

ÍNDICE

Introducción 11

I. Las empresas transnacionales y la pobreza rentable:
de los *negocios inclusivos* a las alianzas
público-privadas 19

II. El papel de los estados y los organismos públicos
internacionales en la privatización de la cooperación
al desarrollo 61

III. Las relaciones de las ONGD con el «sector privado»:
¿pasar de la confrontación a la colaboración? 107

Epílogo 139

Bibliografía 145

Hay una idea conductora sincera o falsamente común a todos: la idea de que el peor de los males del mundo es la pobreza, y que por tanto la cultura de las clases pobres debe ser sustituida por la cultura de las clases dominantes.

PIER PAOLO PASOLINI

«Los jóvenes infelices», *Cartas luteranas* (1975)

Llévame al otro lado de esta noche,
adonde yo soy tú somos nosotros,
al reino de pronombres enlazados.

OCTAVIO PAZ

Piedra de Sol (1957)

AGRADECIMIENTOS

Este libro se enmarca dentro del trabajo que realiza el Observatorio de Multinacionales en América Latina (OMAL), un proyecto de investigación perteneciente a la Asociación Paz con Dignidad, a quien estamos agradecidos por el apoyo prestado para poder llevarlo a cabo. Queremos también agradecer los comentarios y la revisión del texto que hicieron Luis Nieto Pereira, Juan Hernández Zubizarreta, Erika González, Silvia M. Pérez y María González Reyes.

INTRODUCCIÓN

Convertir a las personas pobres en consumidoras y a la pobreza en un negocio rentable para las grandes corporaciones. Construir un relato que reemplace el ajuste estructural por la lucha contra la pobreza, las privatizaciones por las alianzas público-privadas, las trabajadoras y trabajadores por los emprendedores, la responsabilidad efectiva de las empresas transnacionales por la voluntariedad y la corresponsabilidad de todos los «grupos de interés». Remodelar las estrategias de cooperación al desarrollo para que estas se alineen con las políticas económicas y los intereses comerciales de las compañías multinacionales. Lograr que las organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONGD) vean a las grandes empresas como sus aliadas, pasando de la confrontación al diálogo y de ahí a la colaboración. Asociarse con las agencias de cooperación, los organismos multilaterales y las instituciones financieras para extender la sociedad de consumo a todos los rincones del planeta. Estos son los objetivos fundamentales de las estrategias empresariales que, contando con el apoyo de los gobiernos de los países centrales y los organismos públicos internacionales, están modificando todo el panorama de la cooperación para el desarrollo. Desvelar cómo hemos llegado hasta aquí y los retos que, con todo ello, afrontan las organizaciones solidarias es el objetivo de este libro.

Las escuelas de negocios y los *think tanks* empresariales lo han llamado de muchas maneras: «capitalismo creativo», «globalización

inteligente», «capitalismo consciente», «desarrollo global 2.0». Son diferentes nombres con los que, como dicen sus manuales sobre «innovación social», va tratando de consolidarse «la visión del mercado como solución, y no solo como problema», junto con «la percepción de la empresa como herramienta central de desarrollo, no como agente ajeno y quizás perjudicial». Y son también distintas formas para referirse a ese renovado esquema de hacer negocios que las grandes corporaciones están aplicando en la actualidad: «Un enfoque con el que los gobiernos, las empresas y las organizaciones sin ánimo de lucro trabajen conjuntamente para extender el alcance de las fuerzas del mercado», resume Bill Gates.

Lo que está en discusión es el papel central que en la última década ha venido adquiriendo el «sector privado» —en el lenguaje de la cooperación, este es el eufemismo más habitual para hacer referencia a las empresas transnacionales— como «agente de desarrollo» en las estrategias de la cooperación internacional: «Uno de los actores cuya integración en el sistema de cooperación para el desarrollo es fundamental y supone un reto por su potencial como actor de desarrollo es el sector privado empresarial», leemos en el Plan Director de la Cooperación Española vigente en la actualidad. Y es que, según la concepción dominante en estas políticas, la «lucha contra la pobreza» debería estar protagonizada por los pilares fundamentales del mercado: empresa, competencia, crédito, riesgo. Es la puesta en práctica del *capitalismo inclusivo*: un modelo de negocio basado en la idea de que «de la creación conjunta de un mercado en torno a las necesidades de los pobres puede resultar el alivio de la pobreza» (Prahalad, 2005). Y es el comienzo de una época en la que viviremos profundos cambios en un sector, el de la cooperación al desarrollo, que ya nunca volverá a ser el mismo.

