

Nota

23



Katinka C. van Cranenburgh

**El papel del sector privado
en la promoción del
desarrollo internacional**

Abril 2017

El sector privado y el desarrollo internacional: fundamentos clave

Katinka C. van Cranenburgh

Socia de Community
Wisdom Partners y profesora
visitante en ESADE Business School

Las oportunidades que los mercados en desarrollo ofrecen al sector privado son notables, y van más allá de la extracción de recursos naturales o de los beneficios derivados de los bajos costes asociados a la contratación de mano de obra. La presencia del sector privado también implica riesgos considerables para las comunidades locales. Han existido demasiados casos de prácticas empresariales poco éticas, lo que ha provocado desconfianza por parte de los diversos representantes de la sociedad civil. No obstante, cuando los líderes empresariales –sin importar el sector al que pertenezcan– expanden sus horizontes y se asocian con organizaciones que promueven el desarrollo encuentran mercados de consumidores, recursos, inspiración y motores de crecimiento que prestan un servicio tanto a la sociedad como a las empresas.

El presente artículo aborda los siguientes siete aspectos esenciales acerca del papel del sector privado en la promoción del desarrollo internacional:

1. LOS NEGOCIOS NO DEBEN SER PERJUDICIALES

Las economías en desarrollo llevan aparejadas oportunidades de negocio. El sector privado debe evitar, en cualquier circunstancia, causar perjuicios al acceder a nuevos mercados de consumidores o al extraer recursos en países en desarrollo.

2. LA AYUDA GUBERNAMENTAL SIGUE ESTANDO PRESENTE

La reputación de España, así como las relaciones internacionales con los países en desarrollo, se sustentan en un mínimo nivel de ayuda gubernamental perdurable y en una aproximación empresarial basada en principios éticos.

3. QUIENES CONCEDEN LAS SUBVENCIONES NECESITAN A LAS EMPRESAS

El desarrollo empresarial y el desarrollo social local se refuerzan mutuamente. Las organizaciones que conceden subvenciones requieren socios comerciales expertos y de calidad para alcanzar sus objetivos de desarrollo.

4. CENTRALIZACIÓN DEL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD

Las inversiones empresariales son más sostenibles cuando en el centro del modelo de partes interesadas se sitúan los objetivos de desarrollo local en lugar de los objetivos empresariales. Para crear desarrollo, tanto los sectores público y privado como el de las organizaciones sin ánimo de lucro deben trabajar en colaboración.

5. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y DE DESARROLLO

La energía, los recursos hídricos, la nutrición, la educación, la inclusión social y financiera, la agricultura y el medio ambiente son algunos de los ámbitos relacionados de forma indirecta con el desarrollo de la salud que proporcionan oportunidades de negocio.

6. RECURSOS EMPRESARIALES PARA EL DESARROLLO

Independientemente del tipo de empresa en cuestión, las relaciones con los trabajadores, las comunidades vecinas, las cadenas de suministro, los inversores y las actividades filantrópicas son recursos que permiten estimular el desarrollo.

7. EL DESARROLLO CONLLEVA MÁS NEGOCIO

El desarrollo social local conducirá, a su vez, a mayores oportunidades económicas para las empresas.

Introducción

Es fácil suponer que para cumplir los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fijados para el 2030, todos ellos más que notables, entrarán en juego inmensas responsabilidades y oportunidades de negocio. Se espera que el sector privado desempeñe un papel activo para alcanzar los objetivos establecidos en áreas como la pobreza, el cambio climático, la salud y la creación de instituciones fuertes que aseguren la paz y la justicia. A través de sus operaciones pueden actuar como correas de transmisión entre aspectos que aún permanecen desconectados, lo que les permitiría erigirse en uno de los agentes principales del desarrollo sostenible. Los enfoques empresariales prometen resultados más rápidos, más escalables y sostenibles, lo que permitiría superar los problemas estructurales asociados a las aproximaciones más tradicionales, dependientes en exceso de las subvenciones.

La mayor parte de los 17 ODS ejercen un impacto indirecto en la salud humana. El ODS 3, no obstante, se refiere específicamente a la salud, ya que afirma “Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos a todas las edades”. Dado que la expansión del sector privado sigue aumentando en los países en vías de desarrollo, la creación de seguros de cobertura médica para los empleados no es más que otra de las formas de contribuir a reducir el impacto de las epidemias globales y las enfermedades crónicas en el sector privado, así como en la sociedad en general. Otros ejemplos paradigmáticos de la influencia que puede ejercer el sector privado incluyen el comportamiento ciudadano y las distribuciones de los gastos realizados por los trabajadores y los consumidores. Los actores globales son cada vez más conscientes de que es responsabilidad de todos luchar contra la miseria social a nivel global. La existencia de los ODS, junto con la disminución de la ayuda al desarrollo procedente de los gobiernos occidentales (como por ejemplo España), ha incluido en el vocabulario del desarrollo términos como responsabilidad del sector privado y oportunidades de negocio.

El presente artículo pretende avivar el debate acerca del papel del sector privado en el desarrollo internacional. El artículo presenta las responsabilidades y las obligaciones que incumben a los negocios que operan en los mercados en desarrollo, al tiempo que presenta las responsabilidades empresariales que la agenda de los ODS lleva aparejadas. Introduce el modelo societario como una alternativa empresarial al modelo de “partes interesadas” (Stakeholder model), y presenta un marco de referencia que las empresas deberían tener en cuenta al operar en mercados emergentes.

Para que una empresa goce de buena salud es necesario que la sociedad en general también lo haga. En los mercados emergentes siguen existiendo retos sociales significativos que pueden perjudicar el desarrollo empresarial. La pobreza, el acceso a la atención sanitaria, la falta de formación, el acceso al agua potable, las deficiencias en infraestructura y las insuficientes condiciones higiénicas, de saneamiento y nutricionales son algunos de los aspectos a los que se enfrentan las empresas en la sociedad actual. El cambio climático, los conflictos, los desastres naturales y los acontecimientos imprevistos –como por ejemplo la nacionalización arbitraria de activos– se añaden a los retos inherentes a impulsar negocios en los mercados emergentes.

