

CREATING VALUE FOR ALL: STRATEGIES FOR DOING BUSINESS WITH THE POOR



“VALORI PENTRU TOȚI: STRATEGII DE AFACERI PENTRU IMPLICARE A OAMENILOR SĂRACI”

CHRISTINA GRADL
Chișinău, 10 iulie 2008

Inițiativa Dezvoltarea Pie elor Incluzive

- Concepută în **2006** în rezultatul succesului raportului *„Liberând antreprenoriatul: Sectorul privat în serviciul s racilor+”*
- Oferă o **platformă pentru colaborare** și deja cuprinde peste 20 de beneficiari principali, inclusiv asociații de business, instituții academice și agenții pentru dezvoltare

Scopuri:

- Spori nivelul de conștientizare despre modul în care implicarea oamenilor săraci în afaceri poate aduce beneficii reciproce.
- Explica modul în care companiile, guvernele și societatea civilă pot crea valori pentru toți.
- Inspira sectorul privat să acționeze.

Principii:

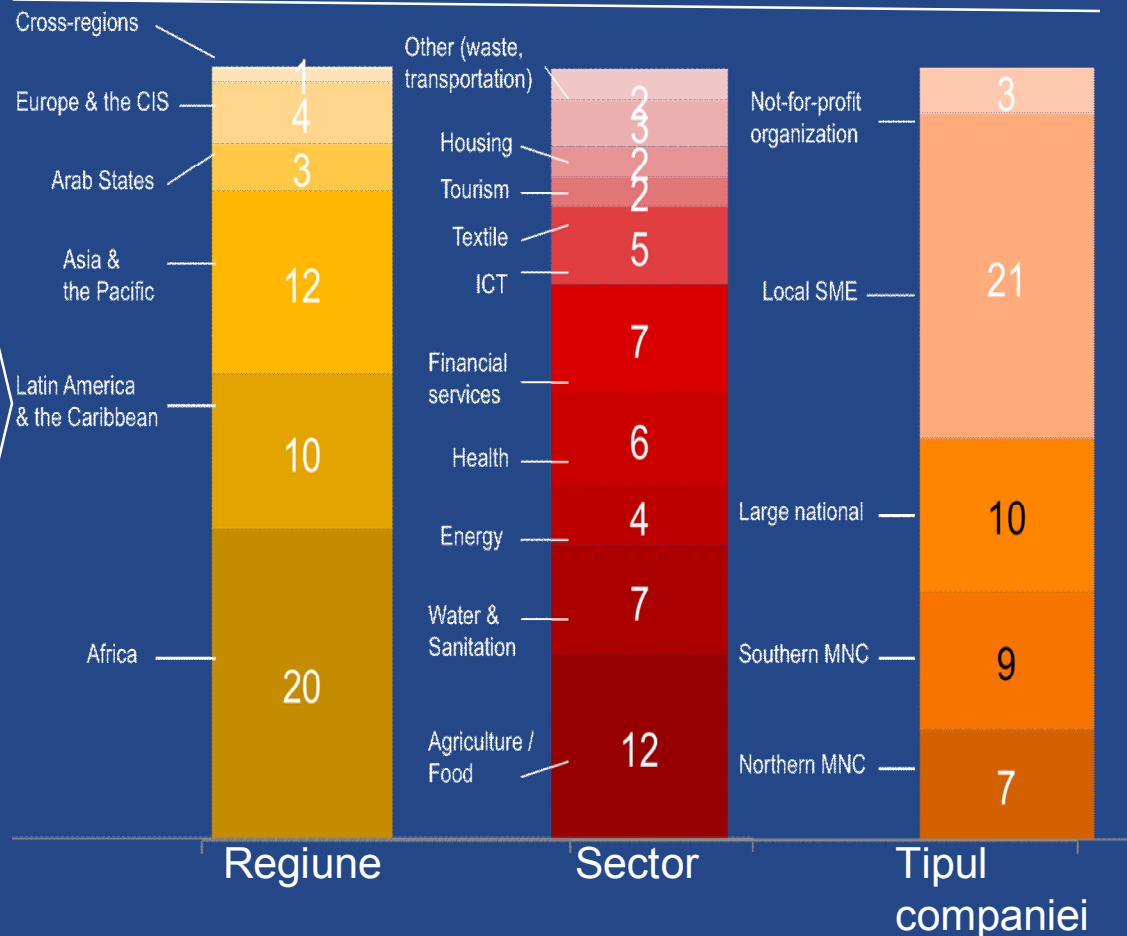
- Accentul pe esența afacerilor
- Focus global
- Cadrul dezvoltării umane, ghidat de Obiectivele de Dezvoltare ale Mileniului (ODM)
- Agenda locală
- Parteneriate și abordare participativă



