

A blurred photograph of three business professionals walking on a sidewalk. The image is out of focus, emphasizing movement and a fast-paced urban environment. The people are dressed in professional attire, including suits and dresses. The background shows a crosswalk and a building facade.

Posicionando negócios sociais na agenda pública

O caminho a seguir

Posicionando negócios sociais na agenda pública

O caminho a seguir

Posicionando negócios sociais na agenda pública: O caminho a seguir por NESsT com o generoso apoio de Avina, Avina Americas, Fundação Rockefeller e Omidyar Network.

Autores: Gonzalo San Martin com contribuições de Nicole Etchart, Anette Kaminski e Renata Truzzi.

Editora: Nicole Etchart.

Revisão de texto: Magdalena Bastías (espanhol); Anette Kaminski (português).

Tradução: Shamrock Idiomas Ltda. (espanhol e inglês); Fernanda Favaro (português).

Desenho e Diagramação: Jorge Moraga.

Foto Capa: gettyimages

Direitos do Autor 2014 @ NESsT.

Todos os direitos reservados.

ISBN 978-1-930363-38-0

A NESsT promove os direitos sociais, políticos, econômicos e religiosos de todas as pessoas e não discrimina com base em gênero, raça, nacionalidade, incapacidades mentais ou físicas, orientação sexual, nem opiniões ou afiliação política ou religiosa.

Nenhuma parte desta publicação pode ser vendida ou reproduzida para venda. Em caso de usar ou citar o conteúdo desta publicação, favor reconhecer a NESsT como autora e possuidora dos direitos de autor.

Esta publicação contém informação elaborada por fontes externas à NESsT, assim como opiniões baseadas nessa informação. A NESsT procura oferecer informação precisa e opiniões adequadamente fundamentadas, mas isso não significa que a informação e opiniões expostas nessa publicação se encontram livres de erros.



Posicionando negócios sociais na agenda pública

O caminho a seguir

Agradecimentos

Este trabalho não teria sido possível sem o apoio e financiamento da Fundação Avina e Avina Américas, da Fundação Rockefeller, e de Omidyar Network. A eles dedicamos nossos sinceros agradecimentos pelo apoio contínuo ao setor de negócios sociais.

Nosso reconhecimento especial vai, também, para todos aqueles que contribuíram para o desenvolvimento desta pesquisa e documento: Eva Varga, Bill Gardiner, Andrés Iriondo, Cristian López, Francisca Rivero, Jean Paul Lacoste, José Miguel Benavente, Juan Ignacio Latorre, Juan Pablo Larenas, María Ignacia Gómez, María José Montero, Mario Radrigán, Pablo Muñoz, Sebastián Gatica, Sofía Ramírez, Cristian Cancino, Celso Grecco, Aline de Souza, Claudio Cezar Carvalho de Almeida, Marcio Waked, Pedro Genesca, Rita Afonso, Tatiana Fonseca, Roberto Alvarez, José Manuel Melero, Ben Thornley, Rosemary Addis, Peter Holbrook, José Sulbrandt, Paola Posligua, Pablo Prüssing, Emilio Santelices, Juan Carlos Jobet, Rodrigo Sobarzo, Gonzalo Muñoz, Conrad von Igel, Marcus Finco, Krishna Aum de Faria, Adermir Ramos da Silva Filho, Francisco Mazzei, Graziella Maria Comini, Amanda Soldani, Vivianne Naigeborin, Ricardo Campelo, Tanya Andrade, Saulo Faria Almeida Barretto, Ros Mari Zenha, Marcel Fukayama, Silvia Pinheiro, Celia Cruz, Ricardo Abramovay, Mario Aquino e Valdinei Valerio.

Agradecemos, ainda, a equipe da Innova, da Corfo, no Chile, e do Sebrae, no Brasil, pelo seu apoio e compromisso com o empreendedorismo social. Nosso muito obrigado também a Martin Rodriguez, da empresa Feedback, e aos membros de sua equipe: Daniel Jofré, Tomás Pastene e Simón Bugueño, por sua contribuição pro bono à metodologia das oficinas.

Finalmente, agradecemos os negócios sociais de nosso Portfólio por seu grande trabalho e por sua generosidade em nos permitir incluí-los nessa publicação.

Para mais informações, visite:

<http://www.nesst.org/portfolio/>

<http://www.nesst.org/portfolio/exits/portfolio-exits/>



Prólogo

Posicionando negócios sociais na agenda pública: O caminho a seguir é uma importante contribuição para um diálogo global focado em realizar o potencial do nosso tempo para alcançar o progresso em algumas das questões mais prementes enfrentadas pelas sociedades.

Através do meu trabalho como estrategista de inovação social e investimentos, venho testemunhando grandes mudanças sistêmicas em todo o mundo que afetam o modo como pensamos sobre as questões sociais e o agir responsável. Mudanças que mudam o foco de saber se podemos resolver alguns dos problemas mais arraigados para a forma como vamos enfrentar até mesmo os aspectos mais difíceis da mitigação da pobreza e desenvolvimento sustentável. Mudanças na forma como os diferentes atores da sociedade trabalham uns com os outros. Mudanças que nos focalizam cada vez mais no que está sendo alcançado - na medida em que cada resultado positivo é obtido por aqueles a quem os programas sociais são destinados. Tão marcadas são estas tendências, que alguns especialistas já as chamam de “revolução das soluções”.*

Soluções de negócios sociais são uma característica importante do que está emergindo. Em alguns países, elas estão se desenvolvendo a partir das raízes no empreendedorismo comunitário e das tradições da economia social, com uma história rica que encontrou uma expressão nova - ou renovada - no ambiente atual. Em outras áreas os mecanismos de mercado estão sendo utilizados para desenvolver abordagens inovadoras no sentido de produzir benefícios sociais e combater questões sociais. Muitos profissionais inspiradores estão na

vanguarda deste trabalho. Alguns trabalham no cenário global e outros nas bases da comunidade. O que eles têm em comum é a coragem, energia, propósito e direção.

Os negócios sociais podem ser identificados em todo o espectro de questões e atividades sociais, culturais e ambientais, em áreas tão variadas como as artes, cuidados a idosos, desenvolvimento comunitário, educação, emprego, saúde, gestão ambiental, agricultura sustentável, energia renovável, justiça, habitação e desenvolvimento internacional. Eles estão conseguindo novas oportunidades de formação para os jovens, caminhos para sair da pobreza com empregos sustentáveis de qualidade, mais e melhores moradias, melhoria da saúde e dos resultados educacionais, e novas instalações e serviços que atendam às necessidades da comunidade.

Como outras formas de empreendimento, a capacidade de desenvolver e escalar estas organizações e iniciativas é impactada por seu contexto, incluindo o ambiente político e regulatório. Elas têm necessidades em comum com uma série de outras empresas e empresários: demandas de assistência especializada para transformar a expressão de suas ideias em negócios robustos e sustentáveis e modelos operacionais; necessidades de financiamento em condições adequadas para as suas necessidades operacionais e estágio de desenvolvimento. Ao contrário de outras empresas, elas também enfrentam desafios de design para alcançar e medir os seus objetivos sociais.

Este Manual revela a paisagem dinâmica de como essas mudanças globais e o surgimento de

.....
* Eggers W & Macmillan P (2013) The Solution Revolution

negócios sociais estão se manifestando em dois países, Chile e Brasil. É um estudo criterioso e pragmático do potencial local informado pelos temas comuns e contrastantes em ambos os países e no contexto global mais amplo. Ele mapeia a estrada que há pela frente, com indicações práticas do caminho a seguir, e adverte sobre onde a estrada ainda não está pavimentada uniformemente.

A ênfase na política destaca a importância do ambiente necessário para encorajar e habilitar os negócios sociais. Reconhece o jogo - importante e legítimo - dos governos no desenvolvimento de novas abordagens para lidar com as questões sociais. Isto inclui seu papel como regulador e legislador; e a oportunidade de explorar uma gama de instrumentos políticos a fim de criar incentivos para a ação e desincentivos para o dano, removendo barreiras desnecessárias para promover a participação mais ampla das empresas e permitindo que estendam seu alcance e impacto nas comunidades. O papel identificado para o governo como catalisador e agregador de recursos para acelerar o desenvolvimento é crítico e a experiência internacional reforça o impacto positivo que pode ser alcançado ao assumirem esse papel de liderança.

Outros pontos destacam a importância das soluções dos negócios sociais para o governo consistentes com o momento do desenvolvimento global. Isto inclui o potencial para transformar a forma como alguns serviços são contratados e entregues, e para promover a eficácia e a contabilidade dos resultados. Além disso, verifica-se o potencial por respostas inovadoras desenvolvidas “na e com” a comunidade para tratar de questões sociais arraigadas que desafiam a solução via políticas, e que contribuem para preencher o crescente espaço entre necessidade e demanda por serviços,

bem como o que os governos, sozinhos, podem proporcionar.

Embora a política seja o tema central, o trabalho também reconhece que o desenvolvimento do potencial do negócio social é uma questão multi-stakeholder. Contar apenas com o governo não será o suficiente para os atores, e neste sentido abordagens inovadoras para questões sociais podem abrir potencial a uma nova geração de parcerias para a criação de valor social e econômico.

Este Manual dá uma importante contribuição para o diálogo sobre o que pode, e talvez deva, acontecer para desenvolver o potencial do negócio social no Chile e no Brasil. Isso abre uma janela para o mundo aos desenvolvimentos em curso no continente sulamericano e reforça os temas centrais comuns nesta área emergente. Mas o impacto deste trabalho não será limitado a estas regiões. Ele será um ótimo complemento para o aprendizado aplicado e os formadores de opinião, do qual uma gama de outras regiões e atores poderão se beneficiar e testar em suas circunstâncias locais, e contribuirá para o desenvolvimento da compreensão e prática globalmente.

Rosemary Addis
Diretora Executiva
Impact Strategist



Negócios Sociais: 1- Casa Panchita (Peru), 2- Coanil (Chile), 3- Magrini (Perú), 4- SOS Dental (Brasil), 5- Texsal (Equador).

Conteúdos

| | | | |
|---|-----------|---|-----------|
| Introdução | 11 | Conclusões e recomendações finais | 94 |
| Sobre a pesquisa | 13 | Bibliografia | 96 |
| Desenvolvimento da pesquisa | 13 | | |
| Limitações da pesquisa | 14 | Anexos | 97 |
| Antecedentes gerais | 16 | Anexo 1: Alguns marcos teóricos para avaliar os casos de programas e políticas públicas | 97 |
| Negócios sociais: definições e importância | 16 | Anexo 2: Negócios sociais e desenvolvimento da primeira infância no Brasil | 99 |
| Políticas Públicas: o ingresso da Economia Social e Solidária na agenda política | 17 | Índice de quadros | |
| Identificando oportunidades para as políticas públicas em cada país | 19 | Quadro 1 - Austrália: Cinco exemplos de apoio em etapas iniciais | 21 |
| Resultados gerais | 22 | Quadro 2 - Portugal e o desenvolvimento de políticas públicas para a economia social | 25 |
| Descobertas e modelo geral de posicionamento | 22 | Quadro 3 - Senegal e a experiência de envolver os stakeholders | 28 |
| Desafios Particulares Observados | 29 | Quadro 4 - Os títulos de impacto social | 32 |
| Recomendações Gerais Sobre o Posicionamento | 33 | Quadro 5 - Fundo de investimento e preparação de contratos | 33 |
| Resultados específicos para Chile e Brasil | 37 | Quadro 6 - Experiências em nível central e local | 35 |
| Posicionamento atual do setor | 37 | Quadro 7 - Experiências de agenda pública e setorial | 36 |
| Chile | 38 | Quadro 8 - Dois exemplos de desenvolvimento de entidade legal | 36 |
| Brasil | 42 | Quadro 9 - Programa Formação para o Trabalho (Sence) | 39 |
| Existe um papel para as políticas públicas na promoção dos negócios sociais? | 43 | Quadro 10 - Fundo de investimento em negócios sociais, Reino Unido | 52 |
| Chile | 44 | Quadro 11 - A experiência de Medellín e a política pública de economia solidária | 53 |
| Brasil | 45 | Quadro 12 - Programa de Inovação e Empreendimento Social (Pies), Corfo | 58 |
| Situação dos elementos que contribuem para o desenvolvimento de negócios sociais | 47 | Quadro 13 - Incores: um negócio social incubado pela NESsT inspirado na Lei de Aprendizagem | 65 |
| Definição do conceito de negócio social | 47 | Quadro 14 - Fundação Dorina Nowill Para Cegos: um negócio social incubado pela NESsT | 68 |
| Identificação de necessidades para desenvolver e/OU fomentar os negócios sociais | 50 | Quadro 15 - A Europa e uma rede de formuladores de políticas para os negócios sociais | 76 |
| Casos, políticas e experiências de referência | 57 | Quadro 16 - Mesa redonda sobre negócios sociais com o Sebrae | 80 |
| Discussão permanente com <i>stakeholders</i> | 75 | Quadro 17 - Ontário, Canadá, e sua estratégia para os negócios sociais | 82 |
| Estratégia de posicionamento do setor | 81 | Quadro 18 - Bristol, Reino Unido, cidade de negócios sociais | 84 |
| A oportunidade das compras públicas | 88 | Quadro 19 - Lei de Valor Social (Social Value Act), Reino Unido | 89 |



Introdução

Com cada vez mais frequência é possível observar o importante papel e contribuição que os negócios sociais desempenham na resolução, de uma forma sustentável e através de mecanismos de mercado, de problemas sociais complexos que vão desde o desemprego entre jovens em situação de risco até o desenvolvimento econômico local ou cuidados ambientais, somente para citar alguns.

Não há dúvida de que o setor de negócios sociais está em pleno crescimento e desenvolvimento em países como Austrália e Reino Unido onde, no caso deste último, ele responde por 55 bilhões de libras para a economia (cerca de 92 bilhões de dólares) e mais de 2 milhões de empregos, e isto acompanhado por um crescente interesse em aprofundar em políticas públicas que promovam o seu desenvolvimento. Por outro lado, nos países em desenvolvimento, os negócios sociais vivem seus estágios iniciais como um setor e buscam conquistar um espaço na economia e na sociedade em um contexto marcado pela falta de visibilidade e de posicionamento na agenda pública e política.

Tem sido demonstrado que os atuais modelos e enfoques de políticas públicas não têm sido capazes de resolver problemas sociais como a desigualdade ou a falta de oportunidades para determinados grupos da sociedade. Nem os recursos públicos, nem a filantropia, nem as iniciativas do setor privado são suficientes para gerar soluções para estes problemas complexos e cuja demanda está em constante aumento. No entanto, os negócios sociais oferecem respostas a diversas problemáticas sociais por meio de soluções híbridas que utilizam as forças de mercado em sua formulação, estratégias cujo uso aumentou nas duas últimas décadas em muitos países devido à sua proximidade com a comunidade afetada. Geralmente, os negócios sociais introduzem

*Negócio Social Sănătate
Dulce de Agapis (Romênia).*

novos produtos ou serviços no mercado e geram demanda por criar consciência sobre o problema que desejam atacar, seja ele desemprego, pobreza, falta de serviços públicos ou problemas ambientais, entre muitos outros.

Graças a políticas públicas promovidas fortemente por governos, os negócios sociais têm sido capazes de se desenvolver com maior firmeza na Europa. Estima-se que a economia social envolveria mais de 11 milhões de pessoas, cerca de 6% da força de trabalho ativa. Assim, a União Europeia a vê como um modelo que oferece um elevado potencial para responder aos desafios, particularmente aos altos níveis de desemprego, e que permite fazer com que a Europa seja mais competitiva no mercado mundial, bem como socialmente mais inclusiva e ambientalmente mais sustentável. A América Latina está ficando para trás nesse aspecto, mas tudo parece indicar que o Estado pode desempenhar um papel importante na sua promoção para gerar os benefícios que prometem.

O presente documento é resultado de um esforço para promover uma maneira diferente de abordar os problemas sociais e responde ao interesse de pesquisar, entender, documentar e disseminar boas práticas de políticas para os negócios sociais, com a aspiração de contribuir para o desenvolvimento do setor no Chile e no Brasil. Seu propósito é promover o desenvolvimento deste novo tipo de empresas que procuram combinar a rentabilidade financeira com a social, sendo este um argumento poderoso para atrair o interesse de distintos atores.

Por outro lado, este trabalho não pretende ser definitivo nem estático, mas atuar como promotor das discussões que devem ocorrer entre os diferentes atores, em particular, buscando entusiasmar o setor público de forma mais ampla, em todos os seus níveis, tendo como norte a solução de problemas que afligem nossas sociedades em desenvolvimento.

Sobre a pesquisa

Além de revelar a falta de posicionamento dos negócios sociais na agenda pública e política, este trabalho apresenta antecedentes, experiências e casos que oferecem ideias e recomendações de especialistas, bem como a oportunidade de avançar mais rápido e adiantar discussões que resultem em políticas favoráveis a estas soluções e ao impacto desejado.

Finalmente, embora as recomendações se apliquem, em princípio, de maneira específica para a realidade do Chile e do Brasil, elas podem ser em boa medida extrapoladas para contextos de países e setores similares, particularmente aqueles em que os negócios sociais ainda precisam ser posicionados na agenda pública.

A partir dos resultados obtidos em uma pesquisa da NESsT em 2013, que gerou a publicação *Social Enterprise in Emerging Market Countries: No Free Ride (Negócios sociais em economias emergentes: nada é grátis)*, surgiu a necessidade de realizar um novo projeto de pesquisa que buscasse explorar com mais profundidade o papel das políticas públicas no desenvolvimento de negócios de impacto ou sociais.

Este trabalho contou com o apoio da Fundação Avina, Avina Américas, Omidyar Network, Rockefeller, como um dos projetos vencedores do *Latin American Impact Economy Innovations Fund (IEIF)*.



Oficinas com líderes do setor, organizadas como parte da pesquisa. Fotografias 1 e 2, em Brasília nos escritórios da Rede Pró Aprendiziz. Fotografia 3: no Chile no escritório da Corfo.

Desenvolvimento da pesquisa

Com o espírito de contribuir para que os negócios sociais se constituam no Chile e no Brasil como um setor com atributos específicos dentro do mundo associativo, documentamos e disseminamos as melhores práticas e experiências de políticas públicas em nível internacional, assim como analisamos contextos de oportunidade para novas políticas.

A primeira parte desta pesquisa centrou-se principalmente na consulta de fontes secundárias, tanto publicações como sites de organizações e do governo, com o objetivo principal de limitar o escopo do projeto para as definições de negócio social ou de impacto mais usadas ou reconhecidas. Ao mesmo tempo, a consulta de fontes secundárias permitiu a construção de um marco teórico para organizar os casos de políticas públicas a selecionar de acordo com as necessidades e as barreiras que existem tanto no Chile e como no Brasil.

Importantes fontes de informação para esta etapa foram as recentes publicações da Insight e da Schwab Foundation dado o propósito da NESsT de utilizar e aprofundar trabalhos existentes que gerem valor adicional para o setor dos

negócios sociais. Este trabalho permitiu orientar o desenvolvimento de questionários que exploram as lições e aprendizagens que a implementação de programas e políticas podem trazer.