El triángulo del *capitalismo inclusivo*

Sumidos en una crisis económica, ecológica y social como nunca antes había conocido el capitalismo global, asistimos al final

de la «globalización feliz» y de la *belle époque* del neoliberalismo (Fernández Durán, 2011). Pero, mientras tanto, las grandes corporaciones siguen pensando que estamos en unos tiempos en los que «el capital, las ideas, las buenas prácticas y las soluciones se extienden en todas direcciones» y, según el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible,¹ «en vez de ir a la zaga del cambio, las empresas deben encabezar la transformación, haciendo lo que mejor saben hacer: crear soluciones rentables que las personas necesiten y deseen» (WBCSD, 2010). Así las cosas, las apelaciones a la necesidad de avanzar en la «lucha contra la pobreza» solo pretenden, en realidad, consolidar y ampliar un sistema socioeconómico controlado por las compañías multinacionales. Es la era de la *pobreza 2.0*: no se trata de atajar las causas estructurales que promueven las desigualdades sociales, sino de gestionar y rentabilizar la pobreza de acuerdo a los criterios de mercado. Y, para ello, como veremos en el primer capítulo, se están diseñando y aplicando un sinfín de técnicas empresariales: esquemas de negocios en «la base de la pirámide», programas de «alianzas público-privadas», proyectos para el fomento de los «empreendedores sociales» e «innovadoras soluciones de mercado». Con la justificación de que van a servir para erradicar la pobreza y contribuir al «desarrollo» de los sectores más desfavorecidos de la población mundial —esa base de la pirámide económica que conforman dos terceras partes de la humanidad—, todas estas estrategias de *negocios inclusivos* se despliegan con el propósito de incrementar el crecimiento económico y engordar las cuentas de resultados de las empresas transnacionales. «Claro que hay lucha de clases. Pero es mi clase, la de los ricos, la que ha empezado esta lucha. Y vamos ganando», afirmó el multimillonario Warren Buffett.

1. Una plataforma empresarial en la que participan corporaciones como Shell, Unilever, Coca-Cola, BP, Bayer, Suez y Adidas, entre muchas otras, cuyo lema es «ayudando a las compañías a prosperar y a mantener a largo plazo su licencia para operar, innovar y crecer».

Para poder llegar hasta este punto, las grandes corporaciones han tenido que amoldar su discurso para adaptarlo a los conceptos que rigen las políticas de los organismos internacionales. De esta forma, se ha vuelto habitual ver cómo las grandes empresas hacen mención a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), al respeto a los derechos humanos, a la sostenibilidad ambiental y, cómo no, a la «lucha contra la pobreza». Todo ello en el marco de la llamada Responsabilidad Social Corporativa, el renovado paradigma de gestión empresarial que ha sido la base para el aterrizaje del «sector privado» en las políticas de cooperación al desarrollo. Eso sí, tal y como afirma C.K. Prahalad —el autor de referencia sobre los *negocios inclusivos* en «la base de la pirámide»—, todas esas oportunidades de negocio «no pueden aprovecharse si las empresas grandes y pequeñas, los gobiernos, las organizaciones de la sociedad civil, las agencias de desarrollo y los mismos pobres no trabajan unidos, con una agenda compartida». Por eso, para expandirse a ese inmenso mercado potencial que representa la *pobreza 2.0*, las empresas transnacionales han apostado por establecer alianzas con los otros dos vértices que faltan para completar el triángulo del *capitalismo inclusivo*: las instituciones gubernamentales y las ONGD.

En el segundo capítulo analizaremos cómo los principales «donantes» bilaterales y multilaterales dan por hecho que para caminar hacia esa «alianza mundial para el desarrollo», a la que se refiere Naciones Unidas en el octavo de sus ODM, han de contar con la colaboración del «sector privado». Así se ha traducido en los acuerdos alcanzados en las diversas cumbres internacionales sobre desarrollo que se han realizado en la primera década de este siglo,² siempre argumentando la necesidad de financiación privada y de

2 . Entre otras, en las cumbres sobre financiación del desarrollo, como las de Monterrey (2002) y Doha (2008), y en los Foros de Alto Nivel sobre Eficacia de la Ayuda de París (2005), Accra (2008) y Busan (2011).

contar con el *know-how* de la gestión empresarial para mejorar el «impacto» y la «eficacia» de la ayuda. Siguiendo la senda marcada por las principales agencias de cooperación de los países centrales, en la cooperación española también se han creado organismos específicos para el desarrollo de las «alianzas público-privadas», y se han adaptado los mecanismos de financiación para facilitar una mayor incorporación de las compañías con ánimo de lucro. Para la presidenta de la Fundación Entorno, lo que habría que hacer es, en resumidas cuentas, abandonar «los criterios paternalistas que se han mantenido en los últimos años, en los que se contemplaba la cooperación al desarrollo como una ayuda a fondo perdido, en vez de como una oportunidad de negocio para las empresas y como una forma de crear inversión simiente con ‘la base de la pirámide’, que es el principio que debe seguir». Así pues, se va dejando atrás la idea de que la cooperación debería contribuir a la solidaridad de ida y vuelta entre los pueblos para, de este modo, certificar el proceso de mercantilización de la cooperación al desarrollo.

