



UNIVERSIDAD
METROPOLITANA
RIF J-00065477-8

Emprendimiento Inclusivo desde la Universidad

JACQUELINE CALDERA G

*Departamento de Desarrollo de Competencias
Universidad Metropolitana*

Los emprendimientos inclusivos son una oportunidad para innovar y para intentar nuevas iniciativas. Existen muchas metodologías distintas a las tradicionales que pueden llevarse a las universidades con la finalidad de generar el desarrollo de proyectos que respondan a las necesidades del entorno.

Actualmente el Departamento de Desarrollo de Competencias, como parte del eje transversal de emprendimiento de la Universidad, está evidenciando de forma explícita y continua programas curriculares que promueven el aprender desde la experiencia.

En este sentido, la Asignatura Aprendiendo a Emprender, tiene entre sus objetivos el desarrollo de proyectos emprendedores inclusivos, económicamente rentables y socialmente responsables, con la participación de los sectores excluidos bajo los modelos de **ARTICULACIÓN** entre grandes empresas y el mercado de la base de la pirámide y/o **PROPIOS**, incorporando a la cadena de valor a estos sectores, bien sea como proveedor-distribuidor-franquiciados-representantes, en una relación **GANAR-GANAR**, mejorando la calidad de vida de personas de bajos ingresos. (SBI).

Palabras Claves: Base de la pirámide, rentabilidad, relación ganar-ganar, articulación.

Introducción.

La Universidad Metropolitana no concibe formar a un profesional ausente de su contexto. Entiende la pertinencia que tiene vincularlos a los problemas del entorno y la necesidad de promover alternativas de solución en conjunto con las comunidades y las alianzas para contribuir a mejorar la calidad de vida.

Uno de los grandes retos que enfrenta la educación superior es el incorporar innovaciones que contribuyan a una mejora de la formación de los futuros profesionales, a buscar la excelencia educativa y dar respuesta a las necesidades de la población. Es precisamente a través del Emprendimiento y la Responsabilidad Social -Ejes Transversales de la Universidad-, que se visualiza la oportunidad de garantizar la integralidad y la interdisciplinariedad en la formación del estudiante.

Incluir en la Unimet el Emprendimiento Inclusivo a través de la formulación precisa y concreta de un proyecto, exige conjugar armónicamente todos los pasos que nos llevan a la consecución del mismo, tanto la fase de diagnóstico de necesidades, de identificación de objetos, de especificación de actividades, de tiempo de ejecución, como los recursos de que se dispone para llevar a cabo el proyecto.

En este sentido, no existen actividades aisladas sino una coordinación de actos orientados a la consecución de varios objetivos, integrados entre sí y estructurados. En general, el objetivo de un proyecto es satisfacer un conjunto de requisitos específicos, a un costo dado, en las condiciones más eficientes.

Para efectos didácticos, un proyecto de Emprendimiento Inclusivo, es aquel que satisface una necesidad concreta, sostenible en el tiempo, factible y añade valor (beneficios funcionales, emocionales o simbólicos y expectativas de satisfacción buscada) a sectores de bajos ingresos (SBI) de la sociedad.

El presente trabajo, tiene como objetivo principal exponer la metodología desarrollada bajo el modelo de negocios inclusivos, para la ejecución de iniciativas emprendedoras de zonas populares rurales y urbanas.

Negocios Inclusivos.

Antecedentes

Según C K Prahalad y Alen Hammond en su artículo *Serving the World's Poor, Profitably - The Payoff for Investing in Poor Countries*, publicado en la revista *Harvard Business Review* (2002), la inversión en los mercados más pobres del mundo es una oportunidad sin explotar.