As necessidades e barreiras que os negócios sociais experimentam em seu processo de desenvolvimento foram estudadas a partir de pesquisas anteriores da NESsT, de estudos de terceiros no Chile e no Brasil, como o relatório sobre inovação social elaborado pela Escola de Administração da Pontifícia Universidade Católica do Chile para o Ministério da Economia do país, e o estudo *Motores da Prosperidade*, da ANDE,¹ além das conclusões emanadas no Fórum Mundial de Negócios Sociais, organizado pela NESsT no Rio de Janeiro em outubro de 2012.

A identificação de programas e políticas públicas, tanto na América Latina e quanto na Europa e nos EUA, que abordem as principais necessidades

¹ A ANDE (Rede Aspen de Desenvolvimento de Empreendedores) é uma rede global de organizações que impulsionam o empreendedorismo em mercados emergentes. Membros da ANDE prestam serviços financeiros, educacionais e de suporte ao negócio críticos para negócios pequenos e em crescimento (SGBs) com base na convicção de que as SGBs vão criar empregos, estimular o crescimento econômico de longo prazo, e produzir benefícios ambientais e sociais. Em seu Relatório de Impacto 2012, *Motores da Prosperidade*, a ANDE define negócios pequenos e em crescimento como chave para o desenvolvimento global.

Surgiu a necessidade de se realizar um novo projeto de pesquisa para explorar em mais profundidade o papel das políticas públicas no desenvolvimento dos negócios sociais ou de impacto.

identificadas no Chile e no Brasil foi conseguida mediante o uso de fontes secundárias e de pesquisa indireta, sendo esta última derivada da falta de institucionalidade dos negócios sociais no Chile e no Brasil. Assim, pensou-se em programas existentes que, tendo sido projetados para outros fins, pudessem, após pequenas modificações, promover oportunidades para os negócios sociais.

Sobre o uso de fontes primárias, por meio de entrevistas semi-estruturadas foram coletadas as opiniões de 35 especialistas do Chile e do Brasil com conhecimento dos negócios sociais e do desenvolvimento de políticas públicas. Além disso, a NESsT teve acesso a informações em “primeira mão” relevantes durante seu papel ativo como orador na Conferência Anual de Investimento de Impacto 2013, organizada pela *Impact Investing Policy Collaborative (IIPC)*, em Oxford e Londres, Reino Unido. A NESsT foi um dos 30 convidados entre representantes do setor público e pesquisadores de mais de 15 países.

Para o estudo do caso do Brasil, a equipe da NESsT no país participa de um novo espaço para a conversa sobre negócios sociais que permite contribuir para o desenvolvimento do setor, além de identificar casos, atores relevantes e potenciais membros de uma rede de formuladores de políticas para o campo. Este espaço de trocas está sendo liderado pelo Sebrae, entidade pública que apoia o desenvolvimento da micro e pequena empresa e que é parceiro da NESsT nesta pesquisa.

Quanto ao Chile, a NESsT, junto com outros atores relevantes, participa de oficinas e outros espaços do ecossistema de negócios sociais, o que tem permitido a ampliação da rede de contatos e o avanço das discussões, atuando como uma espécie de *pre-focus group* de caráter indireto (organizado por terceiros).

Depois de entrevistar especialistas no Chile e no Brasil, foi realizada em cada país uma oficina onde foram discutidos temas centrais pontuados nas entrevistas, com temas como definição de negócio social, necessidade e oportunidade par promover uma entidade legal específica, e diferentes oportunidades e estratégias de posicionamento dos negócios sociais na agenda pública e política. Essas atividades foram planejadas com o apoio *pro bono* da empresa chilena *Feedback*, dedicada a estudos e pesquisas de opinião.

As conclusões de todas as etapas descritas acima compreendem o conteúdo do presente documento.

Limitações da pesquisa

As limitações do presente trabalho têm origem na dinâmica do setor e nos antecedentes que surgem todos os meses, tanto em nível local quanto internacional, derivados da implementação de novas práticas ou provenientes de vários grupos de discussão. Este aspecto cria o desafio de produzir informação final ou de consenso, o que em muitos casos ainda está em processo de elaboração.

O objetivo tem sido, então, gerar um arcabouço teórico que possa utilizar o trabalho já realizado por terceiros e limitar o escopo da pesquisa, evitando assim trabalhar com demasiadas

variáveis e dimensões que impeçam dar profundidade e valor às recomendações.

Em ambos os países, a inexistência de um quadro institucional para os negócios sociais implica na falta de reconhecimento formal, ausência de definição legal, carência por um órgão regulador que concentre informações, e uma baixa produção de pesquisa acadêmica. Estas condições dificultam a busca de informações e a identificação das melhores práticas para os negócios sociais, o que, por sua vez, justifica ainda mais a presente investigação.

Este documento traz referências, experiências e casos, num total de 34 vindos de todo o mundo, e apresenta oportunidades específicas para o Chile e o Brasil. Embora esses casos confirmem apenas uma amostra de um universo muito maior de experiências (que, como tal, é praticamente impossível de ser reunido em um só estudo), eles oferecem importantes lições e ideias para formuladores de políticas.

Dia do Negócio Social, Chile 2013: Peter Holbrook da Social Enterprise UK.

Tanto no Chile como no Brasil, a inexistência de um quadro institucional para os negócios sociais implica na falta de reconhecimento formal, ausência de definição legal, carência por um órgão regulador que concentre informações, e uma baixa produção de pesquisa acadêmica.



Antecedentes gerais

Negócios sociais: definições e importância

Existem muitas definições de empresa social,^{2,3} assim como há também termos análogos, como “negócio social”, utilizado principalmente no Brasil,⁴ ou “quarto setor”. Existe ainda uma ampla gama de tipos de organizações que vêm sendo adotadas pelos negócios sociais para se estabelecerem em todo o mundo, fatores estes que dificultam comparações internacionais.⁵

Neste documento, entende-se por negócios sociais todas aquelas empresas que resolvem problemas sociais críticos de forma sustentável, definição cunhada no trabalho de Etchart y Comolli (2013), e cujos achados inspiraram a presente pesquisa. De acordo com aquela publicação, os negócios sociais possuem relevância porque criam e vendem produtos ou serviços destinados a melhorar a qualidade de vida das pessoas com poucos recursos ou que vivem em condições desfavoráveis, ao mesmo tempo em que geram um retorno financeiro capaz de tornar suas atividades sustentáveis, e isto os diferencia tanto dos negócios tradicionais com fins de lucro quanto das organizações sem fins lucrativos.

Os lucros dos negócios sociais são em sua maioria ou em sua totalidade reinvestidos, este último no caso de negócios sociais sem fins lucrativos, o que permite desenvolver e fazer crescer a empresa e seu impacto. Além disso, essas

empresas se envolvem em uma série de atividades de desenvolvimento comunitário, emprego, educação, conservação e proteção ambiental, serviços financeiros, saúde e direitos universais. Também têm foco em uma gama diversificada de comunidades excluídas ou marginalizadas, como grupos de jovens e mães em situação de risco, minorias étnicas e sexuais, pessoas com deficiência, pequenos produtores e artesãos, e a comunidade de baixa renda em geral. Um aspecto a considerar, no entanto, é a suposição de que os negócios sociais têm potencial para responder a qualquer necessidade da sociedade, o que seria um erro.

A Comissão Europeia⁶ declarou que trabalhar com negócios sociais e promover o seu desenvolvimento pode resultar em benefícios de longo prazo para os orçamentos fiscais por meio da redução dos gastos públicos e do aumento da arrecadação de impostos, em comparação com outros métodos para resolver problemas sociais. Por causa de suas raízes e conhecimentos locais, que andam de mãos dadas com a missão social explicitada, os negócios sociais seriam frequentemente mais eficazes em alcançar objetivos públicos comparativamente ao que podem fazer os atores puramente públicos ou privados.

Como já foi dito e será visto nos resultados, embora não haja consenso sobre uma definição única para o negócio social, tanto no Chile e

quanto no Brasil foram recolhidas definições alinhadas com a utilizada no presente documento. Assim, por exemplo, da avaliação do setor feita pela NESsT Brasil (2013), a definição que mais parece unir critérios é a de “negócios desenvolvidos na lógica do mercado tradicional, de geração de lucro e sustentabilidade financeira, mas com foco em gerar impacto social positivo na sociedade”.

No caso do Chile, um estudo da Escola de Administração da Pontifícia Universidade Católica do Chile (2012) sobre inovação social no país propõe uma definição funcional do negócio social, entendido como “organização cujo propósito principal e determinante na tomada de decisões é a criação de valor para a sociedade a partir da comercialização de bens e serviços, com autonomia de gestão e combinando diversos mecanismos econômicos e administrativos que lhe outorguem sustentabilidade econômica”.

Como complemento, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) define negócios sociais como “qualquer atividade privada gerida em interesse público, organizada mediante uma estratégia empresarial, mas cujo propósito principal não é a maximização dos lucros mas o cumprimento de certas metas econômicas e sociais, e as quais têm a capacidade de trazer soluções inovadoras a problemas de exclusão social e do desemprego” (Comissão Europeia, 2013).

Para a Comissão Europeia, os negócios sociais são identificados, em geral, com base em uma série de critérios comuns independentes da forma jurídica: produção e venda permanente de produtos ou serviços, alto grau de autonomia, nível significativo de risco econômico, quantidade

mínima de trabalho remunerado, distribuição limitada de lucros, ser uma iniciativa lançada por um grupo de *stakeholders*, processo de tomada de decisões não baseado na propriedade, ter uma natureza participativa que inclua os afetados pela atividade e um objetivo explícito de beneficiar a comunidade. Estes critérios devem ser vistos e aplicados de forma flexível.

Como referência adicional a respeito dos marcos regulatórios que existem no Chile e no Brasil, para um dos tipos de negócio social há informação mais detalhada disponível nos “Guias Legais” produzidos pela NESsT em 2012 e 2013, respectivamente para cada país. O tipo de negócio social coberto nestes casos é aquele nascido de organizações da sociedade civil e sem fins lucrativos. O segundo capítulo do trabalho Etchart e Comolli (2013) apresenta um resumo dos guias legais, e pode ser consultado na seção *NESsT Legal Series*⁷ na internet.

Políticas públicas: o ingresso da economia social e solidária na agenda política

Uma análise recente de perspectivas e desafios da economia social e solidária na América do Sul como política de inclusão social indica que os Estados nacionais vivem uma transição para uma nova geração de modelos de intervenção de políticas sociais (Castelao e Srnc, em Chaves e Demoustier, 2013). Esta abordagem é baseada em uma “evidente inabilidade do Estado para abordar a pobreza, a desigualdade e o desemprego que causou a organização e mobilização da sociedade civil”. A nova forma

2 Etchart, N. y Comolli, L. (2013). *Social Enterprise in Emerging Market Countries: No Free Ride*. Nova Iorque, Palgrave Macmillan.

3 Escola de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Chile (2012). *La Innovación Social en Chile y el Rol del Estado en su Desarrollo*. Santiago.

4 Em este documento, a terminologia padrão no Brasil “negócio social” foi utilizada sempre que possível na ocorrência dos termos “empresa social” ou “empreendimento social”, utilizados no original em espanhol.

5 Comissão Europeia (2013). *Policy Brief on Social Entrepreneurship*, Luxemburgo.

6 Comissão Europeia e OCDE (2013). *Policy Brief on Social Entrepreneurship: Entrepreneurial Activities in Europe*. Luxemburgo.

7 <http://www.nesst.org/thoughtleadership/bestpractices/>

Na América Latina, a origem da falta de apoio e de políticas públicas que favoreçam os negócios sociais poderia estar na falta de reconhecimento do valor social e do potencial de economia no gasto público que essas organizações geram.

de organizar a economia gira em torno de novas organizações que se enquadram na definição de negócio social (e suas diversas formas) e que crescem na América do Sul, pleiteando o reconhecimento e a participação dos recursos que o Estado aloca para o setor privado.

A implementação de políticas que criam um ecossistema favorável para os negócios sociais, não apenas pensando nas fases iniciais (*start-up*), mas também nas fases seguintes, é fundamental se espera-se que essas empresas explorem seu potencial. Por recomendação da Comissão Europeia (2013), essas políticas devem se concentrar em promover negócios sociais, construir marcos legais, fiscais e regulatórios, proporcionar financiamento adequado, oferecer serviços de desenvolvimento de negócios e estruturas de apoio, facilitar o acesso a mercados e apoiar a pesquisa dentro do setor. Todas essas recomendações são coerentes com as necessidades observadas por Etchart e Comolli (2013) na América do Sul, e pela Escola de Administração da PUC do Chile (2012).

Os avanços mais significativos na América do Sul são observados no Equador e na Bolívia, países que valorizaram a economia social e que a reconheceram legalmente ao ponto de incorporá-la em suas Constituições. Estes progressos parecem estar ligados a uma forte

presença e relacionamento com as comunidades indígenas ou com movimentos sociais próximos aos governos. A questão é se uma estreita relação com os grupos sociais organizados é uma condição para que tal reconhecimento do setor se manifeste.

De acordo com a classificação de Castelao e Srnec (em Chaves e Demoustier, 2013), a abordagem pública da economia social, no Chile, é do tipo tradicional, onde o cooperativismo é o ator principal e o papel de outros atores é praticamente ignorado. Neste enfoque, as intervenções públicas são mais no sentido da regulação, sem dar espaço para outros mecanismos de participação em uma economia social.

O Brasil, por sua vez, experimenta uma dupla abordagem que considera mais a economia social, mas que também a discrimina via regulamentação. Sendo mais ampla ao adicionar, às tradicionais cooperativas, as organizações mutuais, se distingue desta forma dos outros atores da economia social também através da regulação. Contudo, o Brasil ofereceria um contexto mais favorável do que o observado no Chile a partir do momento que reconhece e regulamenta a economia solidária com a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária em 2003, órgão que executa o Programa Economia Solidária em Desenvolvimento. Não há regulamentação, no entanto, para outros tipos de negócios sociais que não sejam cooperativas ou associações comunitárias.

Atualmente, no Brasil, há um movimento articulado de gestores públicos que promove o intercâmbio e o fortalecimento das políticas públicas para a economia solidária. Por sua parte, o Ministério do Trabalho e Emprego já está há uma década trabalhando sobre estes conceitos sem chegar a se referir aos negócios sociais. Não

se observa diálogo com o governo federal sobre o tema dos negócios sociais.

Castelao e Srnec (em Chaves e Demoustier, 2013) dão conta de que, em geral, as organizações da região não tiveram a possibilidade de participar da elaboração de políticas para o setor e que os programas analisados não promovem a união ou interação dos atores da economia social, algo fundamental para o fortalecimento dos negócios sociais. Este é, precisamente, um dos desafios: que os atores possam se organizar e se estabelecer como interlocutores, a fim de adaptar as políticas novas ou já existentes às novas realidades.

Embora existam argumentos que nascem da forma como uma sociedade se organiza, a principal razão para a promoção de políticas públicas de apoio aos negócios sociais parece residir na ideia de que seria possível alcançar metas sociais, como a redução do desemprego e o desenvolvimento econômico, de uma maneira mais eficiente e otimizando gastos públicos. De acordo com a Comissão Europeia, os benefícios gerados por negócios sociais são aumentados quando há políticas públicas adequadas.

Identificando oportunidades para as políticas públicas em cada país

De acordo com a NESsT, existem cerca de 30 oportunidades para criar um entorno mais favorável para os negócios sociais na América Latina. No entanto, se identifica um pequeno grupo de ideias fundamentais a considerar se o propósito é fazer decolar o setor (NESsT, 2013).

Um dos pontos diz respeito à necessidade de um marco regulatório adequado para

o negócio social, reconhecendo-se, porém, que o caminho para gerá-lo pode ser longo e cansativo. Relacionado a este ponto está a necessidade de contar com uma definição de negócio social razoavelmente consensuada que permita avançar em questões legais, evitando que terminemos enredados em tal discussão. Em vez de concentrar esforços nesse marco regulatório, a conclusão sugere colocar mais ênfase na criação de incentivos e desenvolvimento de políticas que gerem, por si mesmas, novas oportunidades para os negócios sociais e seu impacto a partir de hoje e durante os próximos cinco anos.

Na América Latina, a origem da falta de apoio e de políticas públicas que favoreçam os negócios sociais poderia estar na falta de reconhecimento do valor social e do potencial de economia no gasto público que essas organizações geram. Assim, a oportunidade de implementar essas políticas em países como Chile e Brasil existe e parte de conhecer e aproveitar a experiência de países mais desenvolvidos, além das tendências globais que apoiam o crescimento dos negócios sociais nesses mesmos países. A transferência e adaptação de boas práticas torna-se o coração dessas oportunidades, considerando a linguagem e os contextos locais para garantir o sucesso dessas adaptações.

O relatório *Impact Investing: A Framework for Policy Design and Analysis*, produzido pela Insight (Thornley, 2011) aponta que determinar onde estão as falhas de mercado e identificar maneiras adequadas pelas quais uma política pode intervir em problemas sociais são duas questões fundamentais para o desenvolvimento e avaliação de políticas de apoio. Neste caso, a observação feita para o investimento de impacto aplica-se perfeitamente ao setor de negócios sociais, muitas vezes destinatários destes investimentos. Isto confirma a importância de dedicar espaço para compreender o contexto e as necessidades de cada país.

No Chile, há evidências de que as iniciativas de empreendedorismo social e inovação ocorram em um ambiente complexo, enquanto o país atravessa um momento oportuno para a construção de uma agenda pública em torno da inovação e do empreendedorismo social, segundo a Escola de Administração da PUC (2012), momento este que deve ser aproveitado. O mesmo documento faz uma série de recomendações que incluem ações de curto e médio prazo e justificam em boa medida o enfoque deste estudo, cujo resultado mostra a necessidade de um trabalho de posicionamento do setor na agenda pública e política para preparar o terreno para implementar essas recomendações.

No caso do Brasil, o diagnóstico de setor realizado pela NESST e publicado em 2013 assinala também várias aspectos que justificam explorar o papel das políticas públicas para promover os negócios sociais. Concretamente, reporta-se a falta de incentivos governamentais para os negócios sociais, bem como a ausência de uma política nacional de apoio ao desenvolvimento local. Os programas de geração de emprego e renda existentes não alcançam os objetivos de desenvolvimento local porque favorecem majoritariamente enfoques paternalistas. O setor público tende a apoiar e a se unir aos setores que já são fortes na economia, como os bancos as agências de desenvolvimento rural, logística, distribuição de energia e comunicações. Assim, a expectativa é que a criação de um ministério para micro e pequenas empresas também possa propiciar políticas para os negócios sociais. Finalmente, é evidente a necessidade de *networking* para fortalecer o discurso do setor e, assim, influenciar a política

pública, assunto que este relatório aborda de maneira específica.

O caso do negócio social *Tem Quem Queira*,⁸ dedicado a dar oportunidades e ajudar a gerar renda a quem necessite por meio da produção de acessórios fabricados com materiais de publicidade reutilizados é um bom exemplo do tipo das barreiras criadas pela falta de políticas públicas no Brasil para essas empresas. Sua fundadora, Adriana Grinner, conta que não poderia constituir a organização legalmente como uma empresa, mas somente como uma organização não-governamental sem fins lucrativos pois não poderia empregar mão de obra de pessoas em privação de liberdade. De acordo com a lei brasileira, o Estado é responsável pela população carcerária no país e, portanto, apenas o formato de organização sem fins lucrativos caberia neste caso, uma vez que as empresas não podem assinar convênios com o governo. Ou seja, *Tem Quem Queira* funciona sob a impressão de que o governo brasileiro lhe “fez um favor”, permitindo que sua existência jurídica sob a figura de organização.