Asimismo, el aumento de la población, el desarrollo económico, la innovación y el liderazgo aportan abundantes posibilidades empresariales. Cada vez más líderes empresariales buscan el retorno de la inversión (ROI) en mercados emergentes. Las oportunidades económicas en dichos mercados son una de las razones para ello, pero también se ven influidos por las presiones empresariales provocadas por las crisis financieras y económicas globales, por lo que en mayor medida buscan nuevos mercados en áreas todavía inexploradas. En Bangladesh, por ejemplo, el banco británico, a través de sus operaciones empresariales locales, representa el 1,5% del PIB del país y proporciona alrededor de 655.000 puestos de trabajo. Es uno de los mayores contribuyentes del país, y mediante su financiación comercial apoya a más del 13% del comercio internacional de Bangladesh. Un estudio detallado reveló otras contribuciones del banco al bien común, en áreas como los servicios comerciales, la innovación financiera y el desarrollo de habilidades especializadas.

El desarrollo empresarial y económico –las inyecciones de recursos financieros, las oportunidades para el desarrollo de los negocios a mayor escala y el comercio internacional– contribuyen a solucionar los retos a los que se enfrenta la sociedad. En el ámbito de las economías locales y de la población de los mercados en desarrollo, por lo general, la inversión extranjera ejerce una influencia positiva sobre el desarrollo económico, contribuye a fortalecer el estado de derecho y el sentimiento de pertenencia a la comunidad. En áreas proclives al conflicto, la presencia de empresas extranjeras que promocionen el desarrollo económico local estimula la estabilidad y la paz (Kolk & Lenfant, 2009), así la esperanza en la construcción de un futuro mejor.

La transferencia de conocimiento entre las empresas y la sociedad civil contribuye a la creación de unas reglas de juego equitativas, de igualdad y de cooperación potencial entre diversos agentes sociales. La cooperación entre, por un lado, el sector público y de las ONG y por el otro lado el sector privado puede vincular con más fuerza la seguridad, la justicia, la gestión de gobierno, la reconciliación y el desarrollo económico en zonas inestables. El enfoque empresarial aplicado a los retos a

los que se enfrenta el sector del desarrollo es prometedor en cuanto a la obtención de resultados más rápidos, más escalables y más sostenibles, lo que permitiría superar los problemas que aparecen en cierta forma cronificados en los enfoques más tradicionales, dependientes en exceso de la ayuda externa.

Sin embargo, tanto en el pasado como a día de hoy, desafortunadamente, los efectos negativos de la presencia de empresas –desequilibrio en las estructuras de poder, generación de residuos, consumo elevado de agua y energía y explotación de personas vulnerables– siguen siendo mayores que sus efectos positivos. Al invertir en mercados en desarrollo, las empresas deben ser conscientes de que es la conducta ética, más que el estado de derecho, lo que permite obtener unos buenos resultados. La conducta ética es normativa, y debería por lo tanto incluir una combinación de los principios morales aceptados por la sociedad y de las creencias de cada persona acerca de lo correcto y lo incorrecto. Sea como fuere, la actividad empresarial resulta beneficiada por el desarrollo, con lo que fomentar el desarrollo es algo que acaba favoreciendo a los negocios.

¿Qué diferencias se hallan al hacer negocios en mercados en desarrollo?

Hacer negocios en los mercados en desarrollo proporciona oportunidades inexistentes en los mercados maduros. Aunque la competencia en dichos mercados va en aumento, sigue situándose lejos de los niveles de competencia habituales en los mercados maduros. La abundancia de recursos y de oportunidades de inversión en áreas inexploradas de los mercados en desarrollo, en combinación con las tecnologías, las innovaciones y el liderazgo presentes en las empresas españolas, proporcionan una gran variedad de oportunidades para el sector privado español. África, por ejemplo –un continente en gran medida inexplorado con buenas perspectivas económicas y políticas– utiliza cada vez más un enfoque integrado para enfrentarse a los retos sociales a través de operaciones empresariales. A pesar de la mala reputación de África, que según los medios de comunicación y la percepción de la sociedad española es un continente pobre lleno de conflictos, desastres y enfermedades, una cantidad de inversores cada vez mayor –en especial procedentes de Asia, Europa del Norte y América Latina– está compitiendo por tierras, bienes y servicios en África. Si bien gran parte de la inversión extranjera se centra en la extracción de recursos naturales, diversos inversores han encontrado la forma de crear y desarrollar mercados de consumidores locales para productos y servicios tanto locales como procedentes del extranjero.

La urbanización es uno de los principales motores del crecimiento económico en los países en desarrollo. Las ciudades desempeñan un papel cada vez más preponderante en la economía global, como centros de producción y como centros de consumo (Cohen, 2005). Los consumidores pertenecientes a las élites y a las clases medias llevan unos estilos de vida comparables, en muchos aspectos, a la vida urbana que se desarrolla en los mercados maduros, y son una fuente de oportunidades de negocio en ámbitos como el cine, la moda, los alimentos y bebidas, la cultura y el arte. Además, las necesidades en los ámbitos de transporte, infraestructuras, electricidad y otros servicios públicos básicos provocan un aumento de precios y crean una gran cantidad de puestos de trabajo. Un restaurante mexicano en Nairobi, vino español en Lagos y tejidos indonesios en tiendas minoristas de marcas de primer nivel en Buenos Aires son algunos de los ejemplos (cada día más numerosos) de inversiones extranjeras en los mercados en desarrollo.

Los costes derivados de hacer negocios en mercados emergentes no pueden calcularse utilizando los modelos tradicionales de negocio occidentales. En los países gobernados de forma democrática, con estructuras legales bien desarrolladas y sociedades abiertas, existe una regulación de la actividad económica, y los impuestos aportan los ingresos necesarios al gobierno para poder sufragar los costes sociales. No es el caso de gran parte de las economías en vías de desarrollo, que o bien se encuentran en proceso de construcción de estructuras democráticas o bien conservan distintos sistemas que dejan espacio (pero también incertidumbre) para que los negocios asuman sus responsabilidades.

¿Cómo pueden los gobiernos y la sociedad civil apoyar un negocio sostenible?

La integración de ciertos valores en las operaciones empresariales conduce de forma automática a preocuparse por las personas y el medio ambiente, independientemente de si se trata de empleados y/o sus familias, contratistas, trabajadores de la cadena de suministro, consumidores o miembros de la comunidad. En última instancia, la integración de aspectos sociales y ambientales en las operaciones empresariales contribuirá al desarrollo, que tendrá un impacto positivo, social y justo en las empresas y en la sociedad. Pero el sector privado no tiene que trabajar en solitario en la promoción del desarrollo económico y social. Es más, la colaboración transversal con los gobiernos y las organizaciones de la sociedad civil es fundamental para lograr el desarrollo económico y enfrentarse a ciertos cambios globales. Solo la combinación y la compartición de tecnología, investigación, conocimiento, experiencia y espíritu emprendedor, liderazgo e innovación pueden dar lugar a la creación y a la preocupación por los demás. Las nuevas tendencias en modelos de financiación, estructuras de cadena de suministro, herramientas de comunicación, compartición de recursos y modelos de ahorro deberían tener su lugar en el orden del día de las empresas como aspectos fundamentales para lograr un desarrollo sostenible.