Figura 1. El triángulo del *capitalismo inclusivo*



Fuente: Elaboración propia.

Con objeto de aumentar su legitimación social, «asegurar» sus negocios y disponer de mejores conocimientos «sobre el terreno», las corporaciones transnacionales necesitan contar también con las organizaciones de la «sociedad civil». A su vez, en un contexto marcado por los recortes en los presupuestos públicos de Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD) y por la pérdida de su capacidad de influencia e «incidencia política», las ONGD se enfrentan a un debate decisivo para su propio futuro: ¿cómo debe ser la relación de las organizaciones de desarrollo con las grandes empresas? ¿Colaboración, diálogo, confrontación? ¿Hay que tejer una «alianza contra la pobreza» entre el «sector privado» y el mundo de la cooperación? Lo abordaremos en el tercero de los capítulos del libro.

Una cooperación para el desarrollo, ¿de quién?

En la primavera de 2011, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) abrió, por primera vez en su historia, una convocatoria de «cooperación empresarial para el desarrollo». Pero, a pesar de que se trataba de una línea de financiación específica para empresas y fundaciones empresariales, y aunque representaba un avance muy simbólico a la hora de incorporar al «sector privado» en la arquitectura de la cooperación, no se generó ningún debate al respecto entre las ONGD españolas. Algo más de discusión sí hubo cuando, a finales del mismo año, se conoció la lista de los proyectos aprobados y pudo verse que entre ellos figuraba uno de la Fundación Repsol para el «fortalecimiento de los emprendimientos económicos y sociales de las comunidades en zona de influencia de la operación de Repsol YPF Ecuador en la amazonía ecuatoriana». La Coordinadora de ONGD Españolas en Ecuador envió entonces una carta de protesta al director de la Oficina Técnica de Cooperación de la AECID en el país andino: «Nos resulta inconcebible que entidades privadas con ánimo de lucro puedan considerarse como actores de cooperación e instrumentalizar sus principios para obtener beneficios particulares»,

decían en un texto que sirvió para iniciar una campaña electrónica que demandaba la retirada de las subvenciones a la mayor petrolera privada de América Latina. Pero, en el Estado español, apenas unas cuantas ONGD sumaron sus voces a las de sus contrapartes ecuatorianas. En cualquier caso, el grado del debate fue mucho mayor en esta ocasión que un año antes, cuando se anunció que cuatro organizaciones de desarrollo españolas iban a constituir en Perú una gran «alianza público-privada» de la mano de compañías multinacionales como Telefónica, BBVA y Santillana.

De todos modos, el debate está sobre la mesa. Porque, se quiera o no, los próximos tiempos en la cooperación al desarrollo van a venir marcados por las respuestas que desde las ONGD se dé a preguntas como las siguientes: ¿Tiene sentido que se subvencionen con fondos públicos los intereses privados de las corporaciones transnacionales? ¿Es justo que una empresa que ha sido denunciada por los impactos negativos de sus actividades sea apoyada por una agencia de cooperación? ¿Qué tipo de «desarrollo», y de quién, se está promoviendo de este modo? ¿Se trata de una forma de seguir avanzando hacia la privatización de la cooperación al desarrollo? ¿Tiene lógica que compañías como Coca-Cola, Wal-Mart, BBVA, Repsol o Telefónica, acusadas de haber cometido graves delitos contra los derechos humanos, ambientales, civiles o laborales, sean las encargadas de marcar la agenda de las políticas oficiales de desarrollo? Y, sobre todo, ¿pueden las ONGD trabajar por la defensa del desarrollo humano sellando alianzas con las mismas transnacionales que precisamente vulneran los derechos que lo posibilitan?

Es difícil resistirse a las presiones de las grandes empresas y a la lógica de la mercantilización que hoy se imponen en el mundo de la cooperación al desarrollo. Pero es posible, como con su práctica solidaria lo demuestran algunas ONGD. Para que lo siga siendo y, a la vez, podamos tener más elementos para el debate, hemos escrito este libro.

* * *

Hemos preferido no incluir aquí la mayoría de las fuentes de las que provienen las frases que se citan en el texto, para no ampliar las páginas del libro de manera innecesaria. Únicamente haremos referencia a las publicaciones que se muestran en la bibliografía final. En cualquier caso, para obtener una mayor información o datos más exhaustivos pueden dirigirse al Observatorio de Multinacionales en América Latina (OMAL): www.omal.info.