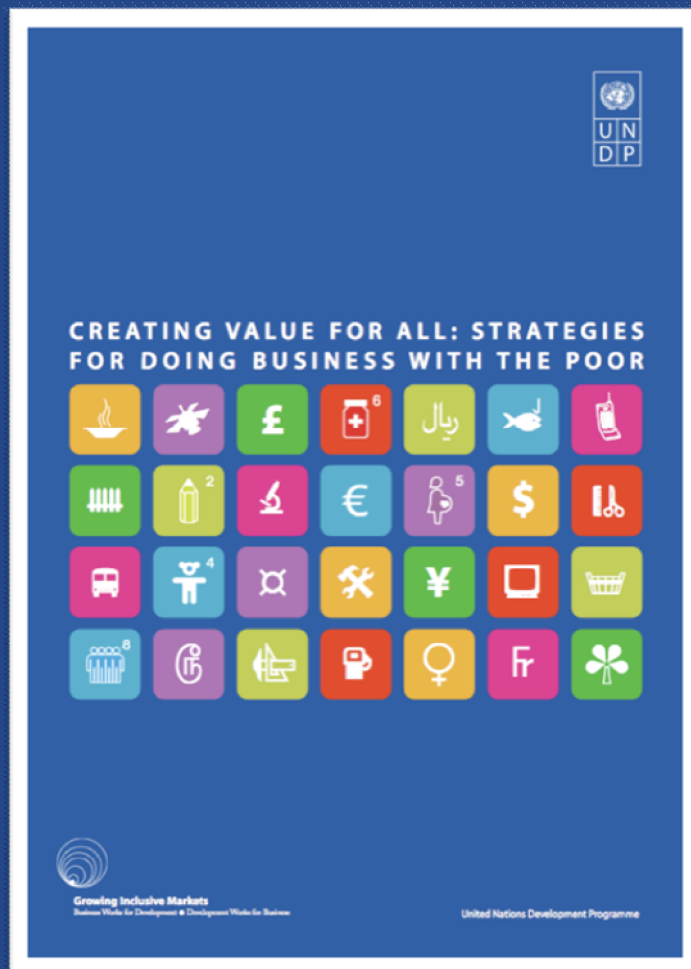
Metoda cercetării empirice

- Constatările raportului se bazează strict pe datele empirice
- 50 studii de caz despre modele incluzive de business au fost realizate de 18 autori de caz din diferite regiuni
- Întrebarea studiului: cum companiile implică oamenii săraci în afacerile lor?

Baza empirică: 50 studii de caz



Raport –Mesaje principale



1

Există oportunități pentru conlucrare între companiile private și oamenii săraci și pentru crearea valorilor pentru toți.

2

Aceste oportunități devin complicate din cauza celor 5 probleme de piață răspândite la sate și cartiere din orașe unde locuiesc oamenii săraci.

3

Antreprenorii au folosit cele 5 strategii de bază pentru a depăși aceste constrângeri.