El sector privado español (en el que se incluyen todos los sectores industriales existentes) debe actuar de inmediato –por lo menos si su objetivo es continuar creciendo y acceder a nuevos mercados de consumo– dado que los desarrollos en los mercados emergentes están evolucionando con rapidez. Ser parte de la solución estimulará el comercio internacional español, las relaciones internacionales del país y su crecimiento económico. En varios mercados europeos los líderes empresariales ya se han dado cuenta del carácter apremiante que lleva aparejado el ritmo tan rápido de cambio en los mercados emergentes, y quieren subirse al tren de la colaboración transversal entre sectores. Los gobiernos se dan cuenta de la importancia creciente de la relaciones de negocio con el extranjero como medio para la cooperación internacional y la creación de redes (*networking*). Dado el papel cada vez más reducido de los gobiernos y el poder creciente del sector privado, las instituciones de gobierno de ámbito estatal en España y en todo el mundo dependen cada vez más de su sector privado nacional para mantener las relaciones internacionales. En el caso de España, los marcos de actuación diplomáticos y políticos deben convertirse en un sólido apoyo para un sector privado sostenible o para el desarrollo de proyectos emprendedores en mercados emergentes, si se quiere que los asuntos internacionales de España prosperen.

En paralelo, las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) seguirán acuciando al gobierno español para que proteja a los países en desarrollo evitando la realización de actividades empresariales no sostenibles por parte de España, como por ejemplo una pesca que amena-

zara la subsistencia de las comunidades costeras situadas a lo largo de las costas de África. Además, al estimular la inversión extranjera en África por parte de España, el gobierno español contribuye a afrontar la cada vez más preocupante situación de la mano de obra emigrante en el Mediterráneo. Cristóbal Colón, en el siglo XV, tuvo que enfrentarse a cuestiones éticas al expandir los objetivos religiosos y comerciales de lo que en aquel entonces se consideraba una colonización ética. Hoy en día, los gerentes de empresas internacionales son embajadores de España, y son fundamentales para las buenas relaciones internacionales del país. Asimismo, un mínimo nivel de cooperación al desarrollo sostenida en el tiempo por parte del gobierno español aumentará la reputación de España en los mercados emergentes y ayudará a construir confianza en todas las relaciones con el extranjero.

¿Qué estrategia de negocio se necesita?

Para que el sector privado español se mantenga implicado (o se implique por vez primera) en las oportunidades ofrecidas por las economías emergentes, es necesario un cambio cultural en la consideración del riesgo y los recursos. La consideración de los países en desarrollo como un entorno de riesgo elevado que ofrece pocos recursos debe ir dejándose a un lado para poder incluir a los nuevos impulsores de la innovación y a los mercados de consumidores a largo plazo. Los temores asociados a impulsar negocios en un terreno desconocido deben dejar paso a las perspectivas de trabajar en colaboración con gobiernos y organizaciones de la sociedad civil que muestran un gran deseo de codesarrollar las economías locales y compartir los beneficios tanto para las empresas como para la sociedad. La idea de que se es el primero en adentrarse en un área subdesarrollada debe dejarse a un lado, y mantener los ojos bien abiertos para contribuir al desarrollo de los negocios y las OSC existentes aportándoles conocimientos, competencias y recursos complementarios.

Las percepciones acerca de hacer negocios en lo que hasta entonces se consideraban países necesitados de ayuda al desarrollo deben convertirse en perspectivas de llevar a cabo operaciones rentables en zonas con grandes posibilidades de negocio. Cuando este cambio ya ha tenido lugar, puede empezarse a trabajar en la estrategia de negocio adecuada.

Al establecer una estrategia empresarial, el sector privado español puede percibir a los países receptores que carezcan de estructuras de gobierno y de legislación como una oportunidad de eludir sus responsabilidades y centrarse únicamente en la obtención de beneficios a corto plazo. Sin embargo, cada vez más las empresas revisan y adaptan estrategias “a prueba de ODS” que integran el desarrollo social en la esencia de su negocio. Dado que en los países poco desarrollados es necesario que las empresas formen parte del desarrollo social, el modelo societario como estrategia de negocio se hallaría en el lugar apropiado. A diferencia del modelo de gestión de partes interesadas, una estrategia moderna en comparación con el modelo clásico de accionistas, la empresa no considera que las “partes interesadas” lo sean a nivel empresarial, sino que se considera a sí misma y a los demás desde otra perspectiva: la que determina lo necesario para el desarrollo social o para alcanzar los ODS (Van Cranenburgh, 2016).

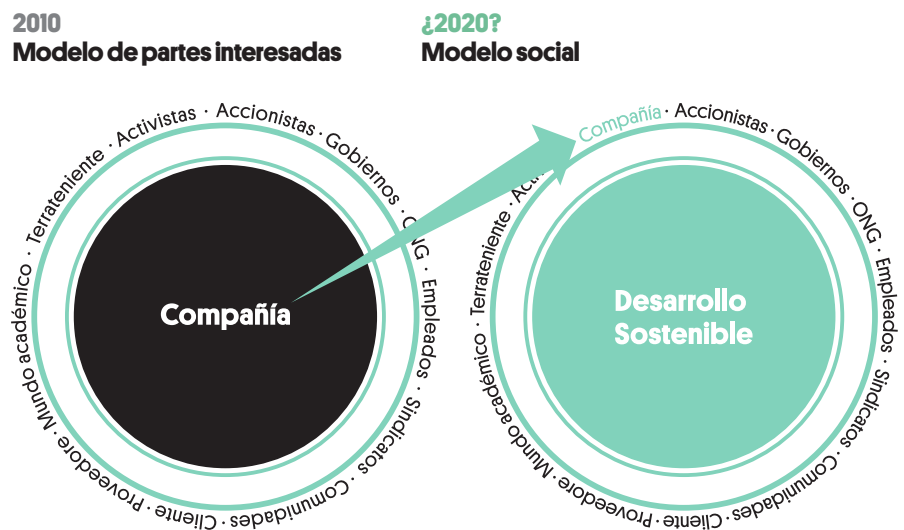
Por consiguiente, la compañía se convierte también en un agente de la sociedad civil, en lugar de posicionarse como alguien “ajeno” a ellos. El modelo societario también es distinto del sistema de gestión de problemas frecuentemente utilizado. Al responder a un problema en particular y mitigar los riesgos empresariales que éste conlleva, los gestores suelen enfrentarse a nuevos problemas, dado que todos los aspectos están relacionados entre sí. En lugar de centrarse en una aproxima-

ción “centrada en un único problema”, el modelo societario sostenible fomenta una aproximación más integral a la gestión, en la que el desarrollo sostenible o los ODS en un área geográfica en particular son en todo momento el aspecto más importante a tener en cuenta.

