



BASE DE LA PIRÁMIDE

expok
Comunicación de
RSE y Sustentabilidad

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

5 ¿Por qué hacer negocios con la base de la pirámide en México?

6 Caso de éxito

CAPÍTULO 2

9 ¿En qué gasta la base de la pirámide?

10 Latinoamérica

11 ¿Cómo es la BDP en México?

12 ¿En qué gasta la BDP?

CAPÍTULO 3

15 **¿Qué oportunidades hay para hacer negocios con la BDP?**

16 Sistemas financieros formales

17 Riesgos e imprevistos

18 Tecnologías de la información y comunicación

19 Alimentación de calidad

20 Productos de fácil acceso

CAPÍTULO 1

¿POR QUÉ HACER NEGOCIOS CON LA BASE DE LA PIRÁMIDE EN MÉXICO?

Conoce por qué hay una tendencia de las empresas por hacer negocios con base de la pirámide.

De acuerdo al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 90 millones de personas forman parte de la base de la pirámide (BDP), compuesta por personas con ingresos que no sobrepasan los 10 dólares diarios*, representando una importante oportunidad de negocio en un mercado que constituye 170 mil millones de dólares anuales en México.

Este mercado representa una gran oportunidad de negocio para las empresas que buscan retornos financieros y sociales, beneficiando además el progreso socioeconómico del país y de las comunidades donde se opera. Debido a esto hay una tendencia de las compañías por emprender negocios con este segmento de la población.

Distintas industrias pueden verse beneficiadas con este tipo de negocios. Según información del BID, el principal gasto de la BDP se encuentra en los productos alimenticios, representando el 24% del gasto total. Además, el mercado de vivienda para este sector en México ha crecido un 25% durante la última década, alcanzando los 40 mil millones de dólares anuales.

Estos fueron algunos de los datos que se presentaron en el III Foro Base Internacional, que se llevó a cabo del pasado 29 de junio al 1 de julio 2015, donde distintos expertos en el tema expusieron los retos, tendencias y casos de éxito de empresas desarrolladoras de negocios con la BDP.

CEMEX, PepsiCO y BIMBO son algunas de las empresas en México que participaron activamente en el foro, y que han visto y aprovechado la gran oportunidad que hay en este mercado. Los directivos de estas empresas coinciden en que se deben de desarrollar estrategias para impulsar a la población que se encuentra en este sector y que implican un importante nivel de consumo.

"El negocio no hay que verlo en el corto plazo, la base de la pirámide es la más grande en la región que se puede convertir en una clase media baja." Afirmó el presidente de CEMEX México Juan Romero.

* La BDP se divide en dos grupos: en uno se encuentran quienes viven en situación de pobreza, ganando de 0 a 4 dólares por día; en otro los vulnerables, ganando de 4 a 10 dólares por día.



CASO DE ÉXITO

CEMEX es una de las empresas pioneras en la implementación de negocios inclusivos y con base de la pirámide. Además de ser una de las compañías patrocinadoras de este evento internacional que reunió a más de 1,500 empresas, líderes de opinión, académicos entre otros; compartió su experiencia con el programa Patrimonio Hoy, programa incluido en la lista Change the World, de la revista Fortune.

Crecimientos es la plataforma para la creación, desarrollo y promoción de los modelos de negocios inclusivos y sociales, con el objetivo de resolver problemáticas sociales y ambientales, generando un alto impacto en las comunidades. Dentro de esta plataforma se encuentra Patrimonio Hoy, que es un negocio de CEMEX para la autoconstrucción de viviendas de bajo costo para familias vulnerables. Este negocio ha logrado beneficiar a más de 2 millones de personas pertenecientes a la base de la pirámide durante los últimos 16 años, con un financiamiento por parte de la empresa de 285 millones de dólares.

El modelo prueba ser un caso exitoso de negocio con base de la pirámide que contribuye al desarrollo social, ya que de acuerdo al presidente de la marca, se tiene un 99% de recuperación del crédito; la gente lo paga y logra tener una casa en óptimas condiciones, fundamental para el crecimiento personal.

De esta manera es como los foros internacionales que muestran la visión de expertos de países y organizaciones pueden ser una excelente guía y apoyo para las empresas en México y Latinoamérica que cada vez más buscan implementar este tipo de modelo de negocio.

[Para saber más acerca de los negocios inclusivos y sociales da click aquí](#)



CAPÍTULO 2

¿EN QUÉ GASTA LA BASE DE LA PIRÁMIDE?

¿Cuáles son las principales oportunidades de un mercado tan prometedor como lo es la base de la pirámide?

El mercado de la base de la pirámide (BDP) representa una gran oportunidad de negocios promisorios para empresas y emprendedores. A pesar de ser una tendencia y un mercado con muchas particularidades, existe poca información que defina las características de este sector en particular.

Para poder hacer negocios con la BDP es necesario entender su comportamiento y sus necesidades. Partamos por saber que este sector lo integran personas cuyos ingresos no exceden los 10 dólares al día.