Finalmente, se é para gerar uma estratégia focalizada em favorecer o surgimento e crescimento das negócios sociais, a evidência indica que esse foco deveria ser posto nos estágios iniciais de desenvolvimento (*early stage*). É nesta etapa que os programas e políticas públicas podem realizar uma enorme contribuição ao desenvolvimento de um fluxo saudável de novos negócios sociais, e é onde existem menos mecanismos de apoio vindos do setor privado. Apenas como exemplo, o Quadro 1 mostra algumas iniciativas que provaram ser valiosas nessa fase.

8 <http://www.temquemqueira.org.br/>

QUADRO 1 - AUSTRÁLIA: CINCO EXEMPLOS DE APOIO EM ETAPAS INICIAIS⁹

Em março de 2013, o Departamento de Educação, Emprego e Relações Laborais do governo da Austrália desenvolveu e publicou o documento *Impact Australia: Investment for social e economic benefit* afim de entender e difundir o papel do investimento de impacto no contexto australiano.

Sendo as primeiras etapas de um negócio as mais complexas de superar, os apoios disponíveis são fundamentais para ajudar a construir o setor de negócios sociais. Como parte dos exemplos mencionados estão cinco iniciativas relacionadas ao apoio que se pode oferecer nas etapas iniciais de desenvolvimento. Estas iniciativas são:

1. O **Centro Australiano Para a Inovação Social** (TACSI, sigla em inglês), que cumpre o propósito de juntar expertises de distintos setores para abordar um tema social em particular. Assim, o desafio “Ideias Audazes - Melhores Vidas”, implementado pelo TACSI, gerou um fundo de 1 milhão de dólares em capital semente para os projetos sociais inovadores selecionados nascidos na comunidade.
2. O programa **Negócios Indígenas Austrália** (IBA, sigla em inglês) promove e incentiva a independência econômica da comunidade indígena daquele país. O programa lançou recentemente um fundo de 1 milhão de dólares para melhorar e preparar as empresas desenvolvidas por comunidades indígenas para receber investimento.
3. A iniciativa **Pequenos Gigantes** investe ativamente em pequenos negócios que agregam valor à sociedade e ao meio ambiente utilizando modelos de negócios sustentáveis. Esta iniciativa se envolve também no apoio e mentoria a empreendedores que combinam a disciplina de negócios com sólidos resultados sociais e ambientais.
4. A organização sem fins lucrativos **Negociantes Sociais** (*Social Traders*) apoia a criação de negócios sociais viáveis na Austrália. Um de seus programas seleciona um pequeno número de empresas para que recebam apoio no planejamento e mentoria, além de contribuir com 10 mil dólares em financiamento para esta etapa inicial. Ao final do programa, os negócios sociais têm a oportunidade de apresentar sua proposta de negócios perante uma banca de potenciais investidores.
5. A organização sem fins lucrativos **Empreendimentos Sociais Austrália** (*Social Ventures Australia* - SVA), criada por outras quatro organizações sem fins de lucro para investir na transformação social através de sócios inovadores, proporciona financiamento e apoio estratégico a negócios sociais com alto potencial. Suas atividades incluem *hubs* de negócios sociais, recomendação de financiamento sob medida segundo os objetivos sociais e acesso a financiamento através de seu próprio fundo de investimento de impacto.

9 http://docs.employment.gov.au/system/files/doc/other/impact-australia_nov_2013_2.pdf

Resultados gerais

Uma análise de casos sobre as políticas para intensificar a inovação social, conduzida pela Schwab (2013), confirma que, embora as políticas não sejam a única solução para fortalecer esse setor emergente, elas podem desempenhar um papel catalisador na efetiva mobilização de recursos para construir um sistema de apoio que assegure a entrega de mais benefício público.

Por outro lado, o que se observa em vários países é que o surgimento de políticas que promovem a economia solidária e os negócios sociais se mostra bastante diverso, tanto em termos de amplitude do que considera seu campo de ação quanto em níveis de participação e instrumentos utilizados. Assim, “o surgimento de novas políticas públicas se mantém relativamente fragmentado, como frequentemente são as organizações, e limitado a uma visão parcial do setor em termos das formas e modos de participação e desenvolvimento das empresas” (Chaves e Demoustier, 2013).

Descobertas e modelo geral de posicionamento

Um ambiente favorável à inovação social e à subsequente criação de negócios sociais poderia ser assinalado por uma série de características que, de acordo com Schwab (2013), seguiriam uma tendência. Ele incluiria fatores como menores gastos públicos, maior ênfase em intervenções baseadas em evidências, uma maior consciência dos investidores sobre os desafios sociais e ambientais, além de uma nova geração de empreendedores sociais talentosos que extrapolam os limites com soluções disruptivas para os problemas da sociedade. Isto, combinado com uma maior abertura para o diálogo e experimentação entre os setores, cria janelas de oportunidades.

Bernier e Turgeon, no recente trabalho de Chávez e Demoustier (2013), apresentou a oportunidade para a geração de políticas públicas em termos de “abertura de uma janela política”, para a qual devem existir as seguintes condições:

1. Problemas socioeconômicos claros que capturem a atenção dos formuladores de políticas, problemas estes que devem ser reconhecidos e visíveis em termos sociais e políticos. A existência de indicadores e dados estatísticos é essencial. Do mesmo modo, um evento como uma crise ou desastre de algum tipo pode agir como um catalisador, assumindo que as políticas existentes provaram ser ineficientes para resolver o problema.
2. Políticas previamente existentes a partir das quais se possa eleger potenciais soluções a implementar em resposta aos problemas identificados. A solução via política pública deverá ser técnica e politicamente viável.
3. Fatores políticos referidos como “uma constelação ideal de forças políticas” que façam com que a política pública proposta possa ser levada adiante com sucesso. Essas forças podem incluir a opinião pública, os partidos políticos, algum líder de governo, ou a existência de um diálogo social sobre o assunto.
4. A existência de “empreendedores de políticas”, entendidos como indivíduos ou organizações com vínculos com os setores público e privado com vontade política para impulsionar a concretização de uma alternativa de política pública.
5. A forma como um problema ou proposta entra na agenda política determina em grande parte as estratégias de ação pública a serem adotadas, a natureza dos agentes ou grupos de interesse que participam do processo

político, e a subsequente categoria da política implementada.

Os antecedentes, recursos disponíveis e a opinião de especialistas internacionais coincidem ao considerar uma série de elementos para promover o desenvolvimento de negócios sociais em países onde o setor ainda é incipiente. O objetivo final de contar com esses elementos é adiantar discussões mediante o uso de casos relevantes de posicionamento e apoio a

negócios sociais de modo a encurtar o processo em países como o Chile e o Brasil e, por fim, em qualquer país que ofereça contextos e estágios de desenvolvimento do setor de negócios sociais similares.

Para facilitar o diagnóstico do setor em nível país, apresentamos um modelo de organização e apresentação dos elementos identificados como necessários para avançar no desenvolvimento de negócios sociais:

FIGURA 1
MARCO GERAL DE POSICIONAMENTO DO NEGÓCIO SOCIAL NA AGENDA PÚBLICA E POLÍTICA



O surgimento de políticas que promovem a economia solidária e os negócios sociais se mostra bastante diverso, tanto em termos de amplitude do que considera seu campo de ação quanto em níveis de participação e instrumentos utilizados.

1. Definição do conceito de negócio

social ou de impacto. Com a clareza de que uma definição única ainda não foi alcançada nem mesmo em países onde o setor está bem desenvolvido, é essencial entrar em acordo sobre os elementos que devem estar presentes de maneira parcial ou total em tal definição. Por outro lado, é importante manter a flexibilidade deste conceito em uma etapa tão inicial de desenvolvimento do setor. A existência de uma definição é importante para começar a desenvolver políticas de apoio, no entanto, uma opinião transversal a respeito do tema dá conta de que se deve evitar focalizar demais na definição, uma vez que existe um risco disto limitar a discussão

2. Identificação de necessidades claras.

Os negócios sociais são um meio e não um fim em si mesmos, e por isso, no processo de posicionar o setor nas agendas pública e política

é fundamental identificar as suas necessidades. Em primeiro lugar, estariam as necessidades que o país enfrenta, que sejam de interesse para o desenvolvimento de negócios sociais. Depois, as necessidades constituídas pelas barreiras enfrentadas pelos negócios sociais para se desenvolver, crescer e ganhar escala. Este segundo grupo de necessidades pode ser atendido por meio de políticas públicas, uma vez que seja gerada adesão da sociedade ao setor por seu potencial de resolver os problemas que a afligem.

Alguns exemplos específicos de posicionamento encontram-se no Reino Unido, onde a discussão concentrou-se na disponibilidade de capital, na reforma do setor público e em privatizações. Lá, o plano de austeridade atuou como agente motivador e a reforma do setor público como impulsor, resultando, entre outras coisas, na prestação de serviços públicos por sociedades mutuais.^{10,11} No caso dos EUA, a conversa foi mais ampla e dirigida a questões de sustentabilidade empresarial, criação de emprego, inserção no mercado de trabalho, entre outras. Tal como mostrado no Quadro 2 - Portugal e o desenvolvimento de políticas públicas para a economia social, cada país deveria mostrar seu próprio contexto dentro do qual cabe a clara identificação de problemas socioeconômicos, que sob este perfil, representariam uma condição para que se abra uma janela política.

10 As mutuais são organizações que deixaram de pertencer ao setor público, mas que continuam a prestar serviços públicos. São controladas pelos empregados, que desempenham um papel significativo em sua operação (<https://www.gov.uk/government/get-involved/take-part/start-a-public-service-mutual>).

11 As mutuais, no Chile, são organizações sem fins lucrativos, o seguro social contra acidentes de trabalho e doenças laborais, em conformidade com as disposições da Lei n° 16.744 (<http://www.asociaciondemutuales.cl/wp-content/uploads/2012/03/2851.pdf>).

QUADRO 2 - PORTUGAL E O DESENVOLVIMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A ECONOMIA SOCIAL (Leite, J. em Chaves y Demoustier, 2013).

Um programa de governo foi escrito com o intuito de “reforçar o papel da economia solidária” em reconhecimento às organizações cidadãs que intencionam combinar critérios de eficiência com a geração de bens públicos considerados críticos (saúde, educação, moradia, etc.), uma simbiose de economia de mercado com preocupações sociais. O objetivo foi gerar Alianças Público-Sociais estruturadas em cinco pilares:

1. Redução do déficit público mediante contratos com organizações da economia social que garantiriam eficiência no gasto público.
2. Luta contra o desemprego mediante a promoção de microcrédito ou cooperativas de trabalho.
3. Desenvolvimento de organizações mutuais.
4. No nível das políticas de desenvolvimento regional, uso de organizações locais e regionais, particularmente na área de desenvolvimento rural.
5. Promoção do movimento cooperativo em políticas de moradia.

O programa foi implementado através de medidas como transformar o Instituto Público de Cooperativas em uma nova organização que se encarregasse dos desafios da economia social, tal como outros países da União Europeia fizeram para enfrentar o novo paradigma de desenvolvimento econômico e social.

A nova organização foi criada no ano de 2009 sob a figura de uma cooperativa de interesse público que reúne o Estado com a Confederação Nacional de Cooperativas, o grêmio das sociedades mutuais, uma associação de organizações religiosas, a Confederação Nacional de Associações Solidárias e uma associação nacional de desenvolvimento. O objetivo foi fortalecer política, econômica e institucionalmente os setores cooperativo e social, dando-lhes mais visibilidade e capacidade operacional.

A nova instituição chamada Cases administra o Programa para o Desenvolvimento da Economia Social com uma linha de crédito subsidiada de 15 milhões de euros (21 milhões de dólares americanos, aproximadamente). A Cases também está a cargo do Conselho Nacional de Economia Social (criado em 2010), que é presidido pelo primeiro-ministro e inclui outros ministros e representantes de outros setores. O conselho está discutindo a revisão das leis que tocam a economia solidária na perspectiva de harmonizá-las.

Portugal mostra os esforços necessários para reunir todos os atores da economia social, no sentido de desenvolver um plano que reconheça a importância de seu papel na próxima década.

3. Menu de casos, políticas e experiências de referência.

Há centenas de políticas que influenciam direta ou indiretamente o desenvolvimento de negócios sociais, medidas que vão desde criar um ambiente favorável para a sua criação até facilitar o fluxo de recursos e de capitais que lhes permitam crescer. Cada um terá objetivos distintos operando em diferentes mercados e contextos nacionais, e talvez muitos deles tocarão os negócios sociais como uma consequência não intencional.

Em estágios iniciais de desenvolvimento do setor são fundamentais as experiências de posicionamento do tema nas agendas pública e política, de acordo com as já descritas outras condições necessárias para a abertura da “janela política”. A oportunidade de oferecer experiências e lições de casos implementados em outros países ou de políticas existentes contextualizadas ao mundo dos negócios sociais resultará importante para o trabalho de convencimento das autoridades ou líderes. Assim, os casos deveriam ser utilizados como meio de provar aquilo é possível observar como uma clara tendência global emergente: “Os governos estão experimentando maneiras de utilizar a capacidade das empresas que se movem por uma missão para criar bem público” (Schwab, 2013). Dado que as políticas para o desenvolvimento deste novo setor são relativamente recentes, a avaliação do seu desempenho se vê limitada.

Estreitamente ligada às necessidades e barreiras, cada realidade nacional pressupõe o interesse de apresentar uma combinação diferente de experiências e casos que podem ter diferentes implicações. Por exemplo, a definição de onde será alocada a coordenação de esforços de um governo ou setor que pretende potencializar com tais políticas (saúde, emprego, desenvolvimento econômico, etc.). Da mesma maneira, o funcionamento institucional particular de um

país poderia demandar, por parte dos legisladores e formuladores de políticas, experiências promovidas pelos governos locais ou central. Até mesmo a combinação da disponibilidade de financiamento com o nível de desenvolvimento do setor de negócios sociais poderia demandar casos mais específicos.

De acordo com o relatório da Schwab (2013) sobre inovação social, articular um marco teórico sobre políticas realistas e críveis que um governo pudesse adotar tem o potencial de converter o empreendimento social em uma grande força de inovação. Assim, como parte dos casos e experiências, será valioso incluir o uso de marcos de referência que facilitem a classificação das políticas de apoio existentes e que respaldem e validem os esforços de promoção de tais políticas, permitindo uma visualização clara do seu âmbito e impacto dentro do setor de negócios sociais. Os marcos encontrados na revisão de antecedentes servem bem a esse propósito porque foram desenvolvidos especificamente para este setor (um guia de políticas para escalar a inovação social e o marco de política para promover o investimento de impacto), o que por si só contribuiria para os esforços de promoção de visibilidade do setor em um país (ver Anexo 2).

4. Discussão permanente com stakeholders.

Um dos elementos fundamentais e que aparece de maneira permanente em etapas iniciais de desenvolvimento dos negócios sociais em países mais avançados é a importância de gerar um grupo coeso e diversificado de atores e em termos de representação (negócios sociais, universidades, setor público, ONGs, investidores, sociedade civil, etc.). Os negócios sociais permeiam muitos setores e indústrias, de maneira que um governo pode desempenhar um papel importante em quebrar barreiras e isolamentos que impedem a articulação, a geração de ideias e sua difusão. Da mesma forma, salienta a

importância de um atuar inclusivo que permita o diálogo com todas as posições e correntes de opinião, assim como o valor da articulação de uma rede que discuta permanentemente o desenvolvimento e a implementação de políticas adequadas segundo a evolução das necessidades do setor. O Quadro 3 - Senegal e a experiência de envolver os *stakeholders* mostra uma experiência a respeito.

Incluir os negócios sociais na agenda política é um processo que sempre envolve muitos grupos de interesse e que leva tempo para familiarizar as pessoas com seus processos e definições. Por esta razão, a recomendação é adotar um enfoque amplo, idealmente com a participação precoce e ativa do setor público, e cultivar a conversa em torno de temas de interesse social específicos.



Negócio Social Relmu Witral (Chile).

*Abaixo: Negócio Social Fruit of Care (Hungria).
Foto tirada por Zsuzsa Teglas.*



QUADRO 3 - SENEGAL E A EXPERIÊNCIA DE ENVOLVER OS STAKEHOLDERS

O presente abstrato foi retirado do caso *The Impact Investing Working Group of the Presidential Investment Council, Senegal*, descrito em profundidade em *Breaking the Binary: Policy Guide to Scaling Social Innovation* (Schwab, 2013).

No ano de 2002 foi criado o Conselho Presidencial de Investimento (CPI), entidade responsável por identificar e encarregar-se das restrições que enfrentam os negócios em Senegal. Seus objetivos são aumentar o investimento do setor privado, contribuir ao crescimento econômico sustentável e reduzir a pobreza.

O CPI relaciona-se com investidores nacionais e internacionais, com formuladores de políticas e empreendedores para formular e implementar reformas nas políticas. Os membros do CPI se reúnem anualmente para avaliar o progresso e discutir temas específicos relacionados ao desenvolvimento do setor privado de Senegal.

Em 2011, na décima reunião do conselho, mais de 400 convidados de diferentes setores se reuniram para um dia de diálogo e intercâmbio de opiniões e ideias acerca da pergunta: “*Que reformas poderiam fortalecer o impacto social do investimento privado?*”. Como consequência desta reunião criou-se o Grupo de Trabalho para o Investimento de Impacto, com a finalidade de propor reformas que aumentem as oportunidades para o investimento de impacto e o empreendimento social em Senegal.

As lições extraídas deste processo incluem:

- Desenvolver um entendimento comum de conceitos-chaves para gerar um ponto de partida na discussão com os distintos *stakeholders*.
- Atrair os meios de comunicação e gerar oportunidade de relações públicas para incorporar o negócio social no diálogo público nacional.
- Identificar a estrutura organizacional adequada que facilite o intercâmbio de ideias e incorpore diversas perspectivas.

5. Estratégia de posicionamento do setor.

Corresponde ao desenho, implementação e revisão de uma estratégia que consiga posicionar os negócios sociais no centro do debate público e político como um veículo para ajudar a resolver problemas da sociedade. Neste ponto deveriam convergir harmonicamente os demais elementos. Sem uma definição de negócio social, por exemplo, dificilmente seu posicionamento será alcançado. A estratégia será mais sólida tanto quanto possa incorporar os casos e experiências adequadas às necessidades específicas de cada realidade, e será completa na medida em que os *stakeholders* estejam incluídos, seja como parte ativa ou como grupos para monitorar e/ou manter-se informados. Este trabalho deseja oferecer os primeiros elementos dessa estratégia de promoção e posicionamento dos negócios sociais para o Chile e o Brasil, os quais permitam estimular a articulação de atores e formuladores de políticas interessados em um setor de negócios sociais mais forte.

O posicionamento dos negócios sociais na agenda pública e política é fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas nesta área. O melhor exemplo de posicionamento está no Reino Unido, onde a mais alta autoridade, o primeiro-ministro, dá respaldo ao setor em seus discursos públicos e promove o desenvolvimento de políticas de apoio. Por outro lado, no mesmo país, existem vários esforços complementares para atingir esse posicionamento, como, por exemplo, a recente criação de uma plataforma chamada Intercâmbio Global de Aprendizagem sobre Investimento de Impacto Social (*Global Learning Exchange on Social Impact Investing – GLE*).¹² Ela nasce

com a finalidade de conectar pessoas, compartilhar ideias e recursos em temas diretamente relacionadas com o apoio a negócios sociais.