Para que las empresas puedan disponer de un enfoque social, es necesario que participen en el desarrollo social sostenible de forma continua. Lo que significa que las empresas no interactúan con la sociedad civil cuando surge un problema o cuando un activista, una OSC o una institución gubernamental les pide ayuda, sino que la empresa, como agente de la sociedad civil, participa en el desarrollo de forma permanente.

Para que las empresas puedan implicarse en el desarrollo, es necesario que existan foros que aglutinen a las distintas partes interesadas. Si tales foros no existen, las empresas deberán emprender acciones para crearlos y desarrollarlos; eso implica que las empresas deberán ejercer un papel más activo al principio, pero actuarán como un partner al mismo nivel cuando el foro que incluya a las distintas partes interesadas ya esté en marcha. Cada empresa puede decidir desarrollar sus propios foros, aunque sería recomendable que subcontrataran dicho aspecto a un tercero independiente, para evitar ser un blanco fácil de las críticas relacionadas con “el interés propio de la empresa”.

Cambio desde la estrategia de partes interesadas centrada en la empresa a la estrategia de desarrollo social sostenible.¹



¹ Adaptado de Van Cranenburgh, K.C. Money or Ethics. Multinational Corporations and Religious Organisations in an era of Corporate Responsibility. Erasmus Research Institute of Management, 2016, página 202.

El sector privado español tiene la oportunidad de impulsar negocios y generar desarrollo de forma simultánea. Dado que una buena salud es fundamental para la generación de desarrollo, el presente artículo se centrará en aspectos y oportunidades relacionados con la salud.

La carga sanitaria mundial y el sector privado

El impacto de las epidemias globales sobre el sector privado está aumentando de forma radical, en paralelo a la expansión del sector privado en los países en desarrollo. El impacto de la carga sobre el sector privado producida por las enfermedades crónicas también está aumentando de forma alarmante, impulsada por los patrones de comportamiento y de gasto de los trabajadores y consumidores, así como por los costes derivados de las mayores posibilidades técnicas en la atención sanitaria. El sector privado no puede eludir cierto nivel de reacción y de responsabilidad. Los actores globales son cada vez más conscientes de que enfrentarse a la miseria social a nivel mundial es responsabilidad de todos.

La preocupante situación en el ámbito de la atención sanitaria global debe ser tomada en consideración por el sector privado al diseñar su estrategia de negocio para trabajar en países en desarrollo. Ciertas enfermedades infecciosas o transmisibles como el VIH/sida, la malaria y la tuberculosis siguen siendo los principales problemas de salud en los países en vías de desarrollo, y deben incluirse en los cálculos de costes de la actividad empresarial en cuestión. Más allá del aspecto económico, la política de empresa será fundamental para prevenir la discriminación, fomentar la inclusión social y participar en iniciativas sociales de mayor alcance para promover la salud. Además, la ética empresarial debe alejar a las empresas de actividades que perjudiquen o estén en contradicción con los ODS. Las políticas tributarias inteligentes podrían proporcionar mayores ganancias a corto plazo, pero el menor ingreso estatal conducirá a menos ingresos disponibles para las inversiones en salud pública. Presionar para obtener regulaciones suaves o beneficiarse de regímenes de gobierno débil eventualmente resultará contraproducente en el negocio ya que se carece de una visión de negocios a largo plazo.

En líneas generales, los bajos ingresos familiares, la poca productividad laboral y la baja movilidad social a causa de las enfermedades provocan una menor disponibilidad de mano de obra y avanzan el momento de la jubilación. Los dueños de las empresas absorben una cantidad significativa de la carga económica provocada por las enfermedades a través del absentismo, el presentismo (estar físicamente presente en el trabajo pero siendo menos productivo), la reducción de la productividad y el aumento de la rotación de personal (Suhrcke *et al.* 2006). No obstante, las enfermedades transmisibles han disminuido a lo largo de la última década: como consecuencia de los esfuerzos llevados a cabo por la comunidad internacional en respuesta los objetivos de desarrollo del milenio, la transmisión de madre a hijo y la mortalidad de los menores de cinco años han disminuido de forma significativa. Aunque tal situación ha propiciado el crecimiento relativo de la mortalidad causada por enfermedades crónicas o no transmisibles, como por ejemplo las enfermedades cardiovasculares, el cáncer y las enfermedades respiratorias crónicas, existen algunos indicadores que muestran que los patrones de enfermedades han cambiado a causa del desarrollo econó-

¹http://www.wateraid.org/uk/what_we_do/the_need/default.asp

mico. Las enfermedades crónicas como la diabetes son indicativas de un mayor desarrollo económico y de mayor consumismo, y en la actualidad representan más de la mitad de los problemas de salud en los países en desarrollo.

Con una financiación cada vez más reducida por parte de los gobiernos occidentales (como en el caso de España), las oportunidades de negocio evolucionan al tiempo que las soluciones en el ámbito de la atención sanitaria se buscan cada vez más en marcos de trabajo financieros innovadores y en oportunidades de negocio centradas en lo que se conoce como la “base de la pirámide”. El fortalecimiento de los sistemas de atención sanitaria, la información y educación de las comunidades, la provisión de servicios de calidad y la participación en proyectos de cooperación (que incluyan el sector público o las OSC, por un lado, y las empresas por otro lado) que impliquen financiación inicial (*seed funding*) y modelos de negocio para el incremento de la atención sanitaria de calidad son elementos fundamentales para el desarrollo de la atención sanitaria. Las iniciativas del sector privado, como por ejemplo la *Global Business Coalition on Health*, actúan como plataformas para que las empresas puedan participar en el difícil pero gratificante camino de la prevención de los problemas de salud en todo el mundo.