LATINOAMÉRICA

De acuerdo a investigaciones del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en Latinoamérica el 70% de la población forma parte de la BDP, es decir 405 millones de personas. Este sector se divide en dos grupos, los que se encuentran en situación de pobreza y los que son vulnerables; los primeros ganan de 0 a 4 dólares por día y representan el 45% de la base; y los segundos ganan de 4 a 10 dólares representando el restante 55%.

Cuando las personas suben en la BDP mejoran su calidad de vida, esto significa un incremento en sus ingresos y un mayor poder adquisitivo. En la última década el 14% de la gente que se encontraba en situación de pobreza pasó a vivir en situación de vulnerabilidad.

"El mercado de la BDP es un mercado con mucho potencial de negocio y un mercado en expansión. Las proyecciones indican que para el año 2020 los ingresos de la base crecerán mínimo un diez por ciento." Aseguró Viviane Azevedo, especialista de efectividad de desarrollo y conocimiento del BID, en el Foro Base Internacional.

El consumo de una familia promedio perteneciente a la BDP se divide en bienes y servicios básicos, que son la comida, vivienda, transporte, vestimenta, salud y educación; y en bienes discrecionales que son los servicios financieros y tecnologías de la información.

De acuerdo con Viviane Azevedo, cuando las familias tienen un mayor poder adquisitivo gastan más en bienes discrecionales, por eso hay sobre todo una gran oportunidad para los servicios financieros, hipotecarios, tecnológicos y de telefonía celular.

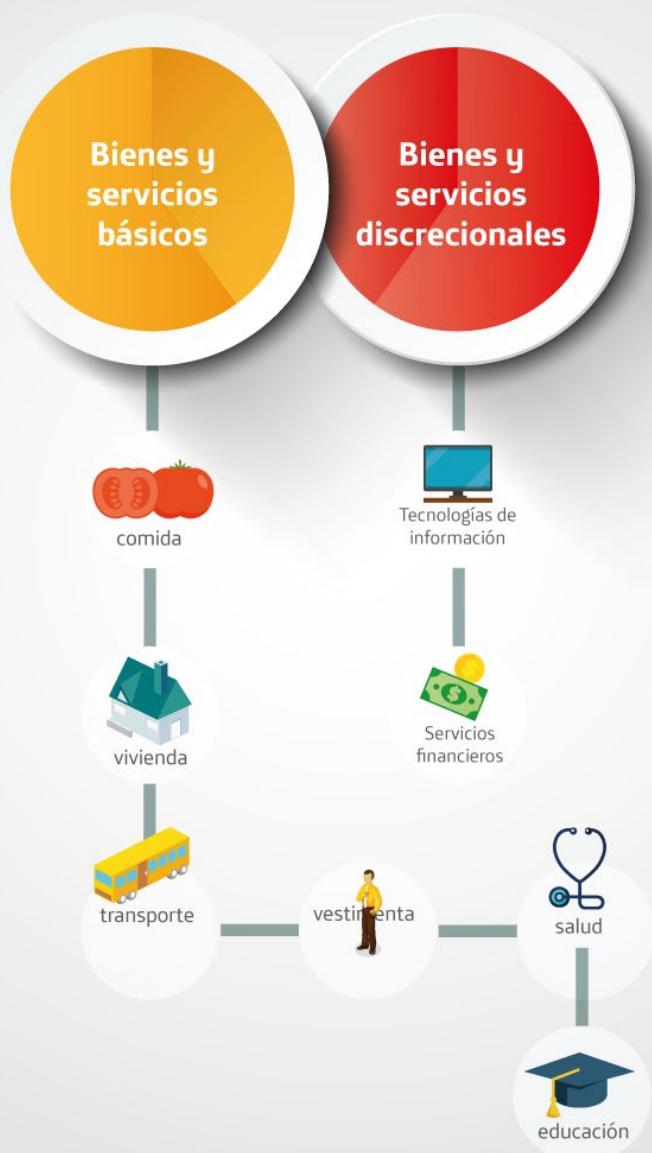


¿CÓMO ES LA BDP EN MÉXICO?

En México las oportunidades en el mercado de la BDP son mayores que el promedio en América Latina y el Caribe. 90 millones de personas componen este sector en el país, es decir el 75% de la población, que es lo equivalente a 170 mil millones de dólares anuales.

El 90% de las familias que forman parte de la base de la pirámide tienen acceso a agua, desagüe y electricidad, el 80% cuenta con teléfono celular, el 11% con computadora, laptop o tableta y el 58% cuenta con vivienda propia.

Consumo familiar promedio



¿EN QUÉ GASTA LA BDP?

El 50% de las personas que mantienen el hogar son trabajadores independientes y están acostumbrados a recibir el ingreso de forma diaria o semanal, por lo que adecúan su consumo a ese flujo económico.

Los ingresos con los que cuentan se ven priorizados un 30.4% en comida, 23.7% en vivienda, 15.7% en servicios discrecionales, 10.6% en transporte, 6.8% en educación, 5.3% en vestimenta, 4.5% en energía, 1.9% salud y 1% en agua.

¿Cómo gasta?



¿Cómo se divide el mercado?

Vivienda



más de **130 mil millones**
de dólares al año

Hipoteca, alquiler,
mejoras en la vivienda,
materiales de construcción

Sector financiero



11 mil millones
de dólares anuales

Tecnologías de la información



25 mil millones
de dólares anuales.