É importante criar tais comunidades para gerar consciência e conhecimento. Algumas opiniões de especialistas sugerem que o fortalecimento do setor e a criação de um público-alvo são tão importantes quanto o desenvolvimento de uma política de apoio. A recomendação seria encontrar iniciativas simples e concretas para somar mais pessoas, exemplo que pode ser encontrado na Austrália. No estudo *Impact Australia: Investment for social and economic benefit*,¹³ o governo faz uma chamada pública para a ação lançando mão de ferramentas que mostram como implementá-la e os passos necessários para unir atividades ao redor do desenvolvimento de boas práticas, a fim de não deixar passar oportunidades. O chamado para a ação está organizado em dois pontos que inspiram uma série de ações recomendadas para fazer crescer o setor de negócios sociais no país. Em primeiro lugar, aprender, participar e se conectar para começar a moldar uma agenda de fortalecimento do setor, para depois desenvolver uma agenda concreta e coletiva para a ação.

Desafios particulares observados

Paralelamente, tem sido possível registrar alguns desafios particulares observados durante o processo de desenvolvimento de políticas públicas para os negócios sociais:

12 <http://gle.iipcollaborative.org/>

13 http://apo.org.au/sites/default/files/docs/impact_australia_2013.pdf

– **O ovo ou a galinha?** O desenvolvimento de políticas para fortalecer os negócios sociais de alguma maneira representa este dilema no sentido de não ficar evidente o que deve existir primeiro, se uma massa crítica de negócios sociais que demandem políticas de apoio ou políticas públicas que promovam a criação de um setor de negócios sociais. Provavelmente existem experiências para cada caso, e não uma resposta única.

– **Negócios sociais e investimento de impacto.** A conversa sobre os negócios sociais e sobre o financiamento e investimento de impacto geralmente se confundem. Portanto, é essencial uma definição clara de cada um deles uma vez que as correspondentes políticas de apoio são diferentes entre si. Embora haja complementaridade e sobreposição, estas não são 100%. Assim, pode haver uma política de investimento de impacto que não gere financiamento para os negócios sociais como pode igualmente existir políticas que não correspondam a financiamento. A sobreposição das duas políticas poderia ser a inovação social, de modo que ambos resultem importantes para a inovação. A recomendação é que os formuladores de políticas devem ter clareza sobre isto.

Quanto ao acesso ao financiamento, os especialistas recomendam a abundante literatura a respeito em termos de políticas de acesso a financiamento e preparação para receber investimento, particularmente documentos da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). Alguma atenção deve ser posta aqui, dado que nem sempre se trata de promover algo diferente, mas de cuidar para que os governos que empregam políticas para promover investimentos o façam mirando os problemas sociais. A opinião expressa é que os líderes políticos não estão indo na direção onde ninguém se aventurou antes.

– **Acesso ao financiamento.** A preocupação com o financiamento para os negócios sociais parece ser bastante recorrente em todos os países onde existem informações. Seja em países como o Reino Unido, onde o setor é mais forte ou, por exemplo, na Austrália, onde o setor avança bastante em seu desenvolvimento, as barreiras de acesso ao financiamento são semelhantes aos observados localmente no Brasil e no Chile. Estas barreiras são: falta de preparação para receber investimento; escassas oportunidades de financiamento voltadas para as demandas dos negócios sociais; e ausência de uma oferta diversificada de capital, com resultados mensuráveis. Um exemplo específico dessas barreiras foi observado pela *Social Enterprise UK*, que afirma que nem sempre os negócios sociais querem ou podem receber capital dos investidores, seja porque já possuem outras fontes de financiamento, seja porque não querem compartilhar sua governança ou porque o marco regulatório não permite que certas entidades legais (como as de interesse comunitário - *Community Interest Company*) entreguem retorno financeiro. Assim, fica colocada a inquietude de saber se as necessidades e/ou os fatores que os condicionam são ou não são tão diferentes, dependendo do contexto de cada país.

– **O enfoque do governo central versus o governo local.** Existem experiências e oportunidades de desenvolver políticas que nascem em diferentes níveis do setor público. Um exemplo vem do governo federal dos EUA, que destinou fundos para implementar Títulos de Impacto Social (*Social Impact Bonds*), os quais representam um incentivo aos estados e governos locais para resolver seus problemas sociais¹⁴

¹⁴ <http://www.americanprogress.org/issues/economy/news/2012/11/05/43834/new-york-city-and-massachusetts-to-launch-the-first-social-impact-bond-programs-in-the-united-states/>

(ver Quadro 4). Um exemplo em nível local é a estratégia de 2013 que a província de Ontário, no Canadá, lançou para o negócio social, com um investimento de 25 milhões de dólares para o período de 2013-2016, o que torna este país líder do setor na América do Norte (ver Quadro 17). Outros exemplos podem ser encontrados em Londres ou em pequenos municípios da Austrália, ainda que, aparentemente, nem tudo foi documentado. Na opinião de especialistas, as oportunidades dependerão de contextos locais no tocante a quem controla as políticas e o financiamento público.

Não é evidente o que deve existir primeiro, se uma massa crítica de negócios sociais que demandem políticas de apoio ou políticas públicas que promovam a criação de um setor de negócios sociais.



Fórum Mundial de Negócios Sociais 2012 (Rio de Janeiro).
Fotografias tiradas pelo negócio social Bem TV.



QUADRO 4 - OS TÍTULOS DE IMPACTO SOCIAL

O presente abstrato foi extraído do caso *Social Benefit Bonds*, da Austrália, descrito em profundidade em *Breaking the Binary: Policy Guide to Scaling Social Innovation* (Schwab, 2013).

Os Títulos de Impacto Social (BIS), conhecidos na Austrália como *Social Benefit Bonds*, tiveram seu início, na realidade, no Reino Unido. Os BIS são um contrato no qual investidores privados proporcionam capital a negócios sociais ou a organizações sem fins de lucro com o propósito de alcançar os objetivos traçados. O governo concorda em pagar aos investidores dependendo do cumprimento de certas metas sociais previamente acordadas. Por meio deste modelo associativo, os BIS buscam gerar economias ao governo e grandes oportunidades para os negócios sociais. Desde a primeira experiência no Reino Unido, no ano de 2010, o modelo tem servido de inspiração para Estados Unidos, União Europeia, Canadá e Austrália, entre outros.

Especificamente na Austrália, um estudo de factibilidade para os BIS em Nova Gales do Sul realizado em 2011 identificou diferenças nas condições favoráveis para sua implementação. Se o modelo original considera pagar os investidores apenas mediante o cumprimento das metas, a recomendação para Nova Gales do Sul foi fazer a oportunidade mais atrativa para os investidores locais garantindo algum retorno, já que eles não mostraram as mesmas motivações filantrópicas que seus pares do Reino Unido.

A primeira experiência, anunciada em março de 2013, consistiu em um contrato do governo de Nova Gales do Sul com a *UnitingCare Burnside* para ajudar a financiar a expansão de um exitoso programa de ajuda a famílias com crianças em abrigos. Se o programa da *UnitingCare Burnside* mostrar o desempenho esperado, reduzirá o gasto do governo em aproximadamente 83 milhões de dólares. Quando o BIS foi anunciado, o encarregado do Tesouro de Nova Gales do Sul indicava que “não somente estamos recorrendo a uma nova fonte de financiamento mediante a associação com investidores sociais, mas temos o potencial para criar melhores resultados sociais enquanto se gera uma economia de custos para o governo de NSW e resultados para os investidores”. A *UnitingCare Burnside* trabalhou com a *Social Ventures Australia*, sócio selecionado para atrair e vincular-se com os investidores de modo a estruturar o título de aproximadamente 7,3 milhões de dólares, incluindo a garantia de recuperar até 75% do capital investido.

As lições deste mostram o que é necessário para adaptar e reaplicar esta política, proporcionando detalhes para os formuladores de políticas em outros países. O documento sugerem que tais lições incl- Inclinar-se pela simplicidade, mas reconhecer que muitas vezes “o diabo mora nos detalhes”.

- Definir metas diferentes, de maneira contínua, criando oportunidades para a revisão.
- Reconhecer os riscos associados a ser o pioneiro.

Recomendações gerais sobre o posicionamento

No Chile e no Brasil, dado que os negócios sociais como um setor estão em um estágio inicial de desenvolvimento, as recomendações de políticas se concentram no apoio à criação de uma infraestrutura intermediária. Aparentemente, o custo associado ao desenvolvimento de intermediários é alto, mas necessário. Nesse estágio do processo, muitos acreditam que os intermediários são tão importantes, se não mais, do que contar com o apoio de líderes políticos ou políticos de grande visibilidade. A experiência da Corfo, no Chile, e seu Programa de Inovação e Empreendimento Social (descrito adiante) vai precisamente nessa direção. Depois, apresentamos um tipo de apoio por políticas mais sofisticadas, como a criação de fundos da *Big Society* no Reino Unido.

Uma das experiências que poderiam ser avaliadas para ser adaptada no Chile e no Brasil é o Fundo de Inovação Social (*Social Innovation Fund*) dos EUA. Aqui o convite é aos intermediários para que complementem os recursos públicos para apoiar o desenvolvimento da inovação social, onde - após a implementação - se definem os critérios para entregar esse apoio. Esta experiência está localizada mais perto da filantropia e do financiamento de projetos, mas destaca o caráter empreendedor e de transparência do enfoque.

Outra recomendação feita foi a política de preparação para o investimento e participação em contratos, do Reino Unido, descrita a seguir no Quadro 5.

QUADRO 5 - FUNDO DE INVESTIMENTO E PREPARAÇÃO PARA CONTRATOS

O presente texto é um abstrato do caso *The Investment and Contract Readiness Fund, UK*, descrito em profundidade em *Breaking the Binary: Policy Guide to Scaling Social Innovation* (Schwab, 2013).

Na categoria de políticas para preparar empresas para o crescimento, este **fundo de investimento e preparação para contratos** de 10 milhões de libras (16,6 milhões de dólares aproximadamente) de 3 anos de duração foi lançado em 2012 com o propósito de proporcionar apoio a negócios sociais, equipando-lhes para assegurar o recebimento de novas formas de investimento e para competir melhor por contratos de serviços públicos.

A experiência deste fundo traz lições importantes aos formuladores de políticas que vêm olhando para este modelo do Reino Unido. Tais lições incluem:

- Desenvolver intermediários junto com o desenvolvimento de negócios sociais.
- Criar oportunidades para atrair e vincular formalmente todo tipo de *stakeholder*.
- Compreender que a disponibilidade de recursos para implementar uma política irá influir o desenho da mesma.

No Chile e no Brasil, dado que os negócios sociais como um setor estão em um estágio inicial de desenvolvimento, as recomendações de políticas se concentram no apoio à criação de uma infraestrutura intermediária.

É possível recolher outras recomendações para o posicionamento dos negócios sociais, algumas no sentido da formulação de políticas específicas, enquanto outras confirmando a importância de trabalhar pelas condições adequadas para o desenvolvimento do setor. Algumas destas ideias são:

- Somar a comunidade empresarial do setor privado ao desenvolvimento dos negócios sociais através de tutoria. Nesta linha, a *Startup America*¹⁵ consegue envolver grandes corporações, com assessoria *pro bono* de especialistas. Registra-se a opinião de que uma medida assim poderia ser politicamente atraente, pelo que resulta essencial conhecer o pulso político no momento de desenvolver ideias deste tipo.
- Não pode estar fora de uma estratégia os chamados aspectos de implementação das políticas e, para isso, é necessário que os diferentes grupos de interesse trabalhem juntos.
- O subsídio público e da filantropia têm um papel muito importante nos estágios iniciais de desenvolvimento do setor e, portanto, em seu potencial de crescimento.
- Os modelos que classificam as políticas que promovem o setor de negócios sociais

podem ser úteis uma vez que o potencial de gerar impacto e resolver problemas sociais é posicionado na agenda pública e política. Este é o momento justo para estudar quais políticas públicas poderiam ser desenvolvidas segundo a realidade local.

Os resultados mostram a necessidade de aprofundar em dilemas que facilitem o posicionamento dos negócios sociais na agenda pública e política. Estes são:

- Governo central *versus* governo local (ver Quadro 6).
- Enfoque transversal ou setorial no setor público (ver Quadro 7).
- Necessidade de contar com uma entidade legal para os negócios sociais ou avançar com o marco legal atual (ver Quadro 8).



Negócio Social Ingenimed (Peru).

15 *Start-Up America* é uma iniciativa da Casa Branca, sede do governo dos EUA, lançada em janeiro de 2001 e projetada para celebrar, inspirar e acelerar o crescimento do empreendedorismo no país (<http://www.whitehouse.gov/economy/business/startup-america>).

QUADRO 6 - EXPERIÊNCIAS EM NÍVEL CENTRAL E LOCAL

O desenvolvimento de políticas públicas para os negócios sociais é um tema que pode ser abordado em nível de governo central ou local:

Nível central: Equador (Chavez e Demoustier, 2013)

- No ano de 2011 é criado o Instituto Nacional de Economia Popular e Solidária (Ministério do Desenvolvimento Social).
- Estabelece-se o eixo da política de empreendimento e economia solidária (o ser humano é o eixo e sujeito da economia).
- As cooperativas são reconhecidas como atores-chaves. Busca-se maximizar a capacidade empreendedora de grupos excluídos em zonas de alta pobreza.

Nível regional: Provença-Alpes-Costa Azul na França (Comissão Europeia, 2013)

- Adota-se uma estratégia regional de desenvolvimento econômico.
- Cria-se o programa Progres para desenvolver a economia social.
- Cria-se um observatório de economia social e um comitê de monitoramento.
- Resultado: apoia-se o desenvolvimento de *clusters* locais de empresas e são destinados recursos públicos para projetos cooperativos que promovam emprego (26 *clusters* criados –exemplo: turismo social).

Nível municipal: Medellín, Colômbia (Salgado, 2013)

- No ano de 2011 o Conselho Municipal adota uma política pública para a economia social e solidária (processo participativo).
- Um grupo de conselheiros se encarrega de sensibilizar o conselho e a prefeitura sobre o tema.
- Formam-se redes e circuitos econômicos nos territórios locais.
- Desenha-se um plano que busca criar e promover negócios sociais rurais e urbanos.

QUADRO 7 - EXPERIÊNCIAS DE AGENDA PÚBLICA E SETORIAL

O desenvolvimento de políticas públicas para os negócios sociais é um tema que pode ser enfrentado no nível de agenda pública ou setorial.

Espanha (Chavez e Demoustier, 2013)

- Contexto de promoção de empresas da economia social.
- Objetivos: criação de emprego e aumento de competitividade via cooperativas.
- Criam-se escolas de empreendedores sociais, rede de agências de economia social, linhas de financiamento, etc.

Reino Unido (Hall e Millar, 2011)

- Empregados do Serviço de Saúde (NHS, sigla em inglês) são motivados a criar negócios sociais para prover serviços inovadores e de qualidade em cuidados com a saúde.
- 2007: cria-se um fundo de 100 milhões de libras (166 milhões de dólares) para apoiar novos negócios sociais ou fazer crescer os existentes.
- A maioria dos recursos foram para apoiar pequenos negócios sociais locais.

QUADRO 8 - DOIS EXEMPLOS SOBRE DESENVOLVIMENTO DE ENTIDADE LEGAL

O desenvolvimento de políticas públicas para negócios sociais pode considerar necessária a criação de uma nova instituição ou, ao contrário, manter as condições atuais.

Reino Unido

- Os negócios sociais têm formas distintas: cooperativas, *social firms* - emprego de pessoas com deficiências, empresas comunitárias, intermediários do mercado de trabalho e organizações voluntárias de comércio - geridas por organizações sem fins lucrativos.
- Para promover o setor, cria-se a entidade *Community Interest Company* (CIC) no ano de 2005.
- Atualmente, estima-se que existam 5600 CIC já criadas ou convertidas a partir de outras formas legais.

Itália (similar a outros países europeus)

- As cooperativas sociais nascem nos anos 80, usando estruturas legais existentes então.
- Somente na medida em que o setor cresce, nos anos 90, é que elas são reconhecidas com marco legal diferente.
- Posteriormente foram desenhadas políticas de apoio.

Resultados específicos para Chile e Brasil

Na sequência apresentamos um resumo das principais ideias, recomendações e comentários recolhidos para Chile e Brasil sobre as políticas públicas e seu papel no posicionamento e crescimento do setor de negócios sociais. Os temas são abordados de maneira temática, apresentando para cada tópico os elementos comuns e, em seguida, as diferenças que podem haver entre os contextos de cada país.

que, provavelmente, isto não será alcançado. Em vez disso, e para os próximos cinco anos, poderia ser mantida uma definição mais ampla e centrar mais ênfase no desenvolvimento de políticas de incentivo - assim como promover um espaço nas compras públicas para criar oportunidades de desenvolvimento e crescimento dos negócios sociais -, além de gerar mais impacto social positivo. A necessidade de documentar, aprender e reaplicar boas práticas é essencial.

Posicionamento atual do setor

Como conclui um recente trabalho da NESsT (Etchart e Comolli, 2013), investir muito tempo em tentar chegar a um consenso sobre a definição de negócio social pode ser infrutífero, uma vez

Considerando isto como base e levando-se em conta tanto o contexto brasileiro quanto o chileno, os entrevistados de ambos os países argumentam, de maneira transversal, que a falta de definição por parte do Estado em relação ao que é ou se entende por negócio social dificulta avanços concretos no posicionamento. Este ponto é mostrado na Figura 2.

FIGURA 2
DIFICULDADES PARA O POSICIONAMENTO DO NEGÓCIO SOCIAL



Figura desenhada pela Feedback.¹⁶

16 Empresa de comunicação estratégica e pesquisa de opinião pública e mercado que cooperou de maneira *pro bono* para a metodologia do presente trabalho (www.feedback.cl).

As entrevistas realizadas no Chile e no Brasil sobre a oportunidade de promover a existência de mais negócios sociais e o papel que o Estado pode desempenhar por meio de políticas públicas que facilitem o seu desenvolvimento e crescimento nortearam a conversa em torno dos seguintes temas:

- O pressuposto de que o setor público e os formuladores de políticas conhecem muito pouco dos negócios sociais, dos casos e do tema em geral.
- O “como posicionar” os negócios sociais e a necessidade de promover e apoiar o seu desenvolvimento e crescimento na agenda política e pública, tendo como referência o nível de apoio e posicionamento que existe no âmbito do governo do Reino Unido.
- A importância de apresentar recomendações, experiências e estratégias observadas em outros países e que possam ser aplicadas tanto no Chile como no Brasil.

CHILE

No caso do Chile é possível mencionar aspectos positivos que pressupõem um entorno favorável para os esforços de promover o crescimento do setor, segundo os achados recolhidos junto aos especialistas participantes da pesquisa:

- Em termos gerais, empreender hoje é muito mais fácil do que antes, no entanto não se avança em temas como controle e acompanhamento dos projetos de negócios sociais que são realizadas no país.
- Os negócios sociais são uma oportunidade para o setor privado para melhorar a imagem que os cidadãos têm sobre o papel das empresas no país.

- Os atores ligados a negócios sociais declaram energicamente seu interesse em avançar em acordos para o fortalecimento e desenvolvimento de tais organizações no Chile.