“Todo el mundo sabe que los pobres del mundo son muy abundantes. Completamente el 65% de la población mundial gana menos de \$2000 cada año, que es de 4 billones de personas. Pero a pesar de eso sigue sin ser explotado por las empresas multinacionales. Se mantiene que las personas con tales ingresos bajos tienen poco para gastar en bienes y servicios y que lo que gastan va a necesidades básicas como alimento y refugio. También asumen que diversos obstáculos para el comercio, corrupción, analfabetismo, infraestructura inadecuada, las fluctuaciones monetarias, trámites burocráticos, hacen imposible hacer negocio rentable en estas regiones.” (C K Prahalad y A. Hammond. 2002)

Esta visión obsoleta del mundo ha sido superada por muchas empresas multinacionales, ya con éxito en negocios, accedando a los barrios más pobres y zonas rurales, evidenciando el enorme potencial económico que se encuentra en la base de la pirámide. A pesar de ser los ingresos individuales bajos, el agregado de poder de las comunidades pobres de compra es bastante grande. No es cierto que los pobres solamente satisfacen sus necesidades básicas, también son capaces de gastar sus ingresos en aspectos que mejoren su calidad de vida.

La BdP (Base de la Pirámide) presenta una deficiente atención en productos y servicios, donde predomina la economía informal, baja competencia, deficiente acceso a servicios públicos, agua potable, electricidad, deficiente acceso a servicios asistenciales, economía de subsistencia,

altamente vulnerable, acceso al financiamiento más costoso, acceso a bienes y servicios más costosos que los sectores de la población con más recursos.

“Los negocios inclusivos son iniciativas comerciales lucrativas que incorporan a la cadena productiva de una empresa a los sectores de bajos ingresos. De esta manera, las empresas pueden mejorar la calidad de vida de la sociedad, gracias a un modelo de negocio viable que se apoya en la innovación tecnológica, el aprovechamiento de plataformas existentes y la creatividad institucional.” (J. Bruni C y R. González. 2010).

“Con la incorporación de personas de bajos ingresos que actúan como proveedores, distribuidores, empleados o socios, las empresas establecidas aprovechan más sus capacidades productivas, consiguen acceso a zonas que de otra forma perderían como mercado y reducen el número de intermediarios. Así mismo, con la participación de esas personas de las comunidades como aliadas, las empresas pueden identificar nuevos nichos para sus productos, y todos ganan. Otro argumento a favor de los negocios inclusivos es que, a la larga, construyen ciudadanía y formentan la incorporación de la gente al sistema financiero formal, entre otras formas de integración social.” (F. Culshaw. 2010)

Aspectos esenciales (@negociopyme s/f)

En el ámbito económico, los Negocios Inclusivos deben ser rentables y por lo tanto operan bajo las mismas condiciones de la Ley de Oferta y Demanda. Deben además ser social y ambientalmente responsables, con una gestión adecuada de sus impactos.

En su diseño manejan un concepto ganar-ganar entre todos los actores involucrados, que permite su desarrollo y permanencia en el tiempo.

El Concepto de Inclusión es fundamental en el desarrollo de estos modelos de negocios e incluye las siguientes áreas:

- **Inclusión como agentes económicos.** El desarrollo y apalancamiento de unidades productivas (microempresas, Pyme, cooperativas), incluye a la Base de Pirámide (BdP)

como agentes económicos en la Cadena de Valor de los Negocios y desarrolla el tejido productivo de estos sectores. En consecuencia es una herramienta para combatir la pobreza

- **Inclusión como Mercado.** El diseño de productos dirigidos a atender las necesidades del Mercado de la BdP, con estrategias de costos, precios y distribución adecuadas los incorpora como Mercado para las empresas.

La Inclusión no se limita a incorporarlos como consumidores, sino que amplía el portafolio de productos y servicios que los sectores populares disfrutaban, optimizando aspectos como su accesibilidad, distribución y precios. Todo ello se traduce en mejoras de su calidad de vida.