Al hacer hincapié en los beneficios de las innovaciones empresariales que ayudan a alcanzar los objetivos de salud global, no puede eludirse el debate sobre las compañías farmacéuticas que actúan según la ley pero evitan actuar de acuerdo con el espíritu de la ley. El “derecho a la salud” universal lleva aparejados dilemas éticos para la industria farmacéutica, que solo pueden ser resueltos mediante el debate constructivo y respetuoso entre todas las partes interesadas. La implicación del sector privado, incluyendo las empresas farmacéuticas, será esencial en los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2015-2030 de Naciones Unidas centrados en la salud, para el que será indispensable el papel desempeñado por el desarrollo del sector privado.

Ámbitos indirectos en la promoción de la salud para el sector privado

Enfocar la salud desde una perspectiva restringida formada únicamente por enfermedades y provisión de atención sanitaria simplificaría en exceso el alcance y la escala necesarios, y posicionaría de nuevo a las economías en vías de desarrollo en una posición negativa y con poca visión de futuro, donde resaltaría únicamente su necesidad de ayuda externa. La implicación del sector privado en la mejora de la salud no es únicamente una oportunidad de negocio para la industria farmacéutica, y no se fundamenta de forma exclusiva en los principios éticos de dicha industria. Pueden hallarse oportunidades y riesgos en todos los sectores, y van más allá de la salud y seguridad laborales (por importantes que éstas sean) o de la filantropía empresarial y de las donaciones por parte de las empresas.

Para que un negocio “sano” prospere se requiere una sociedad con buena salud, y la buena salud de una sociedad tiene que ver con varios factores: las fuentes de energía y su disponibilidad; el acceso al agua; la nutrición; la educación; la inclusión social y financiera y la sostenibilidad medioambiental y agrícola. Todos los aspectos mencionados están relacionados entre sí, y lo están también con la salud; ejercen asimismo un impacto sobre el desarrollo humano y el medio ambiente. Las empresas del sector privado deben escoger si se enfrentan a ellos con una estrategia de evitación de riesgos o bien con una estrategia enfocada a la creación de valor. Aunque en el pasado existió la tendencia a incluir los problemas de salud en el ámbito de negocio del sector farmacéutico, mientras que las empresas no pertenecientes al ámbito farmacéutico debían limitarse a monitorizar y mitigar los riesgos de salud laboral, los líderes ejecutivos de todos los sectores y de todos los ámbitos industriales se están decantando cada vez más por estrategias de provisión de servicios y de crecimiento empresarial relacionadas con los objetivos de salud global. Un análisis más detallado de las estrategias empresariales relacionadas con la salud, así como de ejemplos de negocios que fomentan la creación de valor compartido, aporta a las partes interesadas del sector privado una comprensión más profunda de la relación entre la salud global, la cooperación internacional y los negocios.

El sector privado: puesto de trabajo, comunidades vecinas, cadena de suministro, inversores y filantropía empresarial

Fuentes de energía y disponibilidad

La falta de electricidad, así como los frecuentes cortes de suministro eléctrico, obstaculizan el desarrollo económico local. Aunque muchos países en vías de desarrollo tienen un notable potencial en el ámbito del petróleo, el gas y la minería, las operaciones empresariales locales no disponen de un suministro eléctrico estable. Si bien las inversiones extranjeras en la industria extractiva, por poner un ejemplo, pueden ser un factor de presión sobre la disponibilidad de recursos energéticos, también pueden contribuir a solucionar el problema de la generación y la distribución de energía. Un proveedor de gas estableció una colaboración con un banco para el desarrollo internacional y una OSC local y abastecieron de gas a 50.000 familias en los distritos pobres de Buenos Aires. Durante los primeros años de la inversión no obtuvieron beneficios. No obstante, pasar de utilizar depósitos de gas a abastecerse de gas natural mediante un sistema de tuberías redujo los gastos en gas, aumentó el valor de las viviendas y propició la disminución de las enfermedades respiratorias. En la actualidad, el negocio proporciona beneficios y el desarrollo económico sigue adelante. La creación de equipos entre empresas, organizaciones de la sociedad civil o gobiernos promueve la aplicación a gran escala de soluciones energéticas sostenibles y permite la generación y distribución de energía entre todas las partes interesadas de un modo eficiente, efectivo y sostenible. Los servicios energéticos actuales, la eficiencia energética a lo largo de toda la cadena de valor de la energía y el aumento significativo de las energías renovables en la combinación energética mundial son tres de los pilares a los que las empresas pueden contribuir y a partir de los que pueden prosperar.

Acceso al agua, condiciones higiénicas y saneamiento

Una de cada ocho personas en el mundo no tiene acceso al agua potable, lo que provoca dos millones de muertes al año. Las economías emergentes son las que sufren más dicho problema como consecuencia de la explotación de los recursos naturales y del crecimiento de la población. Varias iniciativas del sector privado han conducido a la obtención de servicios básicos en el ámbito del agua, con una buena relación coste-eficacia, así como a programas de concienciación acerca de la importancia de las condiciones higiénicas y de saneamiento. Los líderes empresariales de diversos sectores son cada vez más conscientes de las oportunidades en el desarrollo de productos y servicios que, en combinación con un mensaje educativo, proporcionen un acceso duradero a y una utilización bien informada de las fuentes de agua. Sea desde una perspectiva de ahorro (reducir la utilización de agua en la producción de refrescos o el desarrollo de minas), sea desde una perspectiva de oportunidad (vender jabón al tiempo que se contribuye a los programas nacionales de higiene), el desarrollo de negocios relacionados con el agua crea valor compartido tanto para la empresa como para la sociedad en la que opera. Las empresas que aportan nuevas tecnologías pueden proporcionar apoyo a la cartografía geoló-

gica de fuentes de agua, y desarrollar herramientas para la extracción y distribución de agua, al tiempo que mantienen los costes para el consumidor en un valor mínimo. La captación de agua de lluvia y su almacenamiento en un lugar seguro pueden promover que las empresas de componentes participen en una iniciativa centrada en el agua a pequeña escala (adaptada al tamaño del pueblo en cuestión), que las empresas farmacéuticas centren sus esfuerzos en el tratamiento de aguas residuales, que las empresas tecnológicas aporten tecnologías innovadoras y que la industria cervecera encuentre nuevos métodos para convertir sus aguas residuales en recursos agrícolas o de saneamiento. La cooperación y el trabajo en equipo en el marco de iniciativas locales, nacionales e internacionales son fundamentales.