Os negócios sociais são um tema de vanguarda no setor público e, portanto, há uma confusão sobre os papéis dos diferentes atores como Fosis,¹⁷ Sercotec,¹⁸ Corfo¹⁹ y Sence.²⁰ Um mapeamento das oportunidades de cada um deles e outras entidades públicas oferecem seria, portanto, importante. Este cenário é considerado uma conquista por ter sido capaz de avançar para um primeiro esboço de um projeto de lei para reconhecer juridicamente os negócios sociais no Chile e, assim, distingui-los de outras formas de fazer negócios, o que contribui para instalar o tema na agenda e reforça as razões para legislar sobre o mesmo. A experiência de desenvolver tal esboço de projeto e as lições colhidas são apresentadas mais adiante.

Por outro lado, existem alguns programas que, sem serem originalmente desenhados para os negócios sociais, se encaixam na definição que se deseja e vão ao encontro dos objetivos destes tipos de empresas. Um deles é o Programa de Formação para o Trabalho (Sence), ligado ao Ministério do Trabalho e Previdência Social chileno, do qual se podem extrair lições importantes para os próximos passos do posicionamento dos negócios sociais no Chile (ver Quadro 9).

.....

17 Fundo de Solidaridade e Investimento Social, serviço alojado no Ministério de Desenvolvimento Social, com a missão de “trabalhar com sentido de urgência para erradicar a pobreza e diminuir a vulnerabilidade no Chile” (www.fosis.cl)

18 Serviço de Cooperação Técnica, corporação de direito privado ligado ao Ministério da Economia, Fomento e Turismo com a missão de promover e apoiar iniciativas de melhoramento da competitividade das micro e pequenas empresas e fortalecer o desenvolvimento da capacidade de gestão de seus empresários (www.sercotec.cl)

19 Corporação de Fomento da Produção, organismo executor das políticas governamentais no âmbito do empreendimento e inovação para melhorar a produtividade do Chile e alcançar posições de liderança mundial em matéria de competitividade (www.corfo.cl)

20 Serviço Nacional de Capacitação e Emprego, organismo técnico descentralizado do Estado que se relaciona com o governo através do Ministério do Trabalho e Previdência Social. Sua missão é contribuir para o aumento da competitividade das empresas e da empregabilidade das pessoas através da aplicação de políticas públicas e instrumentos para o mercado da capacitação e intermediação laboral (www.sence.cl)

QUADRO 9 - PROGRAMA DE FORMAÇÃO PARA O TRABALHO (SENCE)²¹

O Serviço Nacional de Capacitação e Emprego (Sence) é um organismo técnico descentralizado do Estado que se relaciona com o governo através do Ministério do Trabalho e Previdência Social. Sua missão é contribuir para o aumento da competitividade das empresas e da empregabilidade das pessoas através da implementação de políticas públicas e instrumentos de mercado da formação e colocação profissional. Esta tarefa é realizada por meio da administração de um benefício tributário para empresas que decidem capacitar o seu pessoal e com subsídios mediante bolsas de capacitação financiadas com recursos públicos.

Um dos programas do Sence é o de Formação para o Trabalho, criado em 1998. Esta iniciativa do governo chileno busca aumentar as possibilidades de emprego de homens e mulheres entre 18 e 65 anos, utilizando um modelo de capacitação integral oferecido por entidades especializadas na formação em ofícios, muitas das quais também são instituições sem fins lucrativos.

Os planos de formação destinam-se a pessoas que possuem uma “ficha de proteção social” menor ou igual a 11.734 pontos,²² sem uma carreira técnica ou profissional, que estão em busca de novas oportunidades de trabalho, e que desejam portanto aumentar suas rendas e melhorar sua qualidade de vida. O Formação para o Trabalho é um programa que busca criar oportunidades de acessar o mercado de trabalho através do fornecimento de uma bolsa que inclui:

- Cursos feitos com base em um levantamento de perfis ocupacionais críticos de acordo com as necessidades do mercado de trabalho.
- Formação em um ofício com o desenvolvimento de competências transversais de empregabilidade, com uma duração média de 4 meses. Formação, certificados e licenças habilitantes 100% gratuitos.
- Prática laboral e/ou assistência técnica.
- Apoio para a conquista da oportunidade de trabalho, tanto de forma dependente como independente.
- Subsídio para transporte e alimentação durante a formação e prática laboral.
- Subsídio para equipamentos/ferramentas de até 200.000 pesos (400 dólares), para cursos com assistência técnica.
- Seguro contra acidentes durante a formação e prática laboral.

.....

21 www.sence.cl

22 A Ficha de Proteção Social permite identificar as famílias que, por sua situação de vulnerabilidade, requerem benefícios e subsídios do Estado com base em características como composição familiar, situação de saúde, patrimônio, pertencimento a algum povo indígena, entre outras (<http://www.nuevaficha.gob.cl/>). O pontuação inferior a 11.734 se refere aos 40% mais vulneráveis da população, segundo dados de 2010.

Este programa, apesar de contar o menor orçamento dentro do conjunto de programas do Sence, mostrou ser um dos que gerava o maior impacto. Assim, o orçamento aumentou gradualmente e de forma significativa, passando de 3 bilhões de pesos (5,2 bilhões de dólares) em 2010 para 48 bilhões de pesos (83,8 bilhões de dólares) em 2014.

As entidades executoras dos cursos devem ser Organismos Técnicos de Capacitação (OTEC), devidamente certificadas e inscritas em um registro especial de OTEC e com dedicação exclusiva à capacitação. Muitas destas OTEC não têm fins lucrativos e, considerando o impacto social do programa, passam a ser consideradas negócios sociais ainda que o programa descrito não empregue o termo específico. Ainda, algumas OTEC especializam-se em temas como deficiência, dobrando sua capacidade de impacto social. A meta atual do programa no que diz respeito ao registro especial é chegar a 35 OTEC.

O programa ampliou seu alcance às pessoas privadas de liberdade, estimando-se que esse grupo alcançaria hoje 10% dos beneficiários.

Aprendizagens:

Apesar de existir desde 1998, o programa era pouco conhecido devido às suas dimensões reduzidas em comparação com os demais programas do Sence. No início, destinava-se a apoiar apenas sete organizações sem fins lucrativos que sempre fizeram este trabalho de capacitação sem apoio. Somente nos últimos anos é que seu orçamento cresceu para aumentar o número de beneficiários.

Este programa busca incorporar, ao mundo de trabalho, pessoas que nunca participaram dele, preparando tanto os trabalhadores quanto o próprio mercado, uma vez que este também não contava com as condições para receber estas pessoas. Um exemplo de onde foi aplicado o Programa de Formação para o Trabalho é a Komatsu, empresa de origem japonesa provedora de equipamentos e peças de reposição para a indústria mineradora, de construção e florestal, que dado este apoio do Estado, incorporou jovens do Serviço Nacional de Juventude (Sename, sigla em espanhol) vindos por meio dos tribunais de família. Os jovens são participantes do programa privado *Reinventarse*, que tem como meta capacitá-los incorporá-los ao mercado de trabalho e cujo treinamento é fornecido por uma OTEC.²³ Para a Komatsu, o apoio do Estado tem sido fundamental, demonstrando que a iniciativa privada participa quando há apoio por meio de subsídios para a capacitação e contratação. A lição é que as empresas se movem para onde há incentivos e promoção e, portanto, o Estado pode investir para abrir o mercado e corrigir ineficiências.

Existe o desafio de fazer com que o programa seja mais difundido e que se conheça mais sobre o assunto em geral, até mesmo via as OTEC beneficiadas, as quais não difundem o suficiente o fato de que os recursos que utilizam para capacitar provêm de um programa de Estado. Assim, o desafio de comunicar mais e melhor é relevante para toda a cadeia. Essa aprendizagem vale também para a coordenação entre os diferentes departamentos de Estado. Por exemplo, a própria Sence desconhece o projeto de lei do Ministério da Economia, Fomento e Turismo, que vem trabalhando para dar uma forma jurídica aos negócios sociais.

Considerando a alta disponibilidade de recursos para a capacitação de grupos vulneráveis, algo em torno de 15 bilhões de pesos (26,2 bilhões de dólares) adicionais para bolsas sociais, aparentemente o que mais falta são ideias e líderes que as impulsionem. É necessário fazer com que o setor privado se interesse mais e busque utilizar os incentivos e programas disponíveis para ajudar a resolver problemas sociais.

Assim como o Programa de Formação para o Trabalho, existem outros programas no Sence que, com maior difusão, poderiam contribuir para o desenvolvimento dos negócios sociais, através da capacitação, particularmente aquelas que tenham como objetivo enfrentar problemáticas que estão nas seguintes esferas:

Programa Mulher Trabalhadora e Chefe de Família

- Título Empresa e Negócio, dirigido a donos, sócios ou representantes de micro e pequenas empresas
- Subsídio ao Emprego Jovem

Todavia, seria necessário também um trabalho de comunicação interna, dado que, apesar da existência desses programas, o conceito de negócio social não apareceria instalado nem mesmo dentro do Ministério do Trabalho e Previdência Social.

23 <http://www.quepasamineria.cl/index.php/vida-e-innovacion/item/98-reinventarse>

O antecedente mais recente sobre o nível de posicionamento político dos negócios sociais no Chile é o programa de governo para o período de 2014-2018 da recente presidente eleita, Michelle Bachelet. A última seção do programa econômico dirigido às micro, pequenas e médias empresas menciona o que poderia ser entendido como o setor de negócios sociais. Especificamente, o seguinte:

*“Eliminaremos as diversas formas de discriminação que afetam a constituição e o funcionamento das cooperativas, as quais hoje agrupam mais de um milhão de chilenas e chilenos. Entre os aspectos discriminatórios mais relevantes se encontram: o pagamento de direitos para financiar o trabalho fiscalizador do departamento de cooperativas; o estabelecimento de provisões mais elevadas às cooperativas de crédito do que a outras instituições financeiras; e maiores custos e prazos para constituir-se em comparação com outro tipo de empresas. Estabeleceremos na Corfo programas especiais de fomento para estes setores, para assim apoiar o desenvolvimento e fortalecimento das cooperativas, do comércio justo, das empresas B²⁴ que solucionam problemas sociais e ambientais por meio de produtos e serviços que comercializam, do turismo comunitário e de outras formas de empreendimentos associativos que promovem a inclusão social”.*²⁵

Tomando este parágrafo como uma conquista do trabalho de lobby e posicionamento, poderia se

esperar que, com as recomendações recolhidas neste documento a partir de março de 2014, uma nova fase para o desenvolvimento e crescimento do setor se inicie, e que este trecho de texto se transforme em um capítulo completo acompanhado por um conjunto de políticas públicas para sua consolidação.

BRASIL

Assim como no caso do Chile, no Brasil há dificuldade para construir um consenso em torno do significado de um negócio de interesse social. Outra discussão que toma lugar é que os negócios sociais não têm necessariamente de ser escaláveis como condição de identidade. Também se observa uma conexão entre os negócios e as tecnologias sociais, onde as últimas são aplicadas, mas não replicadas. Uma ideia similar aparece quando se tenta entender os negócios sociais.

Isto faz com que vários atores do ecossistema confundam investimento de impacto com negócio social. Há também aqueles que consideram que os negócios sociais são um tipo de organização social como as sem fins lucrativos, e dado que não existe regulamentação específica para eles, é comum observar entre os mesmos atores a criação de organizações sem fins lucrativos no lugar de negócios tradicionais para que estas essas empresas tenham uma carga tributária menor. No caso de um negócio social com

fins de lucro, ele pode ser criado na forma de empresa, de corporação ou de empresa individual de responsabilidade limitada caso exista um só acionista, mas dessa maneira não pode se beneficiar das mesmas isenções fiscais e incentivos das quais gozam as organizações sem fins lucrativos, tais como o acesso ao capital filantrópico que poderia funcionar como capital paciente. Pelo contrário, os negócios sociais sem fins lucrativos não podem acessar capital de investimento, já que não lhes é permitido retorno financeiro a terceiros (investidores de impacto social).

Essas lacunas na regulação fazem com que cada empreendedor siga a recomendação de seu acessor legal e que empreendimentos sociais semelhantes terminem constituindo-se sob diferentes entidades legais e adotando regras distintas. Mais detalhes a respeito podem ser encontrados no Quadro 2.3 da publicação de Etchart e Comolli (2013).

Um antecedente adicional e pouco favorável é a distância e a falta de diálogo sobre temáticas sociais existentes entre os setores público e privado. Tanto o setor empresarial como o setor público necessitam reconhecer o potencial dos negócios sociais para responder a muitas necessidades que esses setores não puderam resolver. A eliminação de barreiras e a criação de incentivos para envolver os negócios sociais na solução dessas necessidades deveriam ser o foco dessa cooperação.

Existe um papel para as políticas públicas na promoção dos negócios sociais?

Dados os benefícios que os negócios sociais geram para as sociedades e governos, existe consenso entre os entrevistados e os participantes desta pesquisa de que o setor de negócios sociais deveria ser maior e que as políticas públicas poderiam desempenhar um papel fundamental no seu desenvolvimento. Entende-se que a necessidade de apoio nasce da sociedade civil.

Os principais achados sobre o papel das políticas públicas no desenvolvimento dos negócios sociais indicam que, antes de propor políticas públicas para o setor, é necessário definir primeiro o que é um negócio social. As políticas públicas se apresentam quando a relação entre os vários grupos interessados está desequilibrado e faz com que as políticas sejam pensadas e dirigidas a uma massa que, no caso dos negócios sociais, ainda não parece estar identificada aos olhos dos formuladores de políticas. Portanto, não parece haver consenso em torno da necessidade dessas políticas de apoio. Por um lado, há a ideia de que o apoio do governo é necessário, enquanto que outras opiniões optam por uma saudável distância que evitaria uma regulamentação excessiva.

24 Se considera Empresa B aquela que constrói um modelo de negócios que gera entradas e lucros em torno de seu propósito, e considera quatro áreas em suas decisões: governança, funcionários, comunidade e meio ambiente. Estas áreas são aquelas avaliadas pelo Sistema B, organização sem fins de lucro que outorga a certificação das Empresas B diante da ausência de uma figura legal que reconheça esta classe. O Sistema B está adaptando, na América Latina, o modelo de certificação de negócio social desenvolvido nos EUA com importantes resultados de impacto. (www.sistemab.org)

25 <http://michellebachelet.cl/programa/>

Vários atores do ecossistema confundem investimento de impacto com negócios sociais.

CHILE

Uma comparação bastante utilizada para destacar o que de importante pode resultar a partir de certas políticas de apoio é o exemplo do capital semente, um instrumento que hoje é fundamental para as empresas em geral. Uma vez que o negócio social atua em espaços onde o sistema não é eficiente ou onde se pode agregar valor social, o que em muitos casos demora para acontecer, são requeridos apoios que também deveriam ser medidos em termos de sua eficácia no longo prazo. Por exemplo, poderia ser qualificada como bem sucedida aquela solução, criada por um negócio social, que termina sendo adotada pelo sistema ou mercado. Em tese, um fundo de capital semente não discrimina os negócios em social e não-social, e portanto se esperaria que ao menos em sua aplicação não se discrimine o aspecto social.

Nesta discussão também se identifica o risco de que, sem um papel ativo do Estado, as propostas feitas pelos negócios sociais podem se tornar anedóticas, podendo ser, por exemplo, barradas pelo mercado. No fundo, existe a expectativa de

que um papel claro do Estado, mediante uma lei ou uma política pública, pode dar um claro sinal de que tal tema é importante.

Por outro lado, enquanto no Chile se fala sobre um papel de apoio especificamente por meio de subsídios, não há consenso quanto ao seu uso para os negócios sociais. Apesar de não se discutir sua necessidade em geral, há pouca clareza inclusive do volume de subsídio e de como fazê-lo chegar aos interessados para que este apoio seja eficiente. Indo mais longe, os entrevistados apontam que o Estado não só deve velar pelo bem comum e, nesse sentido, também estariam o apoio e a promoção do setor social. Também é necessário deixar de ver o Estado como um fundo competitivo e passar a vê-lo como um parceiro.

Havendo acordo entre as opiniões expressas sobre o papel do Estado e as políticas públicas para desenvolver o setor de negócios sociais, o desafio observado no Chile é o de convencer líderes, políticos e membros do governo, em especial representantes do setor econômico, Corfo,²⁶ Sercotec,²⁷ entre outros, sobre a oportunidade que se vislumbra neste campo.

Um exemplo da oportunidade para apoiar os negócios sociais começa com o projeto de lei para criar uma figura legal especial para tais empresas. Como estes processos são considerados lentos, um caminho mais prático seria começar utilizando a institucionalidade atual e linhas de financiamento vigentes para consolidar os negócios sociais que

já funcionam e monitorar seu desempenho. Uma maneira de convencer da importância de apoiar este setor emergente é usar instrumentos já existentes e avançar de formar paralela.

No lado da inovação social, é possível gerar soluções para os problemas sociais a partir do setor privado por meio do uso de fundos públicos. A opinião obtida a esse respeito é que o Estado deveria financiar mudanças revolucionárias. No entanto, também há controvérsia de que, se o setor privado vai gerar lucros, estes podem estar sustentados em fundos públicos. Se a ideia é que o apoio não deve ser assistencialista ou subsidiário, então o Estado pode promover mudanças revolucionárias, por um lado, mas cuidar para que não seja de forma permanente, assistencial, considerando que o setor privado gerará lucros em longo prazo. Este é um aspecto que deverá ser discutido no desenho das políticas públicas de apoio.

É interessante notar que o papel que se espera do Estado não se concentra no financiamento, mas também na capacitação, no fortalecimento de redes, no oferecimento de oportunidades para promover a troca de experiências, entre outros assuntos. Igualmente interessante é a recomendação de apoiar a sociedade civil e o setor privado na criação de políticas. Um exemplo a ser observado é o que fez a Associação de Empreendedores do Chile (Asech), uma organização que em pouco mais de dois anos desde a sua fundação conseguiu provocar as seguintes mudanças no cenário jurídico: uma

lei que permite a constituição de sociedades em um dia através de um trâmite único, rápido e gratuito, a possibilidade de abrir uma conta bancária em dez dias – a Conta Empreendedor - o que antes poderia levar um ano, e a Lei de Re-emprego e Liquidação de Empresas e Pessoas, que elimina os custos associados à falência, contribuindo para reduzir o estigma do fracasso.²⁸ Sem dúvida, esses resultados vêm acontecendo graças à cooperação de políticos, do setor público, dos mesmos empreendedores e da Asech, mas não foram os últimos que conseguiram levantar a questão, suas demandas e articulação.

BRASIL

Um aspecto que gera preocupação no Brasil é o desgaste que o processo de desenvolvimento de políticas pró negócios sociais pode causar. Um exemplo é a Lei Geral²⁹ cujo processo, que contou com ampla participação da sociedade civil, entidades empresariais, poderes executivo e legislativo, levou cerca de 18 anos para ser promulgada entre a Constituição - que dá um tratamento especial para micro e pequenas empresas - e a promulgação da lei, em 2006. Sabe-se, até a data de hoje, que a implementação da Lei Geral não aconteceu na maioria dos municípios. Esta lei, no entanto, mostrou-se muito importante para os pequenos negócios e alguns negócios sociais, uma vez que simplifica os processos de criação e fechamento de empresas.