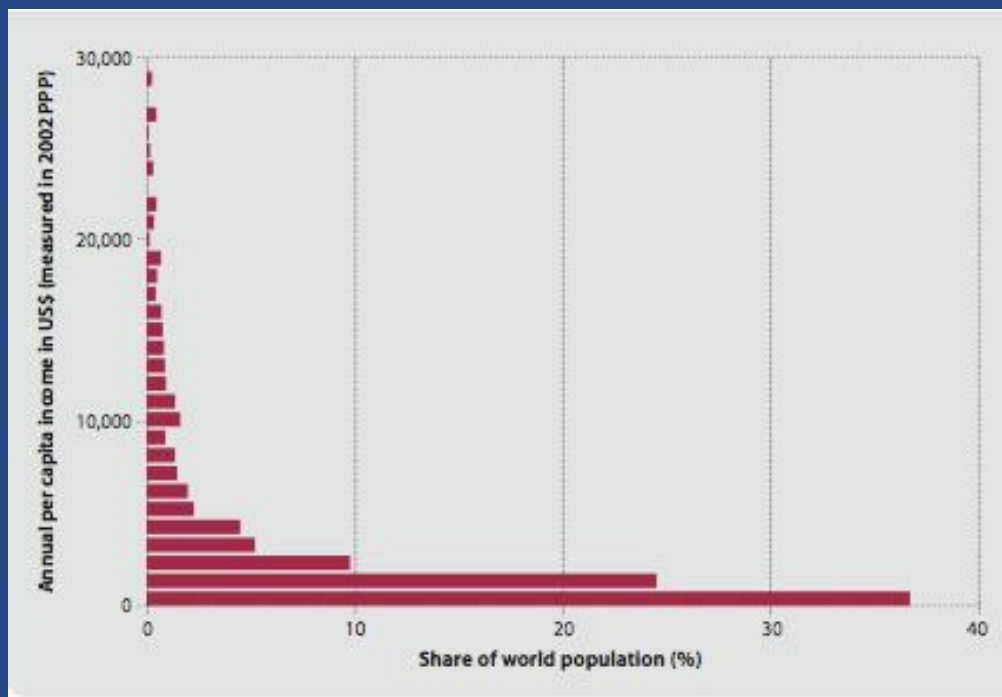
4

Companiile private lidere, guvernele, donatorii, ONGle, comunitățile și alți beneficiari pot acționa pentru a crea valori pentru toți și face piețele mai incluzive.

1 Sărăcia încă este răspîndită

Sărăcia este definită drept lipsă de oportunitate pentru o vi ață decentă.

Piramida veniturilor globale: 2.6 mlrd de oameni trăiesc cu mai pu in de US\$ 2 pe zi



Miliarde de oameni nu au acces la bunurile și serviciile principale

- Fără apă curată: 1 mlrd
- Fără condiții sanitare: 2.6 mlrd
- Fără electricitate: 1.6 mlrd
- Fără internet: 5.4 mlrd

1

Există oportunități pentru colaborare între companiile private și oamenii săraci și pentru crearea valorilor pentru toți.

Ce sunt modele incluzive de afaceri ?

- Modelele incluzive de afaceri sunt metode de afaceri care unesc companiile și oamenii săraci pentru beneficii reciproce.
- Acestea includ oamenii săraci pe partea de cerere în calitate de clienți și consumatori, iar pe partea de aprovizionare în calitate de angajați, producători și proprietari de afaceri la diferite etape ale lanțului de valori.

Valori pentru companii

- Generarea de profit
- Dezvoltarea piețelor noi
- Crearea inovațiilor
- Extinderea forței de muncă
- Consolidarea lanțului de aprovizionare

Valori pentru săraci

- Satisfacerea necesităților de bază
- Crearea de condiții pentru a fi mai productivi
- Venituri sporite
- Abilitarea comunităților



2 Aceste oportunități devin complicate din cauză a celor 5 probleme de piață răspândite în sate și cartiere din orașe unde locuiesc oamenii săraci.

Domeniu problematic

Informația
despre piață

Cadrul de
reglementare

Infrastructura
fizică

Cunoștințe și
abilități

Acces la
servicii
financiare

Explicație

- Companiile cunosc prea puțin despre cei săraci, preferințele, resursele, abilitățile acestora, etc.
- Regulile și contractele nu sunt aplicate. Oamenii și întreprinderile nu au acces la sistemul juridic. Cadrul de reglementare nu este favorabil pentru afaceri.
- Lipsa infrastructurii de transport și rețelelor de apă, electricitate, sanitație și telecomunicații.
- Oamenii săraci nu dispun de cunoștințe sau abilități pentru a beneficia de un produs sau serviciu sau să participe în lanțul de aprovizionare.
- Oamenii nu au acces la credite, asigurări, economii și servicii de tranzacții bancare.