Nutrición

El sector de la alimentación y bebidas encuentra en muchas iniciativas del ámbito de la nutrición llevadas a cabo por diversas instituciones (de desarrollo internacional) atractivas oportunidades para el desarrollo del negocio. Contribuir al progreso de las innovaciones en soluciones nutritivas supone, por un lado, enfrentarse a uno de los problemas de salud más graves en los mercados en desarrollo, mientras que por el otro lado se obtiene una oportunidad comercial (con frecuencia subvencionada) que impulsa a las empresas a realizar los pasos definitivos para invertir en mercados emergentes. De forma más indirecta, la mejora del valor nutricional de alimentos y bebidas tiene un efecto positivo en la educación infantil y en la productividad adulta. Las oportunidades para las empresas se encuentran en el ámbito del suministro de soluciones basadas en el mercado que utilicen cadenas de suministro locales y trabajen en colaboración con fundaciones, instituciones y organizaciones que conceden subvenciones para acceder a las personas más necesitadas, al tiempo que comercializan sus productos en el mercado para un público objetivo formado por la población de renta media. Las empresas implicadas en tales proyectos han aumentado sus ventas, han tenido acceso a grupos de población de renta baja mediante estrategias de “base de la pirámide” y han aumentado su reputación de marca al demostrar que desempeñan un papel activo en la lucha contra la malnutrición. Las empresas del sector privado trabajan con la *Global Alliance for Improved Nutrition* que coordina la obtención de nutrientes, aporta una estructura organizativa que trabaja con los gobiernos locales, identifica las actividades comerciales y moviliza recursos para apoyar los proyectos de enriquecimiento de alimentos.

Educación

La agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible incluye la educación como área prioritaria. La demanda de escolarización sigue creciendo, y se apela a la igualdad social en educación. La falta de infraestructuras, de profesores de calidad y de posibilidades de educación superior requiere tecnologías innovadoras que permitan satisfacer las necesidades de una población creciente, tanto en las ciudades como en zonas remotas. Las inversiones en soluciones tecnológicas y las alianzas entre empresas, ministerios de educación y gestores escolares pueden aumentar el vivero de talento del que se nutren los responsables de recursos humanos. La aproximación a la educación puede llevarse a cabo desde muchos ángulos, y no se trata únicamente de la escolarización. En el año 2000, un campo de refugiados de 1,8 millones de personas en Colombia se enfrentaba a retos muy importantes cuando una empresa de electricidad aplicó un programa educativo en el ámbito energético, junto con el suministro de redes eléctricas seguras y estables. Se trató de una estrategia centrada en la “base de la pirámide” en colaboración con el gobierno local, en la que se otorgaba a los refugiados la propiedad de

las tierras donde vivían si pagaban sus facturas de electricidad. De este modo los refugiados se convirtieron en propietarios de tierra, se les otorgó ciudadanía financiera y eso les permitió poner en marcha pequeños negocios tales como servicios de lavandería, peluquerías y tiendas de venta al por menor. Resultó ser un negocio rentable para la empresa.

Inclusión social y financiera

Los emprendedores, las familias y las pequeñas y medianas empresas en los mercados emergentes suelen hallar dificultades al intentar acceder a financiación. Algunas herramientas para ahorrar dinero o transferirlo, así como diversos tipos de seguros, ya han demostrado su impacto en muchos de los grupos de población más pobres. Ciertas iniciativas de financiación aportadas por diversas organizaciones financieras y no financieras han concedido créditos para poner en marcha pequeños negocios, invertir en clínicas de calidad y contribuir al progreso de la agricultura sostenible. El impacto causado por la inclusión social es notable, no solo para el individuo en cuestión sino también para el desarrollo económico de una región o país: es una parte esencial del desarrollo internacional. La inclusión financiera, bien regulada y apoyada en herramientas y servicios procedentes del sector privado, es uno de los objetivos prioritarios de muchos gobiernos en los mercados en desarrollo. Las soluciones empresariales procedentes del sector bancario y de seguros, del sector de la comunicación y del sector tecnológico, así como de varios otros sectores, son necesarias para complementar los esfuerzos llevados a cabo por los gobiernos, las ONG y la sociedad civil con la intención de alcanzar los objetivos de inclusión financiera en hogares de renta baja. El valor combinado de los beneficios comerciales y el desarrollo social es muy relevante, y mejora indirectamente las perspectivas de salud individual y de bienestar económico.

Las inversiones empresariales en sistemas innovadores de atención sanitaria, en la mejora de la calidad, en préstamos para los proveedores de atención sanitaria y en los seguros de salud fomentan la demanda y el suministro de atención sanitaria. La introducción de seguros de salud convierte la atención sanitaria en algo asequible para las familias de renta baja, lo que conlleva un aumento de la utilización de los servicios de asistencia médica. Los ingresos recibidos por los proveedores de atención sanitaria, a través de la prima del seguro y de la concesión de préstamos asequibles, les permiten invertir en una mayor calidad de la atención sanitaria y del potencial de negocio. Cuando los dueños de las empresas participan en programas como los iniciados por *Pharmaccess* en el África subsahariana, no solo contribuyen a promover la salud de sus empleados; también mantienen la productividad a niveles altos. Los microcréditos, los sistemas de seguros, la financiación en función de los resultados y otros métodos innovadores para aportar estímulos financieros permiten la participación en la sociedad y mejoran la infraestructura requerida para unas condiciones de vida sostenibles.

Sostenibilidad ambiental y agrícola

El crecimiento de la población, la escasez de agua y el cambio climático presentan retos y oportunidades para el sector agrícola, unos retos que van más allá de la necesidad de innovación en el ámbito agrícola. La agricultura sostenible requiere una regulación conjunta (llevada a cabo entre la sociedad civil y el gobierno) de la propiedad de tierras; el acceso al agua; la integración de los pequeños agricultores en las cadenas de suministro comerciales; el desarrollo de cadenas de suministro sostenibles que incluyan mejoras en el almacenamiento y el transporte; el desarrollo de productos nutricionales e innovación industrial y tecnológica.

Las empresas pueden participar en la agricultura sostenible gestionando sosteniblemente sus recursos hídricos, sus residuos, su energía y sus emisiones de CO₂. Las oportunidades de negocio se encuentran en la mejora del valor nutricional de los productos alimenticios, en el desarrollo de soluciones sostenibles para el cultivo de cereales y en la inclusión de los pequeños agricultores en los procesos empresariales. Las corporaciones del sector de la alimentación y bebidas han estado cooperando con los grandes agricultores, con granjeros y con OSC para garantizar una cadena alimentaria sostenible. La Sustainable Agriculture Initiative Platform conecta a los agentes del sector industrial para que puedan compartir conocimiento e iniciativas que garanticen la producción eficiente de productos agrícolas seguros y de alta calidad de tal forma que se protejan el medio ambiente, las personas y la biodiversidad.