CAPÍTULO 3

¿QUÉ OPORTUNIDADES HAY PARA HACER NEGOCIOS CON LA BASE DE LA PIRÁMIDE?

¿Cómo ingresar al mercado de la BDP?
conoce estas 5 oportunidades

Los negocios con la base de la pirámide van en aumento. Existen empresas como CEMEX, BIMBO, PepsiCo, entre otras, que están desarrollando negocios de gran éxito que contribuyen al desarrollo económico y social de este segmento ¿pero cómo ingresar a este mercado?, ¿cuáles son las oportunidades de negocio?

En el marco del III Foro Base International patrocinado por empresas como Nestlé, CEMEX y Bancolombia; María Lourdes Gallardo Montoya, especialista del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), compartió algunas de las oportunidades que se identifican en este creciente mercado de 750 mil millones de dólares.

En 2014 el BID realizó un estudio en México para conocer y entender mejor el perfil actitudinal y de consumidor de la base de la pirámide (BDP), dividido en 5 sectores: educación, salud, vivienda, tecnologías de la información y comunicación y servicios financieros.

A través del estudio realizado en zonas urbanas entre 3 mil 600 personas, se pudo comprender mejor qué es lo que valora la BDP en la oferta privada de bienes y servicios, qué cualidades busca este segmento de mercado y qué consideraciones deben de tener las empresas a la hora de ofertar; encontrando 5 principales áreas de oportunidad.

1. SISTEMAS FINANCIEROS FORMALES

La BDP en México aún confía sus necesidades financieras a los sistemas informales de crédito y de ahorro, y valora tener su dinero a la vista. El 32% de los encuestados reportaron ahorrar siempre u ocasionalmente; sin embargo el 48% de los que ahorran lo hacen a través de un sistema informal, como tandas o alcancías.

En cuestión a créditos, aproximadamente 30% de las familias reportan haber recurrido a uno durante el último año; de ese total, el 74% que lo hizo a través de un sistema formal, fue mediante una tienda departamental.

En ambos casos existe una oportunidad latente para ofrecer mecanismos formales de financiamiento ¿pero qué es lo que este segmento valora en este tipo de sistemas? La BDP aprecia la disponibilidad del bien o servicio, la simplicidad del producto, el mercadeo y la educación que se le pueda ofrecer al consumidor, y el valor agregado que el producto financiero pueda brindar.



2. RIESGOS E IMPREVISTOS



Aunque los imprevistos se dan en toda la población, la BDP se ve mayormente afectada por los mismos. Debido al alto nivel de solidaridad que existe entre las familias y las comunidades, un imprevisto que ocurre a una persona tiene muchas probabilidades de impactar a más.

Por lo tanto existe una necesidad y una gran oportunidad de ofrecer a la BDP en México, productos y servicios de seguros que los ayuden a hacer frente de una manera más sencilla a los riesgos e imprevistos; sobresaliendo principalmente los productos simples, asequibles y de respuesta rápida.

3. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

En los últimos años este sector es el que más ha crecido en el mercado de la BDP. La oportunidad que hay en este ámbito se encuentra en facilitar el acceso a la conectividad y el desarrollo de aplicaciones que les permitan a las personas adquirir servicios financieros, de educación y salud.

De acuerdo al estudio, el principal acceso a internet de la BDP es por medio de cibercafés, gastando aproximadamente 4 dólares a la semana en este servicio. Sin embargo, son los jóvenes los que recurren al Internet, los jefes de familia no le encuentran una verdadera utilidad; por lo que existe una oportunidad de además de ofrecer servicios de conectividad, ampliar la productividad que los jefes del hogar pueden tener a través de este servicio.



4. ALIMENTACIÓN DE CALIDAD

La BDP en México ha comenzado a priorizar la calidad de alimentación sobre la cantidad. Las campañas de gobierno para lograr una alimentación adecuada y disminuir problemas de obesidad y diabetes están dando resultados; las familias pertenecientes a este segmento ahora prefieren adquirir productos alimenticios de mayor calidad para mejorar su calidad de vida, aunque el costo sea un poco mayor. Esta, además de ser una excelente noticia para el sector salud, es una oportunidad de negocio para la industria alimenticia con productos saludables.



5. PRODUCTOS DE FÁCIL ACCESO

El transporte afecta de manera transversal el acceso de bienes y servicios de otros sectores. A través de grupos focales en México, se sabe que la gente se encuentra preocupada por el costo y la accesibilidad de transporte. Muchas de estas personas incluso pueden dejar de consumir un producto o servicio por el gasto que representa el transporte. Por lo tanto es esencial a la hora de diseñar servicios para la BDP pensar en la accesibilidad del producto para el consumidor.

De acuerdo al BID, el momento para descubrir oportunidades con la BDP es ahora, y para hacerlo es importante recurrir a estrategias, herramientas y datos que facilitarán el acceso a este mercado.



expok

Comunicación de
RSE y Sustentabilidad

Redacción: Pamela Garcidueñas

Diseño: Dulce Herrera