26 A Corporação de Fomento da Produção (Corfo) é um organismo executor das políticas governamentais no âmbito do empreendimento e da inovação através de ferramentas e instrumentos compatíveis com as linhas centrais de uma economia social de mercado, criando as condições para construir uma sociedade de oportunidades (www.corfo.cl)

27 O Serviço de Cooperação Técnica (Sercotec) é uma corporação de direito privado ligado ao Ministério da Economia, Fomento e Turismo com a missão de promover e apoiar iniciativas de melhoramento da competitividade das micro e pequenas empresas e fortalecer o desenvolvimento da capacidade de gestão de seus empresários (www.sercotec.cl)

28 www.asech.cl

29 A Lei Geral da Pequena e Microempresa foi promulgada em 14 de Dezembro de 2006 para regular sua disposição na Constituição do Brasil, cujo fim é outorgar um tratamento diferenciado em favor das empresas de pequeno porte e as microempresas.

Há setores, como a Educação, em que o governo também precisa de ajuda para se tornar mais eficiente, assunto que poderia gerar oportunidades específicas para negócios sociais.

Embora não tenha sido projetada para negócios sociais, sabe-se que parte dos pequenos negócios é dirigida por empreendedores de baixa renda. Assim, apesar do longo e complexo processo, ainda seria interessante considerar uma legislação similar de apoio explícito aos negócios sociais.

Entre as possíveis funções que o governo poderia propor a si mesmo para o fomento dos negócios sociais, estão:

- Vigilância e monitoramento: funções que, através do reconhecimento e fiscalização dos negócios sociais, impediria que os negócios não-sociais acessem benefícios dirigidos a apoiar aqueles que legitimamente o são. Essa função busca não só evitar abusos, mas também proteger a imagem e a reputação do setor.
- A articulação de interesses comuns: havendo diversos *stakeholders* interessados no que acontece ao redor dos negócios sociais, quer sejam empresários, investidores, intermediários, organismos públicos e beneficiários em geral, é necessário um ator que os articule na identificação de oportunidades e focalização de esforços a fim de gerar mais impacto.
- Fomento e financiamento: também para financiar os custos sociais, este é um papel a desempenhar mediante a oferta de investimentos financeiros e benefícios tributários para alguns tipos de negócios sociais.

- Como agente comprador: abrindo a possibilidade de contar com negócios sociais como provedores de produtos e serviços em níveis local e federal, tal como o Programa de Aquisição de Alimentos, que promove o desenvolvimento de pequenos produtores.
- Para remover barreiras e evitar obstacularizar o setor: através de melhorias na legislação e de acordo com as necessidades identificadas pelos mesmos negócios sociais.
- Para promover o setor em seu conjunto: mediante o fomento da união de esforços para o desenvolvimento de negócios sociais a fim de fortalecer o setor e posicioná-lo na agenda pública e política.

Há setores, como a educação, em que o governo tem de estar presente de maneira muito ativa, o que poderia resultar em uma área menos fértil para os negócios sociais. Ao mesmo tempo, porém, o governo também precisa de ajuda para se tornar mais eficiente no setor educacional, assunto que poderia gerar oportunidades específicas para negócios sociais. Um exemplo desta arena particular de oportunidades foi detectado pela NESsT em um estudo realizado em 2013 para a Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, no Brasil. A pesquisa encontrou sete maneiras de os negócios sociais ajudarem a fomentar o setor da primeira infância (mais detalhes no Anexo 2):

- 1) Empoderar e gerar renda para as mulheres por meio de cooperativas e redes produtivas.
- 2) Oferecer serviços de atenção ao parto humanizado a comunidades de baixa renda.
- 3) Cuidado terapêutico às famílias com histórico de violência.

- 4) Ampliar a oferta e a qualidade dos centros de cuidado e educação infantil, incluindo a capacitação e o apoio a profissionais das creches.
- 5) Serviços de reformas e reparações de baixo custo para melhorar moradias em condições precárias de habitação e/ou de má qualidade, junto com tecnologias de saneamento com baixo custo.
- 6) Serviços de saúde, como tecnologias, consultas médicas, exames ou medicamentos de alta qualidade e baixo custo. Isto inclui especialidades de saúde materna e infantil, além da atenção multidisciplinar e permanente para o tratamento do sobrepeso, obesidade e desnutrição infantil, tendo a família como protagonista.
- 7) Serviços e produtos para empresas que desejem oferecer condições favoráveis para que suas funcionárias possam amamentar ou armazenar o leite materno.

Finalmente, os especialistas consultados estimaram que políticas públicas que promovam o trabalho dos negócios sociais talvez não fossem necessárias, dado que o desenvolvimento dessas políticas depende muito do tipo e situação do setor. Em outras palavras, se requer tempo para que as necessidades e condições políticas amadureçam. A dúvida que surge naturalmente é se esse processo pode ser acelerado intencionalmente utilizando as experiências de países mais desenvolvidos no tema.

Situação dos elementos que contribuem para o desenvolvimento dos negócios sociais

Definição do conceito de negócio social:

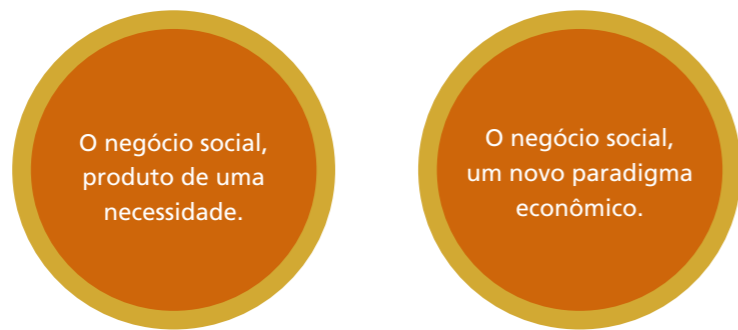
A NESsT define negócio social ou de impacto como um negócio que resolve um problema social crítico de maneira sustentável. Outra definição adequada é a empregada pelo Ministério da Economia, Fomento e Turismo do Chile, em um projeto de lei para as mesmas, no qual afirma que um negócio social é uma “organização cujo propósito principal e determinante na tomada de decisões é a criação de valor para a sociedade a partir da comercialização de bens e serviços, com autonomia em sua gestão e combinando diversos mecanismos econômicos e administrativos que lhe outorguem sustentabilidade econômica”.

A definição segue sendo um tema sem resolução, uma vez que depende do olhar que deve ser dado para cada caso, por exemplo, a partir da sociedade civil ou da empresa. Existe a percepção de que sua qualidade social deve sempre ser parte da definição e que esta pode determinar o papel que o Estado desempenharia em sua promoção.

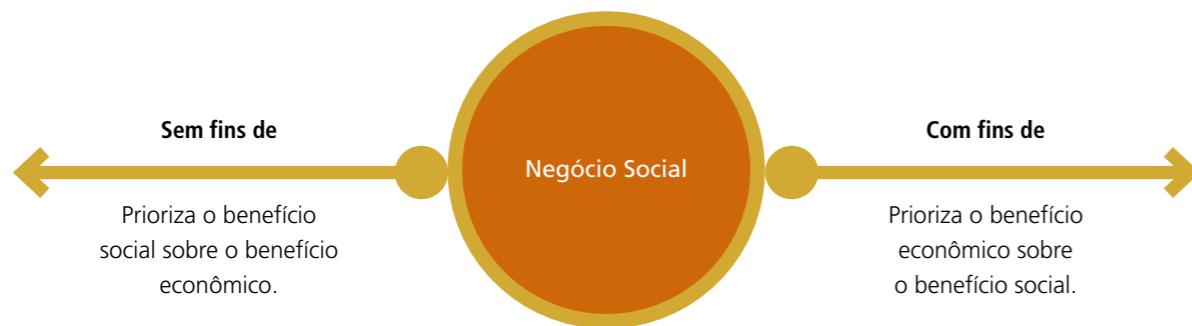
A discussão com especialistas mostrou a existência de vários critérios ou dimensões presentes nas diferentes perspectivas com que se busca entender e definir o negócio social. Estas dimensões, apresentadas a seguir e compartilhadas tanto pelos entrevistados no Chile quanto no Brasil, sugerem que haverá tantas definições quanto combinações possíveis desses fatores, e que estas podem se manifestar mais próximas de uma ou outra extremidade do espectro:

FIGURA 3
ESPECTRO DE DEFINIÇÕES DOS NEGÓCIOS SOCIAIS

a. Como nasce o negócio social? Por um lado, o que motiva a criação de um negócio social é o interesse de criar uma nova forma de fazer negócios, longe dos padrões ou paradigmas de uma indústria em particular, além de ser um ator comprometido com o entorno, seus funcionários, destinatários ou consumidores, convertendo-se em uma forma de negócio que aspira responder a uma necessidade social particular. Por outro lado, a carência com que operam as organizações sociais as levam a voltar-se em direção ao mercado, oferecendo um produto ou serviço que atende a uma necessidade social e/ou ambiental para gerar lucros e conseguir sustentar-se ao longo do tempo.



b. Os critérios de uso dos lucros gerados. Existem dois tipos de negócios sociais, aqueles com fins lucrativos e aqueles sem fins lucrativos. O lucro dos negócios sociais é entendido como um processo natural destes e o fim de toda empresa é maximizar seus lucros para gerar maior rentabilidade. No entanto, os discursos mais radicais a respeito sinalizam que, para que uma empresa seja denominada negócio social, ela deve ser sem fins lucrativos uma vez que seu benefício é social e, conseqüentemente, os lucros que geram devem ser reinvestidos neste propósito. Na medida em que os negócios sociais tomam distância do paradigma da maximização dos lucros, eles se movem em um espectro que inclui reinvestir todo ou parte dos lucros no objetivo social, ou dividi-los com os funcionários ou sacrificar as margens de rentabilidade para favorecer critérios sociais ou ambientais, entre outras medidas.



c. O critério do propósito. Os destinatários ou beneficiários dos produtos ou serviços de negócios sociais são outro elemento para identificar essas organizações, uma vez que sua atividade se distingue pelo interesse público e os benefícios sociais gerados para determinados grupos. No entanto, existem entidades sociais com interesses privados, o que faz questionar seus fins sociais. Sob este critério também poderia ser gerado um espectro.



d. O critério de funcionamento ou cultura interna. A grande maioria dos entrevistados entendem que um negócio social mantém processos organizacionais horizontais, onde as decisões e os benefícios da empresa são compartilhados com todos os seus integrantes. No entanto, emerge a ideia de que a cultura interna de uma companhia não determina seu *status* de negócio social e, portanto, poderia haver negócios sociais que operem com uma estrutura piramidal tradicional.



Tanto no Chile como no Brasil, a falta de uma definição precisa de negócio social representa uma barreira que dificulta o desenvolvimento de políticas públicas para o setor.

Tanto no Chile como no Brasil, a falta de uma definição precisa de negócio social representa uma barreira que dificulta o desenvolvimento de políticas públicas para o setor. No intuito de facilitar a existência de uma definição, apresentamos a seguir características dos negócios sociais consideradas importantes por especialistas:

- Compromisso com o impacto social, sendo seu objetivo principal solucionar um problema social e não a comercialização.
- Distribuição de valor na cadeia de valor envolvida, além de preço justo e muitos ganhadores nessa cadeia.
- Pode ou não ter escala, dependendo do tipo de negócio. No entanto, a questão da escala não limita o conceito em si mesmo.
- A aquisição de bens e serviços gerados por negócios sociais não deve ser vista como filantropia, mas como uma garantia de qualidade certificada destes produtos.

Identificação de necessidades para desenvolver e/ou fomentar os negócios sociais

A pesquisa buscou identificar necessidades em dois níveis. No nível país, procura criar uma ligação mais direta entre os desafios gerais e como os negócios sociais se apresentam como

um veículo válido e efetivo para abordar essas necessidades. Desta perspectiva, o Quadro 10 - Fundo de investimento em negócios sociais, Reino Unido descreve uma política que conecta os negócios sociais com os desafios do setor de saúde do país, e o Quadro 11 – A experiência de Medelim e a política pública de economia solidária descreve uma política que nasce de um governo local em contraste com experiências cuja origem esperada é o nível central de um governo.

Em termos de entorno, as necessidades foram identificadas a partir da perspectiva do setor empresarial social. Sob este marco, são mostradas, em cada caso, as necessidades ou barreiras identificadas com base em dois critérios:

- As que se observam mais frequentemente na etapa de *early stage*, dada a escassez de um *pipeline* robusto na região.
- As que poderiam ser abordadas de maneira mais efetiva por meio de políticas públicas.

CHILE

Foram identificadas as principais necessidades sociais em nível país nos seguintes setores:

- Educação pública
- Saúde pública
- Distribuição de renda
- Segregação rural e urbana
- Centralização

A relevância de conhecer tais necessidades é que estas podem orientar a geração de políticas focalizadas em utilizar o potencial dos negócios sociais. Da mesma forma, tal enfoque poderia, também, influenciar a decisão sobre qual

ministério deve concentrar os esforços e a nova política pública para os negócios sociais.

No caso da Itália, por exemplo, as iniciativas nascem sob a asa do Ministério do Trabalho, com o objetivo de criar emprego e fomentar a inclusão no mercado de empregos. Este exemplo parece alinhado com o Programa Formação para o Trabalho, do Chile, detalhado anteriormente, mesmo que a política não tenha sido desenvolvida com o conceito de negócios sociais sobre a mesa. Por outro lado, no Reino Unido são várias as instituições que abordam o tema do negócio social, a começar pela Agência de Exclusão Social, mas, em seguida, estas temáticas são incorporadas ao Ministério do Comércio e Indústria dado o impacto e a importância econômica deste setor.

A relevância de conhecer tais necessidades é que estas podem orientar a geração de políticas focalizadas em utilizar o potencial dos negócios sociais.



Negócio Social Apiumisexta (Chile).





QUADRO 10 - FUNDO DE INVESTIMENTO EM NEGÓCIOS SOCIAIS, REINO UNIDO³⁰

Criado em 2007 pelo Departamento de Saúde, o Fundo de Investimento em Negócios Sociais (Seif, sigla em inglês) emerge das medidas de reforma introduzidas para promover o desenvolvimento de negócios sociais entre os prestadores de serviços de saúde. O propósito foi estimular que funcionários públicos de primeira linha da área de saúde estabelecessem empreendimentos sociais, inovadores e independentes, para transformar a forma como os serviços públicos em saúde são entregues. O princípio segundo o qual a criação deste fundo foi promovida é que os serviços públicos podem ser oferecidos por meio de atividades empreendedoras que visam gerar um retorno social e econômico.

No total, o Seif investiu mais de 110 milhões de libras (aproximadamente 176 milhões de dólares)³¹ na área da saúde entre junho de 2009 e março de 2012, em mais de 650 negócios sociais de diversos tamanhos. Uma amostra de 408 investimentos realizados resultou em um investimento médio individual de 200 mil libras (cerca de 320 mil dólares). O Seif ofereceu uma variedade de instrumentos de apoio que inclui empréstimos, doações, garantias, *quasi-equity* e apoio a negócios.

Os resultados de uma avaliação dos investimentos realizados até março de 2010 (Hall e Millar, 2010) mostrou que as experiências bem-sucedidas ocorreram muitas vezes em organizações locais e de tamanho pequeno. Por outro lado, a avaliação mostrou que o uso principal do investimento do Seif foi para desenvolver o negócio em novas áreas e, em segundo lugar, para a pesquisa e o desenvolvimento.

Quanto ao retorno social, melhorias foram observadas em áreas como aumento da quantidade e da qualidade dos serviços prestados, maior acessibilidade aos serviços, bem como aspectos internos como uma melhor cultura de trabalho e maior satisfação, sem deixar de fora um melhor relacionamento com a comunidade e a criação de postos de trabalho.

Em termos de desempenho financeiro, 44% dos que receberam o recurso nas duas primeiras rodadas de investimento afirmaram que suas vendas aumentaram desde que o receberam, enquanto 16% pararam de operar, apesar do apoio recebido. O Seif permitiu o surgimento de novos negócios sociais assim como o crescimento de outros na área da saúde. No entanto, também se identifica a necessidade de um maior apoio em áreas estratégicas e negociação de contratos para melhorar ainda mais o desempenho dos investimentos.

QUADRO 11 - A EXPERIÊNCIA DE MEDELIM E A POLÍTICA PÚBLICA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA (Salgado, 2013)³²

O fundamental de uma política pública em um governo democrático é que haja uma real participação da sociedade na construção da mesma. Assim se constitui o caminho que o movimento da economia solidária acolhe para que se consiga a aprovação do acordo 41, de 2011, por parte do conselho de Medellín. Por meio deste acordo, o município de Medellín adota a política pública para a economia social e solidária na perspectiva da participação e consenso.

A base desse acordo é produto de uma pesquisa realizada nos anos 2010-2011, onde foi dada importância máxima aos diferentes grupos de interesse que haviam sido propostos nos anos anteriores à formulação de uma política pública para a economia social e solidária. O processo de participação facilitou um cenário de discussão para um grande debate e mobilização dos atores do setor em Medellín para que, com isso, se pudesse gerar um grande acordo sobre assuntos essenciais.

Assim, através de um grupo de conselheiros da cidade com visão de participação cidadã, o conselho e o prefeito de Medellín foram sensibilizados para que se desse visibilidade ao setor solidário, onde predomina a produção local. Desde a implementação do programa de planejamento e orçamento participativo, no ano de 2007, foi realizado um investimento significativo para a criação e o fortalecimento de formas associativas e de economia solidária em distritos e subdistritos da cidade. Após sete anos, o investimento por iniciativa e decisão cidadã organizada atinge 21,6 milhões dólares.

Desenvolvimentos similares foram observados com finanças solidárias ao redor da proposta de *banca comunal*, onde uma associação entre o governo e o setor solidário para atender aos mais pobres da cidade emerge de um programa de governo denominado “banco dos pobres”, junto com uma aliança público-solidária com a Escola de Economia Solidária.

O conjunto destas iniciativas e perspectivas, tanto no pensamento como na ação, converteu-se no conteúdo para a formulação da política pública que integra os objetivos para o fomento e a articulação da economia solidária, a partir de um cenário de aliança e de visão conjunta sobre a necessidade de articular, promover e tornar visível. Com este propósito, o movimento da economia solidária esteve presente na cidade, e seu objetivo é promover políticas públicas que ajudem a melhorar a qualidade de vida dos cidadãos.

No plano legislativo, se trata de manter o espírito da Lei Cooperativa e da Lei de Economia Solidária, mas também se busca envolver outras leis que suportam a criação de empresas solidárias, tais como a Lei de Empreendimento. É de interesse desta estratégia incorporar as organizações sem fins lucrativos, negócios sociais e de mulheres. Desta forma se conformam redes e circuitos econômicos nos territórios buscando com que façam parte do planejamento local em concordância com a identificação de problemáticas comuns e seus respectivos projetos socioeconômicos.

30 <http://www.sibgroup.org.uk/past-funds/seif/>

31 Aproximação com base no câmbio de 31 de março de 2012.

32 Salgado, Oswaldo. *La política pública de economía solidaria en Medellín: una realidad a pulso desde el consenso*. Trabalho apresentado na Conferência da ISTR em Santiago do Chile em agosto de 2013.

Os componentes essenciais do acordo 41, para levar a cabo, são: educação e formação na cultura solidária; financiamento e acompanhamento das iniciativas da economia social e solidária; e integração e intercooperação dos diversos grupos interessados. Esta força conjunta também exige meios de comunicação públicos, populares e alternativos para educar e difundir uma opinião consistente com uma realidade que está acontecendo. A condução da política pública estará a cargo do conselho consultivo que foi criado com a participação de organismos de integração do setor solidário.