El sector privado: puesto de trabajo, comunidades vecinas, cadena de suministro, inversores y filantropía empresarial

Como puede verse en el artículo, el estado de salud global afecta directamente a las empresas. La lógica empresarial muestra que las necesidades globales en el ámbito de la salud no pueden controlarse sin la participación empresarial. Si bien puede tenerse en cuenta la responsabilidad social corporativa de contribuir a aliviar la carga global que representan las enfermedades, también puede tomarse en consideración el reverso de la moneda; es decir, el aumento de las oportunidades empresariales. Son bien conocidos los beneficios comerciales asociados a la participación en aspectos relacionados con el agua, la energía, la nutrición, la inclusión financiera y la agricultura sostenible; sin embargo, existen también otras oportunidades, de ámbito más general, relacionadas con el sector privado. Aunque esta sección describe las oportunidades empresariales que conlleva la implicación, ni que decir tiene que deben evitarse en cualquier circunstancia aquellas actividades que entren en conflicto con los ODS, o bien abusen o hagan un mal uso de las lagunas gubernamentales existentes. Por muy tentador que pueda resultar para las empresas aprovecharse de regímenes fiscales que sean legales pero contrarios a la ética, de déficit en materia de medio ambiente o de un acceso injusto a quienes dictan las leyes y a quienes las hacen cumplir, se trata de algo totalmente contrario al desarrollo social (civilizado), muy necesario tanto en países en vías de desarrollo como en países desarrollados.

Oportunidades relacionadas con el puesto de trabajo

Considerar el puesto de trabajo como un recurso para acceder a una gran parte de la población y contribuir a fomentar el compromiso de los empleados con la empresa mediante la provisión de mensajes relacionados con la atención sanitaria es un aspecto importante. La aproximación a la esencia de la implicación empresarial se lleva a cabo desde la perspectiva ética, deontológica, que establece que deben utilizarse los medios disponibles para hacer el bien. Proporcionar conocimiento, mejorar las técnicas de marketing y los canales de relaciones públicas, desarrollo y distribución de educación sanitaria se encuentran entre las posibilidades. El puesto de trabajo representa una plataforma natural para tratar aspectos relacionados con la atención sanitaria mediante una aproximación por objetivos. El puesto de trabajo puede proporcionar un punto de acceso fundamental en términos de atención sanitaria, mensajes de prevención y clínicas de tratamiento.

Comunidades vecinas

Como extensión del puesto de trabajo, puede tenerse acceso a las familias de los empleados mediante la organización de “días para la familia” especiales, o a través de la comunicación directa con las familias. Por ejemplo, si se incluyen mensajes para la prevención de enfermedades junto con las nóminas de los trabajadores, dichos mensajes de salud llegarán directamente al hogar donde vive la familia del empleado. Mientras que en algunos países son los lugares de culto –iglesias, mezquitas, sinagogas– los que desempeñan dicho papel, el puesto de trabajo presenta mayores

ventajas en términos de escala y de vinculación de la estructura. Aunque las grandes empresas tienden cada vez más a subcontratar trabajadores, las posibilidades de llegar a la comunidad a través de dichas corporaciones siguen siendo muy atractivas en términos de promoción de la salud y de prevención de enfermedades. Los programas de atención sanitaria corporativos pueden escalarse a las comunidades vecinas con poco esfuerzo y grandes beneficios. Las compañías mineras en zonas con elevada prevalencia de malaria no solo han proporcionado a sus empleados mosquiteras para las camas y kits de medicación, sino que han extendido sus esfuerzos mediante programas regionales comunitarios de aspersión de insecticida para luchar contra la malaria, en colaboración con gobiernos y agencias de financiación como el *Fondo Global*. Además de crear empleo en el sector de la atención sanitaria pública, los programas han conllevado un aumento del consumo, ya que los gastos médicos de las familias locales se vieron reducidos de forma significativa. El aumento del gasto en refrescos, por ejemplo, ha acarreado un aumento de las ventas para la industria de bebidas, otra industria que, desde el punto de vista de la distribución y la nutrición, puede ser muy importante para los sistemas de atención sanitaria de los mercados en desarrollo. Un ejemplo similar al de la industria minera es el de la cooperación entre proveedores de financiación internacionales, gobiernos nacionales y una corporación: se trata del proyecto *Last Mile* (“Última Milla”) que garantiza la distribución de medicamentos en áreas remotas de África valiéndose de la experiencia empresarial. Las agencias gubernamentales que coordinan la obtención y distribución de los medicamentos y suministros médicos reciben apoyo y formación del sector privado. La formación de competencias en el ámbito empresarial permite a los empleados gubernamentales llegar a ser expertos en la predicción de la demanda de medicamentos y vacunas, así como en el almacenamiento eficiente y de calidad y en la distribución a tiempo de productos que salvan vidas.

Cadena de suministro

Las evaluaciones de impacto económico muestran el notable efecto que la actividad empresarial ejerce sobre las cadenas de suministro locales, y viceversa. La presencia de un productor de cerveza extranjero en Nigeria ha generado más de 500.000 puestos de trabajo derivados en áreas como la agricultura, la distribución y la venta al por menor. La adquisición de productos agrícolas locales en sustitución de la importación de cereales redujo los costes de la empresa y aumentó la infraestructura agrícola local. La extensión de las cadenas de suministro locales es esencial para lograr maximizar el impacto económico de una empresa, y promueve la inclusión financiera de los negocios emprendedores locales. Las estrategias de inversión extranjera pueden generar confianza y fiabilidad mediante la gestión de precios a largo plazo y unas estructuras de adquisición que a la vez permitan a los proveedores obtener acceso al crédito y escalar las operaciones. Las inversiones de capital inicial suelen estar apoyadas o subvencionadas por organizaciones internacionales de la sociedad civil o por gobiernos que quieren aportar ayuda garantizando un mínimo nivel de cantidad y calidad, tal y como hayan sido establecidos los requisitos por parte de las corporaciones. El capital inicial también puede ser subvencionado o aportado por inversores de impacto, y centrarse en la provisión de asistencia técnica (proporcionar formación y semillas a los granjeros) e incentivos (financiación basada en los resultados) que reducen el riesgo y las inversiones para las empresas implicadas.