Características de los Negocios Inclusivos y BdP (Corporación Financiera Internacional)

- Atienden un mercado de 4 mil millones de personas a nivel global
- Con poder de compra agregado de 5 Billones de US\$
- Con ingresos diarios de 3,35 US\$ en Brasil, 2,11 US\$ en China, 1,89 US\$ en Ghana, 1,56 US\$ en India.
- Presentan una deficiente atención en productos y servicios
- Predomina la economía informal
- Baja competencia
- Pueden ser rurales o urbanos dependiendo del país o región geográfica (Africa/ Asia predominan los rurales vs América Latina / Europa Oriental donde predominan los urbanos)
- La mayoría de las personas no tienen cuenta bancaria ni acceso a servicios financieros modernos
- Baja Penetración Telefonía e Internet (Ha mejorado con las tecnologías inalámbricas)

- Deficiente acceso a servicios públicos, agua potable, electricidad
- Deficiente acceso a servicios asistenciales
- Economía de subsistencia, altamente vulnerable
- Acceso al financiamiento más costoso
- Acceso a bienes y servicios más costosos que los sectores de la población con más recursos.

El caso venezolano.

Estructura Social venezolana.

Según la mayoría de los estudios independientes la Estructura social venezolana agrupa a aproximadamente un 80% de la población en los estratos D y E, con la siguiente distribución (año 2008) (@negociopyme s/f):

AB	(2%)
C	(20%)
D	(35%)
E	(43%)

El Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela (INE) maneja otras estadísticas con respecto a la situación de la pobreza en Venezuela. Al 2011 2do semestre, señala:

- 26,5% en situación de pobreza (por ingreso).
- 7% en situación de pobreza extrema.

Para esta cifra el INE, entre otros criterios, considera a la población que está formalizada con un salario integral que incluye el paquete salarial, cesta ticket + todos los beneficios de Ley). Además de la cobertura en programas sociales (Mercial, PDVAL, Barrio Adentro. Misiones).

Otra visión al respecto, (@negociopyme s/f) considera que más del 40% de la población venezolana está en la economía informal, es decir tiene un empleo precario al cual no se aplican los cálculos de los beneficios de ley.

La cobertura de los programas sociales del Gobierno (Barrio Adentro, Mercial; PDVAL, misiones) no es total en la población de menos recursos. Más bien la tendencia de los tiempos recientes es hacia una disminución.

Determinar la población en pobreza, va más allá de la cobertura de necesidades básicas como salud, educación, alimentación. El criterio es mucho más amplio: Vivienda, vestido, entretenimiento, entre otros.

La realidad inflacionaria de nuestro país, con la inflación más alta del Hemisferio Occidental y una de las 3 más altas del mundo, es un factor de multiplicación de la pobreza. Para 2011-12 se estima en 25 y 30% (@negociopyme s/f). El peor “impuesto” que pagan los sectores populares es la inflación, pues esta población es la que tiene menos capacidad para “protegerse” de su impacto al no contar con excedentes financieros.

Esta situación se traduce en un progresivo deterioro de su poder adquisitivo, y en el incremento de los niveles de pobreza.

Venezuela lleva más de 2 años en contracción económica, lo que impacta el empleo y a la capacidad de la economía de absorber a la población económicamente activa.

Negocios Inclusivos en Venezuela.

En Venezuela las iniciativas referidas a negocios inclusivos están representadas por una variedad de productos y servicios en donde los SBI además de consumidores, forman parte del proceso productivo.

- **@Negociopyme y CANTV en la zona rural de El Hatillo**

- Más de 500 microempresas y familias fueron incorporadas a la telefonía fija inalámbrica, se instaló el Piloto Nacional del programa Microempresas en Contacto de CANTV para acceso a internet inalámbrico

- **El Banco de la Gente Emprendedora (BanGente)**, fue creado por iniciativa de Bancaribe y de Organizaciones No Gubernamentales como la Fundación Eugenio Mendoza, el Grupo Social CESAP y la Fundación Vivienda Popular. Banca privada orientada a servir productos financieros a los empresarios populares que no tienen acceso a financiamiento.

- **Pfizer de Venezuela**, lleva adelante un programa integral de distribución y venta de medicinas a precios asequibles, y capacitación en zonas populares, en conjunto con empleados, vecinos y aliados. También creó las botiquerias populares, bajo el lema de la farmacia de la cuadra, el cual consiste en la venta de medicinas, productos de aseo personal y alimentos básicos, en donde los farmacéutas recién graduados pueden adquirir el negocio con una pequeña inversión. Además, con la inclusión de aprendices o auxiliares de las comunidades con la finalidad de que adquieran un oficio.