Também é crucial a incursão do governo local, autoridade que estará a cargo da parte operacional e das principais tarefas em matéria de apoio logístico a partir da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Planejamento Municipal. A presença do conselho da cidade também garante o controle político para o cumprimento do acordo como mandato de cidade.

Algumas tarefas convertidas em projeto são: fortalecer a formação em cultura solidária, promover e acompanhar o fortalecimento das capacidades empresarias populares, promover a realização do Plano Decenal de Desenvolvimento da Economia Social e Solidária, lançar o programa integral de criação, acompanhamento, fortalecimento e difusão de negócios sociais e solidários, urbanos e rurais, e inserir Medellín no cenário latinoamericano como centro de pensamento, prática e cultura solidária.

Este conjunto de projetos foram interpretados de modo que possam formar parte da estrutura do Plano de Desenvolvimento 2012-2015, mas não foram integrados ao plano apesar da vontade política da equipe de governo que no momento dirige a cidade. Uma iniciativa deste nível requer a mobilização e a organização permanente dos atores da economia social e solidária, e um acordo sobre políticas públicas não é o suficiente. Isto foi expressado pelos grupos de interesse e focais, que não veem refletido o processo de dois anos de trabalho no Plano de Desenvolvimento Municipal. Os participantes expressam que ainda é necessário um processo organizativo e uma consciência que deve ser buscada por meio de processos educativos e da evidência do impacto social e econômico.

Sendo uma experiência de interesse para gerar apoio ao desenvolvimento do setor de negócios sociais, será necessário avaliar em que ponto o nível de centralização existente na Colômbia pode ser comparado com o observado no Chile e no Brasil, para uma eventual adaptação desta experiência.

No nível setorial, considerando a opinião de atores e líderes locais, existem expectativas de que uma vez que se reconheça pública e politicamente o setor:

- Os negócios sociais sejam diferenciados das empresas tradicionais, assim como as ONGs das organizações sem fins de lucro.

- Sejam criados mais apoios e fomento para o desenvolvimento do setor.
- Se possa gerar incentivos adicionais (tributários, compras públicas, etc.).

Na Tabela 1, se identificou diferentes tipos de apoio para enfrentar as necessidades específicas do setor no Chile.

TABELA 1
APOIO REQUERIDO PARA OS DESAFIOS DO NEGÓCIO SOCIAL NO CHILE

| | Chile |
|------------------------|--|
| Para os empreendedores | Capacitação (incluindo a melhoria da governança corporativa). |
| | Acesso a articuladores e intermediários (serviços de apoio). |
| | Financiamento na etapa de start-up. |
| | Aumento da visibilidade dos negócios sociais para facilitar seu desenvolvimento. |
| Para o ecossistema | Acesso a financiamento e apoio para a gestão e transparência. |
| | Redes de apoio locais, territoriais (trabalho com municípios). |
| | Um marco que reconheça os maiores custos dos negócios sociais e que lhes permita competir de maneira mais justa. |
| | Necessidade de coordenar, articular e gerar comunicação entre as distintas instituições públicas. |
| | Estudar em profundidade os distintos papéis e atores envolvidos no ecossistema de inovação e empreendedorismo social nacional. |

BRASIL

Em nível de país, as principais necessidades sociais nos seguintes setores foram identificadas no Brasil:

- Analfabetismo e analfabetismo funcional³³
- Saúde pública
- Desigualdade
- Saneamento básico
- Desemprego
- Violência
- Meio ambiente

A relevância de conhecer tais necessidades é que estas podem guiar a geração de políticas focalizadas no uso potencial dos negócios sociais com objetivos específicos. Da mesma forma, esse enfoque também poderia influenciar a decisão sobre qual ministério deveria coordenar e alojar a nova política que utilize os negócios sociais para resolver as necessidades sociais. Um exemplo é a Lei do Aprendiz, descrito em detalhes mais adiante no Quadro 13.

Se identificou diferentes tipos de apoio para enfrentar as necessidades específicas do setor no Brasil delineados na Tabela 2.

TABELA 2
APOIO REQUERIDO PARA OS DESAFIOS DO NEGÓCIO SOCIAL NO BRASIL

| | Brasil |
|------------------------|--|
| Para os empreendedores | Conhecimento/capacidade de gestão. |
| | Disponibilidade de capital humano. |
| | Disponibilidade de capital de risco. |
| | Acesso à informação para poder entender os distintos papéis dos atores da cadeia de apoio. |
| | Serviços de apoio: legal, mercado, contabilidade (incubação e aceleração). |
| | Acesso ao governo como cliente e financiador. |
| Para o ecossistema | Um marco regulatório específico. |
| | Estímulo a pesquisas, métricas e conhecimento articulado. |
| | Facilidade na formalização, menor burocracia, menos impostos. |
| | Investimento em treinamento. |

33 Analfabeto funcional é uma pessoa com menos de quatro anos completos de estudo. De acordo com esta definição, em 2002 o Brasil contava com um total de 32,1 milhões de analfabetos funcionais, o que representava 26% da população de 15 anos ou mais (<http://www.scribd.com/doc/55677101/Políticas-Sociais-Intersetoriais-Relacionados-aos-Determinantes-da-Saude>).

Embora seja reconhecido como algo que ajudaria o setor, o momento atual não é adequado para a criação de uma entidade legal específica para o negócio social, dada a falta de consenso sobre o mesmo. Além disso, uma necessidade identificada é contar com lideranças que atuem como interlocutores para que o setor tenha uma voz mais forte. Desta maneira, temáticas mais polêmicas, tais como a criação de uma “Associação Brasileira de Negócios Sociais” poderia ser articulada.

Casos, políticas e experiências de referência

Uma das recomendações colhidas com os especialistas é prestar atenção a outras políticas públicas que já existem e que oferecem a oportunidade de serem potencializadas caso se abra espaço os para negócios sociais, entendendo que sua adaptação ao contexto local faz-se crucial, seja entre países ou dentro de um mesmo país. Exemplos disso no Brasil são a Lei do Aprendiz, que facilita o ingresso de jovens no mercado de trabalho, e a Lei de Cotas, que visa à inclusão de pessoas com deficiência também no mundo laboral. Ambas as leis são descritas em detalhes mais adiante. No caso do Chile, o Programa de Formação para o Trabalho (Quadro 9) e outras experiências mais específicas são descritas no Quadro 12 - Programa de Inovação e Empreendimento Social.

Esta análise reafirma o interesse de avaliar e dar a conhecer, de forma setorizada, o que os negócios sociais já estão pondo em prática, bem como examinar outras políticas e áreas de interesse e contrastar a informação com as oportunidades de negócios sociais em cada país.

Uma das recomendações colhidas com os especialistas é prestar atenção a outras políticas públicas que já existem e que oferecem a oportunidade de serem potencializadas caso se abra espaço os para negócios sociais, entendendo que sua adaptação ao contexto local faz-se crucial, seja entre países ou dentro de um mesmo país.

CHILE

Com relação à experiência do Fundo de Investimento Para Negócios Sociais na área da saúde no Reino Unido, descrito anteriormente, aparentemente haveria oportunidades de explorar sua aplicação no Chile. A atenção primária de saúde e o apoio à terceira idade são competência da gestão municipal e são áreas para as quais haveria recursos em coordenação com o Ministério de Saúde. Incorporar os negócios sociais nestes campos, abordando desafios de execução e capacidades existentes, poderia oferecer oportunidades interessantes de impacto social.

QUADRO 12 - PROGRAMA DE INOVAÇÃO E EMPREENDIMENTO SOCIAL (PIES), CORFO³⁴

Diante do fato de que as soluções tradicionais que tanto Estado quanto ONGs têm implementado para superar a pobreza não têm sido suficientes, e depois de várias conversas com diferentes atores do empreendedorismo social no Chile (negócios sociais, intermediários, incubadoras, etc.), a Gerência de Inovação da Corfo (*Corporación de Fomento da Producción*) desenhou um programa focalizado em empoderar os articuladores e intermediários dos negócios sociais. Este organismo, dependente do Ministério da Economia, Fomento e Turismo, tomou esta decisão em resposta à “necessidade de adotar novos enfoques que ajudem a solucionar os problemas e déficits sociais que persistem”. Buscando a geração de empreendimentos que sejam sustentáveis e que mostrem um impacto social, definiu-se o objetivo de: gerar e apoiar empreendimentos sociais, especialmente aqueles que vinculam a base da pirâmide e setores excluídos ao sistema econômico formal.

Com um financiamento não-reembolsável de até 80% do orçamento, e um limite de 50 milhões de pesos por ano (87 milhões de dólares), foram selecionadas sete propostas a partir de aproximadamente 50 consideradas aptas. A Corfo considera que, por meio dos sete projetos selecionados, o objetivo de criar laboratórios de empreendedorismo social foi cumprido, fortalecendo essas organizações que hoje são líderes no tema.

Lições aprendidas com esta experiência:

- Existe pleno consenso sobre a pertinência do instrumento desenhado pela Corfo para apoiar a inovação e o negócio social. Sem nenhuma dúvida, a demanda por esse tipo de instrumento é confirmada e o momento para seu lançamento é considerada muito oportuno.
- O instrumento oferece uma clara oportunidade para ajudar a desenvolver o setor dos negócios sociais, agregando-lhe valor através do apoio à geração e articulação dos mesmos. A oportunidade particular existe dentro da Corfo para potencializar esse valor por meio da capacitação de executivos em outros instrumentos de fomento sobre os resultados desta primeira convocatória, já que as aprendizagens recolhidas e refletidas nos comentários e recomendações de cada ficha preenchida ajudaram a realizar uma identificação oportuna, encaminhamento e guia para novas propostas que promovam a inovação e o negócio social.
- Um aprendizado importante tem a ver com a comunicação externa do programa, uma vez que a convocatória foi entendida por parte das empresas e não dos articuladores, os quais, em última análise, são poucos no ecossistema atual. Na prática, para muitos este programa se confundiu com a necessidade de financiamento para os próprios empreendimentos: das 150 inscrições, cerca de 100 não eram pertinentes; não se entendeu que se queria promover intermediários, articuladores, etc.
- A apresentação do marco 1 do projeto mostra que há desafios, sendo a definição e medição do impacto o mais importante deles. Para tal finalidade, o programa contou com consultorias externas para assessorar os sete projetos.

- Segue-se mantendo o interesse em apoiar mais os articuladores do que diretamente os negócios sociais, ideia coerente com as recomendações dos especialistas internacionais, dado o estado de desenvolvimento do setor no Chile. Este projeto, no entanto, contrasta com as experiências de outros países que tiveram bons resultados desenvolvendo instrumentos específicos para os negócios sociais (por exemplo, os Títulos de Impacto Social ou o Fundo de Investimento e Preparação Para Contratos, do Reino Unido).
- A necessidade de contar com uma definição de negócio social sustentável economicamente. Mas, mais além disso, como “chegar lá”, por parte dos articuladores, uma tarefa complexa e que motiva a busca de experiências internacionais comparáveis para fazer *benchmarking*.

Pensando nos próximos passos do programa e no apoio ao setor, espera-se criar mais projetos PAE (Programa de Apoio ao Ambiente para o Empreendimento e a Inovação),³⁵ instrumento existente na Corfo. Também, de fazer um mapa de atores regionais que estejam presentes quando uma oportunidade desponta. Uma dificuldade que a Corfo enfrentaria é a equipe reduzida que conta para esses objetivos, situação derivada da falta de posicionamento dos negócios sociais na agenda da política. Uma vantagem de inserir os esforços dentro do que já existe é que estes estariam mais integrados e evitariam qualquer isolamento do tema.

Desenvolvimento de um esboço de projeto de lei para uma entidade legal

Em 2012, o Ministério da Economia, Fomento e Turismo do Chile convocou os membros dos setores público, privado e da sociedade civil para uma mesa de trabalho multissetorial, cujo objetivo foi criar uma instância de discussão em torno dessas novas tendências de negócios e, em particular, avaliar a necessidade de uma legislação para regulá-las.

O resultado deste trabalho conduziu à elaboração de um primeiro esboço de anteprojeto de lei dedicado aos negócios sociais. Este documento informal aborda muitos dos elementos discutidos na mesa de trabalho e reflete uma série de aprendizagens que podem servir para os próximos esforços de geração de políticas em favor do setor. Assim mesmo, uma das importantes conquistas alcançadas foi instalar o tema do desenvolvimento sustentável na formulação de políticas públicas devido ao potencial que este modelo oferece.

A mesa se concentrou em avaliar a conveniência e justificação de uma legislação que reconheça esses novos modelos de negócio e lhes dê a segurança jurídica de que precisam para operar.

Neste processo, foi crucial a participação e iniciativa do Sistema B, organização sem fins lucrativos “que facilita e dá escala a empresas que redefinem o sucesso nos negócios e nossas sociedades utilizando as forças de mercado para resolver os problemas ambientais e sociais”, bem como o interesse demonstrado pelo ministério da matéria e do ministro daquela época, em particular. Esses atores destacaram-se na organização e patrocínio de um seminário intitulado “A Nova Empresa”, que permitiu a difusão do impulso que movia a mesa de trabalho, na qual também sobressaem o

³⁴ <http://www.corfo.cl/programas-y-concursos/programas/concurso-innovacion-y-empredimiento-social>

³⁵ <http://www.corfo.cl/programas-y-concursos/programas/programa-de-apoyo-al-entorno-para-el-empredimiento-y-la-innovacion-pae>

Ministério de Desenvolvimento Social, fundações ligadas a questões de responsabilidade social empresarial, acadêmicos, consultores de questões de negócios e desenvolvimento sustentável, PNUD e estudos jurídicos.

No que diz respeito ao seu conteúdo, o esboço de proposta sugere a criação de um estatuto jurídico flexível do qual qualquer sociedade civil ou comercial existente possa se beneficiar para declarar e proteger seus objetivos de buscar impacto social sobre a geração e maximização dos lucros. Este esboço foi apresentado, na oportunidade, para a autoridade competente.

Na opinião daqueles que participaram do projeto, muitos elementos foram favoráveis ao mesmo: existia uma mesa de trabalho, se redigiu primeiro um rascunho, havia trabalho e coordenação com alguns grupos de interesse. No entanto, eles concordam que, para projetos novos como este, é preciso vontade política para impulsionar a ideia. No caso deste projeto, as mudanças na conjuntura política influíram no progresso e continuidade do anteprojeto. Assim, não se cumpriu o requisito de contar com a constelação ideal de forças políticas para manter aberta a “janela política” previamente tratada. Existiam, à disposição para análise, a problemática social e as alternativas de marco jurídico, mas faltavam os fatores políticos. O “empreendedor de políticas” mudou dado que a situação obrigou o engajado e interessado ministro a reorganizar prioridades.

Sendo um setor nascente, as dúvidas identificadas exigiram mais tempo para amadurecer, dado que este não é um projeto fácil que aglutine todos os consensos naturalmente. Parte das perguntas incluem a probabilidade de gerar uma distinção entre empresas “boas e más” - possível discriminação negativa contra as empresas que não levam o selo de “sociais” -, além da importância de

olhar para os conflitos de interesse associados e a real justificativa para um projeto de lei.

A justificativa para um projeto de lei pode ser pensado a partir de outras experiências. Por exemplo, na Europa Central a maioria dos países não contam com uma estratégia para os negócios sociais e legislar isoladamente sobre o tema pode ser contraproducente. De acordo com Echart e Comolli (2013), “os desenvolvedores de políticas tentaram, em alguns casos, regular e certificar negócios sociais antes de permitir-lhes que se desenvolvam e diversifiquem o setor (e o mercado), o que, em muitos casos, significou limitações em vez de desenvolvimento”. Um exemplo é a Eslovênia, onde nenhum negócio social como definido pela lei foi registrado desde que a legislação a respeito foi criada e uma figura legal específica existe desde janeiro de 2011. A lição tirada pelos autores é que “as políticas deveriam permitir, primeiro, a experimentação de diferentes formas e enfoques, e depois ajudar a disseminar as melhores práticas”.

No caso do Chile, uma conquista da mesa de trabalho multissetorial foi instalar o tema na agenda política em nível de ministério e, assim, fazer com que começasse a ser conhecido em nível de Estado. Uma aspiração não cumprida foi conseguir a continuidade de tal mesa técnica, independente do estado de avanço que o projeto de lei registrava. A percepção atual é que esta mesa de trabalho poderia ser reestabelecida e fortalecida.

Ideias presentes no projeto Corfo:

- Dar certeza jurídica para que, a partir disso, as políticas públicas possam se desenvolver. Por exemplo, a possibilidade de receber doações no âmbito das compras públicas ou outros.
- Criar um instrumento flexível e simples que apoie o desenvolvimento de negócios sociais no Chile.

- Outorgar a possibilidade de que qualquer entidade da sociedade civil ou comercial possa beneficiar-se da lei, modificando seus estatutos e buscando subsídios de acordo com o regime jurídico adequado a cada uma naquilo que não foi coberto pela nova legislação. Esta ideia foi mais forte do que a de criar uma figura jurídica nova, evitando assim que as empresas que já existem sob outras estruturas tenham que mudar de natureza societária. Desta maneira, qualquer sociedade existente poderia ser acolhida pela nova lei.
- Alternativas consideradas:
 - Companhia de Interesse Comunitário (*Community Interest Company*), figura jurídica criada no Reino Unido. Por este modelo, as empresas não podem destinar seus ativos nem seu capital a um uso distinto do propósito do negócio social. Isto permite garantir aos investidores que o capital por eles investido será destinado ao objeto da empresa. Assim mesmo, a retirada de lucros é limitada.
 - O sistema dos EUA é mais flexível, permitindo voluntariamente a mudança de enfoque e a retirada de lucros se os objetivos, que devem ser compactuados, foram cumpridos.
 - Outros casos considerados foram os da Espanha e Itália, mencionados mais adiante neste documento.

Desafios identificados pelos envolvidos durante o processo e para o futuro:

- Incredulidade e falta de convencimento. Há pessoas que ainda não acreditam que isto possa ser realidade, ou seja, que haja empreendedores que queiram seguir a linha proposta pelos negócios sociais. Por que os empresários deveriam ter outros objetivos que

não maximizar seus lucros? Aparentemente, a mudança de mentalidade necessária requer mais tempo.

- Assumir que existe entendimento. O processo foi enriquecido com as discussões, mas para aqueles que participaram, as ideias já parecem óbvias. A opinião de que durante o processo não tem sido fácil sensibilizar todas as pessoas sobre os negócios sociais é uma tendência. Isto não é uma crítica, mas parte de um processo de mudança que mostra progressos, pausas e novos impulsos.
- Definir o escopo do projeto. Houve um debate sobre o quão ampla ou específica deveria ser a figura do negócio social, incluindo o questionamento sobre incluir ou não o setor sem fins lucrativos. O importante, ressaltar os participantes, é que todos os pontos possam ser debatidos. A este respeito e como referência cabe mencionar:
 - As empresas já têm o pilar econômico; seriam agregados o social e o ambiental.
 - As organizações sem fins de lucro têm os pilares social e ambiental, e já podem gerar lucros de mercado. No Reino Unido, os negócios sociais usam o mercado para se autofinanciar em no mínimo 51%. Um risco identificado é que os negócios sociais sejam consideradas como fundações, confundindo a mensagem de fundo. Entretanto, há dúvidas sobre quem fiscalizaria isto, uma vez que se indica como requisito a geração de um mínimo de entradas vindas do mercado.
 - Assim, o projeto até o momento considera somente sociedades civis e comerciais, e avalia o ingresso das organizações sem fins lucrativos. Este tema pode seguir contrastando-se com a experiência da Espanha, onde a lei do marco para o setor reconhece a diversidade do mesmo, ainda que haja dificuldade em praticá-la.