Exemplu

- THTF nu dispunea de informație despre cererea de computere în zonele rurale ale Chinei.
- Manila Water a pierdut multă apă din cauza furtului de apă.
- Pentru Smart a fost dificil să distribuie cartele telefonice preplătite în localitățile fără drumuri.
- Fermierii nu știau cum să producă fibre din coco pentru CocoTech.
- Oamenii nu au putut finanța sistemele de irigație oferite de Amanco.

3

Antreprenorii au folosit cele 5 strategii de bază pentru a depăși aceste constrângeri.

Strategii

Adaptarea produselor și proceselor

Investiții în depășirea constrângerilor

Explorarea punctelor forte ale oamenilor săraci

Combinarea resurselor și capacităților

Angajarea în dialogul asupra politicilor cu guvernul

Explicație

- Evitarea constrângerilor prin adaptarea tehnologică sau restructurarea procesului de afaceri.
- Eliminarea constrângerilor de piață prin investiții proprii, sporirea valorilor private și valorificarea celor sociale.
- Prin angajarea oamenilor săraci în calitate de intermediari și valorificarea rețelelor sociale, o companie poate spori accesul, încrederea și responsabilitatea.
- Companiile colaborează cu alte organizații și acumulează resurse.
- Informarea procesului de elaborare a politicilor poate contribui la eliminarea constrângerilor la scară largă.

Exemplu

- Sistemul bancar mobil folosește tehnologiile fără cablu și operează fără grilă și cont bancar.
- Denmore instruește toți angajații în domeniul de activitate.
- CFW are clinici și magazine de franchiză în Kenya pentru oamenii din comunitățile sărace.
- VCP lucrează cu ABN AMRO pentru a oferi credite crescătorilor de eucalipt.
- Tiviski lucrează pentru a schimba regulamentul UE pentru a obține acces la produsele sale.

3 Matrice Strategie GIM

Strategii

Constrângeri

	Adapt products and processes	Invest in removing market constraints	Leverage the strengths of the poor	Combine resources and capabilities	Engage in policy dialogue with gov'ts
Market information	Orange	Orange	Dark Red	Orange	Yellow
Regulatory environment	Dark Red	Yellow	Yellow	Orange	Dark Red
Physical Infrastructure	Dark Red	Orange	Orange	Dark Red	Yellow
Knowledge and skills	Yellow	Dark Red	Orange	Dark Red	Yellow
Access to financial services	Orange	Orange	Orange	Dark Red	Yellow