- **Masisa**, empresa dedicada a la producción y comercialización de tableros de madera para muebles multifuncionales. Esta empresa no solo ofrece productos a precios asequibles, sino que integra a los carpinteros de las comunidades aledañas al proceso de producción, organizándolos en cooperativas y proporcionándoles herramientas, capacitación y educación, generando alianza y redes entre las comunidades y los organismos regionales.

Aprendiendo a Emprender

La asignatura Aprendiendo a Emprender, fue creada en Octubre de 2011 con el propósito “Promover la generación de ideas innovadoras que resuelvan necesidades reales mediante el desarrollo de proyectos emprendedores”.

Competencias a trabajar en la Asignatura Aprendiendo a Emprender:

- Identificar la estructura de un problema para mayor precisión y, en consecuencia, ser más eficiente en la aplicación de las estrategias para la búsqueda de soluciones.
- Aplicar estrategias de diagnóstico para determinar necesidades de emprendimiento en un contexto determinado.
- Distinguir las variables cognitivas, emocionales y conductuales involucradas en la toma de decisiones.
- Aplicar el proceso de toma de decisiones para la solución de problemas.
- Desarrollar un proyecto de emprendimiento inclusivo en donde se vinculen todos los conocimientos adquiridos en las diferentes áreas de la asignatura, con la finalidad de dar solución a una necesidad diagnosticada y priorizada.

Unidades:

- Unidad I: Solución de problemas. Definición y estructura. Estrategias heurísticas.

- Unidad II : Necesidades de emprendimiento. Detección de necesidades, tipos y jerarquización de necesidades.
- Unidad III : Toma de decisiones .Definición, escenarios, factores o variables y estrategias.
- Unidad IV : Proyectos de Emprendimiento. Definición, características y tipos.

Metodología:

La metodología desarrollada en la asignatura es la de *Aprendizaje basado en Solución de problemas*, la cual está sustentada en el análisis de problemas reales y en su propuesta de solución.

Este aprendizaje se desarrolla a través de un proyecto de emprendimiento, el cual pretende que el estudiante vaya construyendo su propio conocimiento desde procesos de investigación en los que desarrollan competencias que le permitan integrar conocimientos en la realidad del proyecto, adaptándolas en función del contexto y de los problemas detectados. La propuesta a presentar debe reunir las características de: Innovatividad, sostenibilidad, factibilidad e impacto social.

Tipos de proyecto:

Para efectos de la asignatura el estudiante puede desarrollar uno de tres tipos de proyecto: Social, empresarial y de emprendimiento inclusivo.

En este trabajo abordaremos el desarrollo de proyectos de Emprendimiento Inclusivo.

Proyecto de Emprendimiento Inclusivo

Características de la Idea:

- Económicamente rentable ambiental y socialmente responsable.
- Mejora la calidad de vida de personas de bajos ingresos. (SBI).

- Los sectores excluidos (base de la pirámide) participan en el emprendimiento.
- En su diseño Debe establecerse una relación ganar-ganar entre todos los actores involucrados que permite su desarrollo y permanencia en el tiempo.
- El emprendedor (estudiante) asume únicamente un rol dentro del emprendimiento inclusivo. Estos roles son: Propio incorporando a la cadena de valor a sectores de la base de la pirámide bien sea como proveedor-distribuidor-franquiciados-representantes bajo el concepto de negocio inclusivo con relaciones GANAR-GANAR y Articulador entre grandes empresas, organizaciones, ONG y el mercado de la base de la pirámide bajo el concepto de negocios inclusivos con relaciones GANAR-GANAR.

Fases del proyecto:

Fase 1. Diagnóstico: Análisis del entorno.

Análisis de las necesidades, capacidades y recursos más relevantes de los espacios sociales en estudio, relacionados con los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales, a fin de identificar y caracterizar sus principales problemas y potencialidades para el desarrollo local.

