base de la pirámide son una innovadora manera de hacer negocios que siendo viables económica, social y ambientalmente procuran de manera intencionada ser inclusivos y responsables.

2

Los negocios inclusivos son un verdadero mecanismo de transformación social, al permitir el acceso y disponibilidad de bienes y servicios a población de bajos recursos y su inclusión en la cadena productiva.

3

Estos emprendimientos deben tener una serie de atributos: entendimiento de la economía local, espíritu de aprendizaje mutuo y empatía, etc. para que deriven en negocios nuevos que generen valor mutuo y sean sustentables.

4

Los negocios inclusivos no son filantropía, son negocios rentables con comunidades y mercados no atendidos.

Conclusiones...



Es perfectamente lógico el por qué un hombre pobre desearía el producto de un hombre rico...

Vijay Govindarajan

Conclusiones...



¿Pero por qué un hombre rico querría el producto de un hombre pobre?

Vijay Govindarajan

Conclusiones...

En los mercados de la Base de la Pirámide la pregunta es:

¿Por qué no usar las tecnologías, competencias y recursos para salvar a los pobres y todavía ganar?



IDEA^{M.R.}
INSTITUTO DE DESARROLLO
EMPRESARIAL ANÁHUAC

¡Gracias!

Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac
Universidad Anáhuac
Av. Universidad Anáhuac 46
Col. Lomas Anáhuac
Huixquilucan
Edo. de Mex. C.P. 52786
Tel. 56270210 Ext. 8210
idea@anahuac.mx