1 Exemplu de caz: Smart Philippines

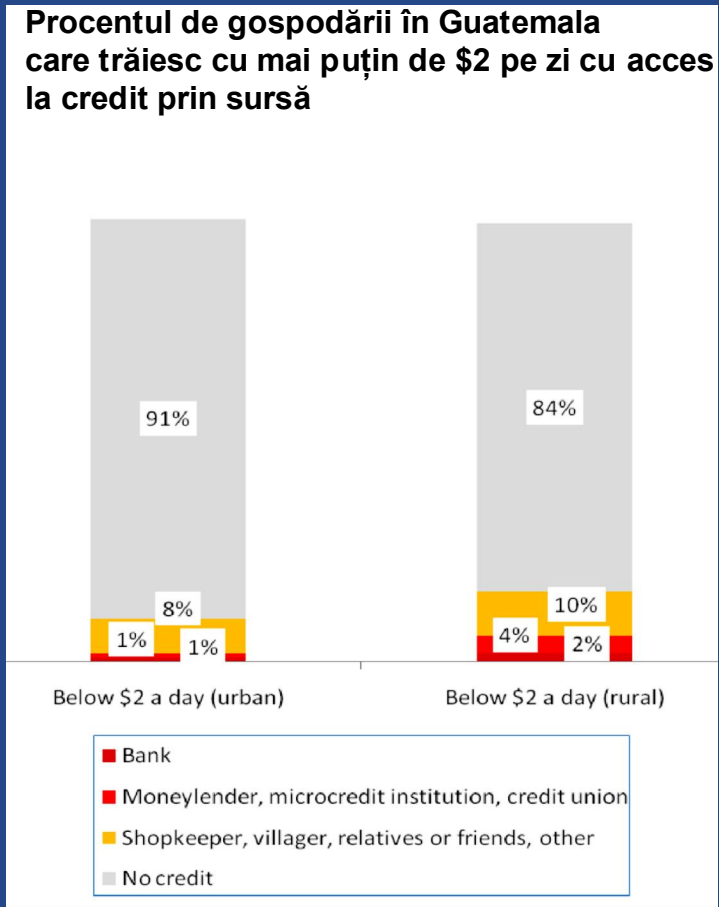
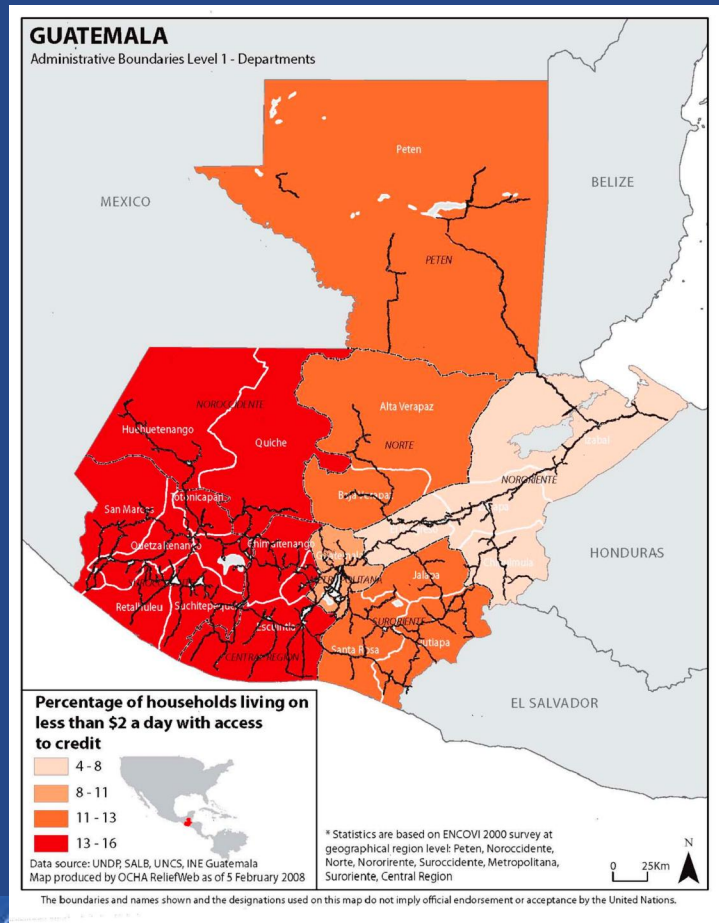
Strategii

Constraints

	Adapt products and processes	Invest in removing market constraints	Leverage the strengths of the poor	Combine resources and capabilities	Engage in policy dialogue with gov'ts
Market information					
Regulatory environment	Simplify requirements			Engage in industry-policy dialogue	Engage in industry-policy dialogue
Physical Infrastructure	Enable wireless top up		Engage microentrepreneurs	Build on existing distribution networks	
Knowledge and skills					
Access to financial services	Simplify requirements; small unit pricing				

3 Harta piețelor – un mecanism de îmbunătățire a informației despre piață

Hărți spațiale despre accesul la piețe + informație despre structura piețelor



Growing Inclusive Markets
Business Works for Development • Development Works for Business

Name, Place, Date

4 Cum să susținem dezvoltarea modelelor incluzive de afaceri?

Companiile

- Crearea capacităților și spațiului pentru inovație
- Dezvoltarea mecanismelor specializate de investiții
- Sporirea implicării comunitare
- Crearea capacităților pentru colaborare
- Angajarea în dialogul asupra politicilor

Guvernul

- Eliminarea constrângerilor în mediul de piață
- Susținere și finanțare pentru modelele incluzive de afaceri
- Consolidarea capacităților instituționale pentru colaborare
- Crearea platformelor de dialog pentru angajarea companiilor

Alții

- Comunitățile se pot organiza pentru ca companiilor să le fie mai ușor să se implice
- ONGle pot facilita implicarea sectorului privat cu comunitățile, guvernele și alte organizații
- Donatorii pot sensibiliza și acorda finanțare

Mai multă informație despre Raport:

www.growinginclusivemarkets.org



Growing Inclusive Markets

Business Works for Development • Development Works for Business

Name, Place, Date