Contempla:

- Las necesidades existentes.
- Causas que han originado el problema y que mantienen la situación carencial.
- Identificar el problema tal y como es percibido e interpretado por los sujetos.
- Describir la situación social y el contexto en el que se inscribe el problema.

Este diagnóstico se lleva a cabo a través de instrumentos utilizados para tal fin, como lo son:

- La Encuesta
- La Entrevista
- El Cuestionario

- La Observación.

Fase 2. El problema: Consiste en formular el problema objeto de estudio de un modo claro y concreto.

Fase 3. Diseño de la propuesta.

- Descripción del producto o servicio para solucionar el problema
- Sostenibilidad.
- Cliente potencial.
- Imagen.
- Plan operativo. Diseñar y ejecutar la propuesta presentada
- Plan Financiero. Estimaciones económicas y financieras
- Impacto Social. Alcance de la propuesta
- Evaluación de resultados.

Algunos resultados significativos:

“Panales cariñositos”

Modelo de negocio: Compra de pañales de segunda selección económicos y accesibles a la Empresa Corpañal, para ser vendidos en paquetes a sectores de bajos ingresos (SBI). Rol del equipo emprendedor: Propio

“Discapta, asesores”

Modelo de negocio: Servicio de captación, capacitación y ubicación de personas discapacitadas para ser contratados en las empresas de la zona Metropolitana de Caracas. Rol del equipo emprendedor: Propio

“Accesorios Ketzalli”

Modelo de negocio: Diseño, producción y venta (por catálogo) de accesorios de bisutería, elaborados, distribuidos y vendidos por SBI del sector de la Vega, Petare. Rol del equipo emprendedor: Propio

“Chispitas” Comercializa tu magdalena

Modelo de negocio: Alianza estratégica entre la empresa Rogalven y la comunidad de Campo Rico para la producción de magdalenas. Rol del equipo emprendedor: Articulación

“Melazulia”

Capacitación de pequeños productores en la producción de melaza en el Municipio Machiques. Estado Zulia. Rol del equipo emprendedor: Articulación.

Otros

- “Techos Eco-funcionales” láminas de materiales reciclables y económicos (caucho y aluminio) para la creación de techos ecológicos impermeables.

- “Akmtc” capacitación en materia legal a los pequeños comerciantes informales del Mercado de Chacao para que se establezcan como microempresarios proveedores de empresas de alimentos.
- “Pratitec” Producción, distribución y venta de techos para motos y protectores de calzados para motorizados de la zona Metropolitana de Caracas.
- “El toque” Servicio de protocolo organizacional con jóvenes de zonas populares para ser ofrecido a las empresas del área Metropolitana.

Conclusiones.

- El desarrollo de proyectos de inclusión en las universidades es una oportunidad no solo para poner en práctica los elementos teóricos, sino por el proceso de **reflexión** y **apropiación** que implica considerar a los sectores de bajos recursos como posibles generadores de **productividad** para el país.
- A partir de esta experiencia se reconoce a los sectores de bajos ingresos como **coparticipes** en la **creación, planificación, y desarrollo de microempresas** proveedoras de productos y servicios.
- La participación legítima y autentica por parte de los estudiantes, permite que los sectores incluidos se sientan **integrados** y **corresponsables** del logro.
- Es necesario dejar clara la **responsabilidad institucional** de las universidades y garantizar el desarrollo del emprendimiento en las comunidades incluidas, durante el período de gestación ya que esto puede contribuir a futuras **oportunidades de participación**.
- La generación de emprendimientos inclusivos como práctica cotidiana de las universidades puede generar el **compartir intereses y acciones** para la construcción de una realidad que reconozca el **beneficio mutuo**.

Referencias Bibliográficas

1. J. Bruni C y R. González. 2010. Debates Iesa-Volumen XV-Número 3
2. F. Culshaw . 2010 Debates Iesa-Volumen XV-Número 3
3. C K Prahalad y Alen Hammond. (2002) Harward Business Review
3. En: <http://www.negociopyme.com.ve>