La expansión de las políticas corporativas desde el puesto de trabajo hacia las cadenas de suministro no se consigue simplemente sobre el papel, donde el proveedor marque una casilla y se comprometa a ceñirse a una

normativa específica para proveedores. La integración real de la política de empresa acerca del VIH/sida o de la política de salud en el puesto de trabajo en relación con la TB y la malaria requiere aplicación práctica, apoyo y monitorización. Las empresas de telefonía móvil han respaldado la comunicación entregando teléfonos móviles, cargadores solares y mensajes de texto relacionados con la salud a mujeres de áreas rurales, y han tratado temas relacionados con la agricultura y con la prevención de enfermedades. Recibir mensajes que contribuyan a mejorar la calidad y la producción agrícolas y recibir alertas, cuando llega la hora de acostar a los niños, para no olvidarse de poner la mosquitera para la cama da fuerzas a los agricultores y a sus familias, y anima a las empresas a escoger productos locales en lugar de importarlos de mercados maduros.

Inversores

A consecuencia del aumento de las inversiones responsables y de las basadas en una misión concreta o en la fe religiosa, existe un número creciente de inversores atentos para detectar oportunidades de negocio que generen un elevado impacto social positivo en los mercados en desarrollo. La inversión de impacto en microfinanzas, vivienda asequible, silvicultura, agricultura, fuentes de energía alternativas y diversos otros sectores tiene el objetivo de hacer el bien al tiempo que se genera un moderado retorno de la inversión (ROI). Grandes fondos de pensiones, iglesias y otros inversores institucionales en mercados maduros se ven cada vez más presionados a buscar inversiones alternativas a los combustibles fósiles o a las inversiones relacionadas con los conflictos bélicos, se implican en mayor grado con empresas de todos los sectores que exigen buenas prácticas de negocio y dedican parte de su cartera de valores a inversiones sostenibles en mercados en desarrollo. La comunidad empresarial que opera actualmente en los mercados en desarrollo debe proporcionar una respuesta adecuada, y las nuevas inversiones extranjeras deben ser conscientes de la creciente demanda de “negocios buenos” en los países en desarrollo.

Filantropía empresarial

La filantropía empresarial –definida como un modo de promover el desarrollo en entornos carentes de recursos mediante ayuda directa o donativos– ha sido cuestionada recientemente por académicos y activistas a causa de su supuesta falta de impacto. Las actividades que proporcionan un servicio a la sociedad y no conllevan beneficio comercial (o conllevan muy poco), lo que podría llamarse *RSC altruista* (Lantos, 2001) o *acción voluntaria para el bien común* (Meijs, 2010) presentan unos retos intrínsecos, y el debate suele polarizarse en términos de ayuda frente a negocio. El impacto producido por el tiempo y el dinero aportados por la filantropía empresarial mediante donaciones controladas destinadas al establecimiento de subvenciones debe medirse a distintos niveles, y debe alinearse con las estrategias y actividades propias de los gobiernos locales. Si se lleva a cabo con buenas intenciones pero de forma aislada –en otras palabras, sin reconocer la complejidad de las necesidades en el área de la atención sanitaria pública– la ayuda puede conllevar más perjuicios que beneficios. Construir una nueva clínica o un nuevo hospital en una zona con pocos recursos puede hacer que las empresas sientan la satisfacción de haber realizado una buena acción, y que sean más respetadas en algunos ámbitos; no obstante, no tiene en cuenta las complejas necesidades del sistema público de atención sanitaria, y puede incluso tener un impacto negativo en ciertas iniciativas, o propiciar que se destinen recursos a objetivos de menor importancia. A través de la cooperación con organizaciones de la sociedad civil y mediante un

control de calidad independiente, la filantropía empresarial puede ejercer un impacto positivo de gran alcance en la sociedad, al tiempo que aporta beneficios para la reputación de las empresas. No obstante, la filantropía empresarial solo puede funcionar en añadidura a las buenas prácticas empresariales ya existentes, y por consiguiente la ayuda vendrá dada como complemento a las prácticas empresariales; no puede sustituirlas.

Conclusión

Hacer negocios en los países en desarrollo conlleva riesgos y oportunidades. Comprender cómo llevar a cabo negociaciones en contextos culturales distintos y disponer del apoyo adecuado en asuntos políticos y culturales ayuda a los inversores extranjeros a entender el panorama empresarial. Para los estrategas internos de la empresa, es esencial mantener un enfoque social y trabajar en cooperación; así se contribuirá a mitigar los riesgos y a garantizar un crecimiento sostenible tanto para la empresa como para la sociedad. Las inversiones extranjeras pueden diseñarse de tal modo que aporten beneficios y desarrollo con el mínimo perjuicio (o incluso sin perjuicio alguno) para el entorno social y ambiental. Es posible lograr que los productos y servicios generados sean de alta calidad, aproximarse a la diversidad como fortaleza, generar pocos residuos (o ninguno) y reconocer en todo momento la fuerza de la interrelación empresa-sociedad en la creación de prosperidad económica y justicia social, ingredientes fundamentales para un futuro sostenible en los países en desarrollo.

References

-
- Cohen, B. (2005) Urbanization in developing countries: Current trends, future projections, and key challenges for sustainability. *Technology in Society*, pp 1-18.
 - Kolk, A. & Lenfant, F. (2009). MNC reporting on CSR and conflict in Central Africa. *Journal of Business Ethics*. DOI 10.1007/s10551-009-0271-1.
 - Lantos, G.P. (2001), 'The boundaries of strategic corporate social responsibility', *Journal of Consumer Marketing*, 18 (7), 595-632.
 - Meijjs, L.C.P.M. (2010) 'Reinventing Strategic Philanthropy: the sustainable organization of voluntary action for impact.' Inaugural Address Series, Research in Management, Erasmus University Rotterdam, ISBN 978-90-5892-230-4.
 - Kapstein, E.B. & Kim, R. (2011). The social and economic impact of Standard Chartered in Bangladesh.
 - Suhrcke, M., R.A. Nugent, D. Stuckler and L. Rocco (2006) *Chronic Disease: An Economic Perspective* (London: Oxford Health Alliance).
 - Van Cranenburgh, K.C. (2016). Money or Ethics (No. EPS-2016-385). ERIM Ph.D. Series Research in Management. Erasmus University Rotterdam. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1765/93104>, page 202.

ISGlobal **Barcelona**
Institute for
Global Health

A partnership of:



6. BUSINESS MEANS FOR DEVELOPMENT

For any type of business, relations with their workforces, neighbouring communities, supply chains, investors and philanthropic activities are means to stimulate development.

7. DEVELOPMENT MEANS MORE BUSINESS

Local social development will in turn lead to increased economic opportunities for businesses.