- No caso das cooperativas, estas se encontram num espaço híbrido que não é puramente com ou sem fins lucrativos, mas ao que parece poderiam ser assimiladas às sociedades comerciais. Este é um tema que seguiria em debate.

Lições recolhidas

Parte dos fatores que ajudaram no avanço desta iniciativa legal foram:

- Trabalho de *lobby*. Neste caso, o esforço necessário foi realizado pelo *Sistema B* em seu interesse de contar com um reconhecimento jurídico para as empresas certificadas nos princípios que promovem, ou seja, antepor fins sociais à maximização de lucros.
- As características dos funcionários públicos. Se reconhece a importância de funcionários que levam adiante tarefas que culminam com um projecto de lei, e cujo nível de compromisso com o mesmo permite instalar o tema e manter o *timing* durante o processo. Este papel combina com a definição de “empreendedor de políticas”, dado seu compromisso com o projeto, impregnado da visão e do objetivo para alçá-lo a partir de dentro.

A definição de negócio social parece ter sido um dos pontos mais complicados e difíceis de se chegar a um acordo. Dado que o projeto está parado, há trabalho a se fazer para o momento em que se possa reativá-lo, e esse trabalho poderia incluir, na lei, as coisas mais importantes que um negócio social deveria ter. Neste ponto, parece ser necessário incluir mais especialistas com essa experiência específica a fim de concretizar as definições.

As justificativas

É importante saber as justificativas incorporadas no desenvolvimento do projeto de lei, aspectos os quais se busca cumprir dentro do possível. Estas justificativas referem-se a uma série de lacunas enfrentadas por negócios sociais no Chile:

- a) Espaço híbrido.** Os negócios sociais combinam lucro com interesse social, assim as estruturas tradicionais, que diferem apenas pessoas jurídicas com e sem fins lucrativos, são insuficientes para acomodar este novo modelo de negócios.
- b) Credibilidade para investidores, consumidores e mercado em geral.** Na ausência de um marco jurídico que regule suas obrigações e compromissos, os negócios sociais têm dificuldades para transmitir seu modelo de negócios ao mercado. Além disso, percebe-se desconfiança entre os consumidores, que não julgam crível a proposta de valor social dessas empresas, o que afeta a capacidade de captar investimentos e que uma segurança jurídica ajudaria a operar.
- c) O conceito de sociedade do Código Civil não acolhe estes novos esquemas.** A distribuição do benefício está vinculada a uma noção econômica e, neste sentido, a lógica tradicional da estrutura do modelo de negócio está orientada à maximização legítima dos lucros. Este conceito, que data do século XIX não inclui a proposta dos negócios sociais, os quais incorporam, em seus objetivos, benefícios de orientação social e ambiental, vazio este que uma legislação poderia suprir.
- d) Extender o dever fiduciário dos diretores.** A governança corporativa dos negócios sociais deve considerar os interesses dos demais grupos de interesse e o propósito definido em seus estatutos, e não apenas os

dos acionistas ou proprietários. Como isso deve ser feito de forma mandatória e acima do interesse dos acionistas em maximizar os lucros, surge um conflito, posto que é difícil que a atual Lei de Sociedades Anônimas abarque essa característica essencial de não entender o interesse social como a maximização dos lucros da companhia. A lei não define o conceito de interesse social, mas procura clarificá-lo.

- e) Governança e elegibilidade.** Outra justificativa é a necessidade de proteger o propósito ou missão da empresa, com a proibição de diretores e administradores de adotar políticas ou decisões não tenham como finalidade o propósito organizacional definido nos estatutos nos termos da presente lei (o interesse social da empresa). Assim, impede-se que os gestores tomem decisões que contrariem o propósito e que os acionistas ou proprietários solicitem que os administradores adotem decisões que o transgridam.
- f) Resguardar a empresa de possíveis litígios incertos.** Dado que os públicos a serem beneficiados pelos objetivos dos negócios sociais são difusos, é necessário clarificar que os únicos que podem demandar o cumprimento das obrigações que tenham como fim a geração de impacto social e ambiental são os acionistas ou proprietários, ou os administradores ou a própria empresa. É necessário evitar se expor a litígios e demandas incertas ou excessivamente onerosas.
- g) Aspectos tributários.** Outro aspecto que se deve esclarecer e atualizar é que, uma vez que estas empresas incorporam dentro de seus objetos sociais propósitos destinados a gerar um impacto social e ambiental positivo, os gastos e custos que produzem devem ser considerados necessários para produzir renda. Assim mesmo, um sistema que dê credibilidade permitirá ir alçando incentivos

em nível de desenvolvimento de políticas públicas.

- h) Efeitos positivos:** A justificativa final refere-se à necessidade de introduzir um novo conceito de modelo de negócio possa ser considerado uma ferramenta extremamente valiosa para alcançar o desenvolvimento sustentável, para a busca de soluções às problemáticas sociais e ambientais originadas na iniciativa privada.

BRASIL

O cenário do desenho de políticas públicas no Brasil é caracterizado por iniciativas progressistas orientadas ao crescimento econômico, à equidade social e à conservação ambiental. Apesar dos longos períodos de tempo que exigem os debates públicos para que sejam aprovadas e transformadas em legislação que se implemente e obrigue seu cumprimento no país, as políticas públicas no Brasil não são suficientes por si mesmas para serem aplicadas em nível nacional, nem para converter as empresas em entidades capazes de seguir tais políticas e incorporá-las em seu trabalho e processos.

A partir do acima exposto, o setor de negócios sociais representa a oportunidade de responder com soluções reais e de maneira mais ágil aos desafios sociais e ambientais. Ao mesmo tempo, destaca a necessidade de contar uma interface mais forte com o governo e setor público brasileiro, tanto em nível federal como no nível dos estados e municípios para cumprir sua promessa de oferecer essas soluções.

Geralmente, os negócios sociais no Brasil conhecem o seu mercado e sua participação no mesmo, e estão motivados a mitigar os problemas

sociais e ambientais que o país enfrenta considerando as oportunidades de negócios que as políticas públicas, existentes e futuras, poderiam gerar.

Os seguintes sete casos de políticas públicas no Brasil apresentam um elevado potencial para os negócios sociais, reforçando sua viabilidade estratégica para serem escalados no país:

1) **Lei do Aprendiz (Lei 10.097/2000).**³⁶

Favorece a inclusão de jovens estudantes sem experiência anterior no mercado de trabalho formal, a fim de resolver a inclusão de jovens de baixa renda no trabalho. Normalmente, esses jovens não têm acesso a uma boa educação e começam a trabalhar em uma idade precoce para complementar a renda familiar, situação que costuma causar evasão escolar em muitos casos. Os estudos são substituídos por empregos que geralmente não oferecem oportunidade de crescimento ou de carreira.

A Lei do Aprendiz exige que as empresas contratem jovens sem experiência anterior em um programa que oferece aprendizagem fora do local de trabalho. Regulamentada pelo Decreto nº 5.598/2005, a lei requer que todas as médias e grandes empresas empreguem adolescentes e jovens adultos entre 14 e 24 anos sem experiência de trabalho. Trata-se de um contrato especial de emprego por um período determinado, de no máximo dois anos, pelo qual os jovens beneficiários são contratados por empresas como aprendizes e a carga de trabalho sob contrato deve incluir as

horas de aulas na instituição de ensino.

Apesar da exigência da lei para a contratação de aprendizes, as empresas não estão preparadas para capacitar e absorver estes jovens em suas estruturas (Quadro 13). Esse tipo de problema acaba sendo uma grande oportunidade para o surgimento de negócios sociais dedicados precisamente a capacitar jovens em risco social, podendo agora abastecer a demanda dessas empresas.

De acordo com a legislação em vigor, a participação dos aprendizes situa-se entre um mínimo de 5% e um máximo de 15%, calculado sobre o número total de empregados cujas funções demandem formação profissional. O empregador, dentro dos limites estabelecidos, deve contratar o número de aprendizes que melhor se adapte às suas necessidades, levando em consideração que a unidade fracionada é usada para admitir um estudante, e que as funções diretivas de nível superior e técnico são removidas da base de cálculo.

QUADRO 13 - INCORES: UM NEGÓCIO SOCIAL INCUBADO PELA NESST INSPIRADO PELA LEI DO APRENDIZ

O Incores nasceu em 2010 quando a diretora de uma organização internacional no Brasil e sua equipe se organizaram na forma de negócio social. Isto se deu porque sua organização matriz, que durante oito anos vinha treinando e preparando jovens brasileiros para o emprego formal, deixa o país ao término do financiamento que recebeu da Agência para o Desenvolvimento Internacional dos EUA. A empresa aproveita, então, a exigência da Lei do Aprendiz, que requer que 5-15% dos empregados das empresas privadas com mais de sete funcionários devem ser aprendizes em formação e estipula que as mesmas devem pagar pela capacitação e tutoria de seus aprendizes, certificada pela agência de formação.

A experiência da equipe do Incores no trabalho com as comunidades em risco lhe qualificou para se tornar um organismo de certificação qualificado, que até a presente data foi capaz de colocar mais de 300 jovens em empresas locais e espera fazer o mesmo com outros 700 no curto prazo. O programa de treinamento oferece 1.840 horas de formação prática e 460 horas de aulas teóricas em classe, por um período de dois anos. Os honorários pagos pelas empresas correspondem aos serviços de capacitação e tutoria, o pagamento de salários dos jovens e a gestão do dia-a-dia do negócio social. Hoje, o Incores se autofinancia em 96%.

Através da formação, os jovens começam a experimentar uma nova maneira de ver o mundo à medida que aprendem a se tornar membros responsáveis, confiáveis e necessários para a equipe corporativa. O impacto sobre a mudança de vida que esta experiência gera sobre si mesmos e suas famílias, bem como em os outros jovens que os vêem como modelos a seguir, têm implicações enormes para a superação da pobreza no Brasil.

A política de aquisições no Brasil proporciona uma oportunidade muito sólida para o crescimento à medida que mais e mais empresas estão começando a solicitar os serviços do Incores. No entanto, o rápido crescimento tem implicações de risco para este negócio social já que, atualmente, ele não tem nem os equipamentos nem os sistemas adequados que lhe permitiriam atender a essa demanda. O negócio social deve, em primeiro lugar, consolidar seu modelo para assegurar-se que está bem posicionado para este tipo de crescimento. A necessidade de uma forte liderança e governança, assim como de uma equipe treinada e preparada para responder às demandas dos clientes, torna-se crítica nesta fase.

³⁶ Este texto foi extraído e resumido a partir de informações da página do Ministério do Trabalho e Emprego do Brasil na internet

2) **Lei de Cotas (Lei 8213/91).**³⁷ A lei para a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho foi promulgada em 24 de julho de 1991. Esta lei reforça a Lei 7853,³⁸ de 1989, para a integração de deficientes na sociedade e fomenta uma solução para o problema social do desemprego de pessoas com deficiência. Ao exigir que as empresas contratem trabalhadores com deficiência, a legislação favorece a atenção para a inclusão social deste grupo, mas não resolve o problema da falta de formação dessas pessoas, as quais também não têm um acesso fácil à educação formal ou à formação profissional. Na época da definição da lei, o mercado de trabalho não estava preparado para receber pessoas com deficiência física ou intelectual em suas organizações, e a maioria ainda não está. Há uma série de ajustes a fazer para que os deficientes possam ser totalmente integrados a uma equipe de trabalho, desde aspectos estruturais até a adaptação por parte dos empregados que recebem novos colegas com deficiência.

O artigo 93 da Lei 8213/91 estabelece que uma empresa com cem ou mais funcionários está obrigada a completar da seguinte maneira de 2% a 5% de seus postos com beneficiários reabilitados ou pessoas com deficiência:

I - Até 200 empregados: 2%

II – De 201 a 500: 3%

III – De 501 a 1000: 4%

IV – De 1001 a diante: 5%

Segundo o agrupamento Tecnólogos de Segurança no Trabalho,³⁹ a lei já percorreu um longo caminho com a introdução, por exemplo, de uma multa de até 119.512,33 reais (cerca de 51.000 de dólares) para as empresas que não a respeitem, ou mesmo considerando como um ato discriminatório manter todos os trabalhadores com deficiência em um mesmo departamento da empresa. No entanto, a realidade é que a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho continua a ser um desafio para a sociedade brasileira. Muitas empresas têm avançado no número de contratações, mas não conseguem reter esse profissional. O Ministério do Trabalho informou que, entre 2007 e 2010, o número de pessoas com deficiência empregadas diminuiu 12%, com o fechamento de mais de 42 mil postos de trabalho.

Dados os desafios para a plena aplicação da lei pelo mercado, algumas oportunidades para o surgimento ou fortalecimento dos negócios sociais estão surgindo. Estas são:

- Falta de oferta de formação de pessoas com deficiências para o mercado.
- Oferecer serviços de preparação (física, psicológica e social) para que o mercado possa receber esta mão de obra.
- Difundir dados de investigação qualitativa sobre os tipos de ocupação recomendados segundo o tipo de deficiência.

Exemplos de uma legislação semelhante na Europa mostram que há espaço para um maior refinamento da lei existente para facilitar a inclusão de pessoas com deficiência. Na Eslováquia e Romênia, por exemplo, leis parecidas à Lei de Cotas permitem que as empresas que não conseguem contratar deficientes possam cumprir a sua “cota” mediante a compra de produtos ou serviços realizados por pessoas com deficiência. Vários negócios sociais

incubados no portfólio NESsT empregam pessoas com deficiência e vendem produtos e serviços para empresas. Na Romênia, por exemplo, o governo oferece pequenos subsídios para ajudar as pessoas com deficiência a comprar cadeiras de rodas do negócio social *Motivation*.

No Quadro 14, a seguir, detalhamos uma legislação e apresentamos um caso que reforça, mais uma vez, a oportunidade existente para os negócios sociais em relação ao cumprimento de determinadas leis brasileiras com foco na resolução de problemas sociais.

Negócio Social Fundação Dorina Nowill (Brasil).

Abaixo: Negócio Social Incores (Brasil).



37 http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8213cons.htm

38 A Lei nº 7853, de 24 de outubro de 1989 se refere ao apoio às pessoas com deficiência, sua integração social, e à Coordenadoria Nacional para a Integração das Pessoas com Deficiência - Corde, estabelecendo a proteção judicial dos interesses coletivos destas pessoas, disciplinando a atividade dos fiscais, definindo os delitos e outras medidas. (baseado em informações da página do governo federal)

39 <http://www.trabalhosegurovidafutura.com/2011/11/lei-de-cotas-para-os-deficientes.html>

QUADRO 14 - FUNDAÇÃO DORINA NOWILL PARA CEGOS: UM NEGÓCIO SOCIAL INCUBADO PELA NESST

A Fundação Dorina Nowill Para Cegos⁴⁰ trabalha há 68 anos para facilitar a inclusão social de crianças, jovens e adultos de baixa visão ou cegos. Esta fundação oferece reabilitação especializada, educação especial, clínica para visão deficiente e programas de empregabilidade. Hoje em dia a instituição é uma referência na produção de livros e revistas acessíveis em braille, falados e *Daisy Digital*,⁴¹ distribuídos gratuitamente a pessoas com deficiência visual e a mais de 5.000 escolas, bibliotecas e organizações de todo o Brasil. A área de negócios da fundação tem contribuído grandemente para sua sustentabilidade financeira.

A inclusão da Lei de Cotas foi melhorada em favor da inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho e o crescimento de negócios sociais como a Fundação Dorina Nowill. De acordo com dados do último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), existem no Brasil cerca de 24,5 milhões de pessoas com deficiência, o que equivale a 14,5% da população. Neste cenário, a Fundação Dorina Nowill para Cegos, por meio de seu Programa de Empregabilidade, promove a reabilitação profissional para pessoas cegas ou com baixa visão por meio de orientação, colocação profissional e cursos de informática. Além disso, a instituição assessora as empresas na implementação de projetos de desenvolvimento em educação corporativa para a inclusão das pessoas com deficiência no mercado de trabalho, via uma nova filosofia de contratação: incluir o deficiente aproveitando seu potencial e não só para atender à lei de cotas. *“Um dos passos mais importantes na inclusão social das pessoas com deficiência se encontra no mercado de trabalho, já que este proporciona as condições para que eles sustentem a si mesmos e a suas famílias, assim como o seu desenvolvimento pleno e independente na sociedade. A Lei de Cotas tem desempenhado um papel chave neste processo, mas ainda há muito o que fazer”*, disse Adermir Ramos da Silva Filho, Diretor Executivo da Fundação Dorina Nowill para Cegos.

A Lei de Cotas representa um marco na luta pela inclusão das pessoas com deficiência no mercado laboral, mas ainda que se registre um importante progresso, sua inclusão no trabalho segue sendo um desafio. O desconhecimento das potencialidades das pessoas com deficiência é uma das principais barreiras para sua inserção no ambiente profissional. Para a Fundação Dorina Nowill para Cegos, é muito importante que as empresas entendam a importância do trabalho das pessoas com deficiência, como é seu processo de inclusão e onde buscar profissionais.

40 <http://www.fundacaodorina.org.br/o-que-fazemos/prestacao-de-servicos/>

41 DAISY (Digital Accessible Information System) é um padrão técnico para livros de áudio digital, periódicos e textos computadorizados. O sistema DAISY é projetado para ser um substituto completo de áudio para materiais escritos e é projetado especificamente para uso por pessoas com limitação à leitura, incluindo idosos, cegos, deficientes visuais e pessoas com dislexia.

- 3) **Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei 12.305/2010).**⁴² Estabelece a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que contém instrumentos importantes para permitir ao país o avanço necessário e fazer frente aos problemas ambientais, sociais e econômicos decorrentes do manejo inadequado de resíduos sólidos. Essa política considera a prevenção e redução da geração de resíduos e propõe a prática de hábitos de consumo sustentáveis e um conjunto de ferramentas para proporcionar o aumento da reciclagem e reutilização de resíduos sólidos (que têm valor econômico e podem ser reciclados ou reutilizados), além da disposição ambientalmente adequada dos mesmos. A lei também estabelece a responsabilidade compartilhada dos geradores de resíduos: fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, cidadãos e titulares de serviços de gestão de resíduos urbanos na logística inversa dos resíduos, no pós-consumo e nos envases pós-consumo. Também cria metas importantes que contribuem para a eliminação dos aterros sanitários e estabelece os instrumentos de planejamento que se estabelecem em nível nacional, estadual, microrregional, interurbano e nos níveis metropolitanos e municipais, juntamente com a imposição de que os indivíduos desenvolvam seus planos de gestão de resíduos sólidos.

Em relação ao marco jurídico, esta lei coloca o Brasil em pé de igualdade com os principais países desenvolvidos, ao mesmo tempo que inova com a inclusão de coletores (catadores) de materiais recicláveis e reutilizáveis, tanto na logística inversa como na coleta seletiva. Além disso, os instrumentos da PNRS

ajudam o Brasil a atingir uma das metas do Plano Nacional sobre Mudança do Clima, que é obter uma taxa de reciclagem de 20% até 2015.

Para alguns especialistas entrevistados, o Brasil é uma referência em algumas políticas, mas ainda enfrenta obstáculos para sua plena implementação. A crítica à PNRS se refere a um gargalo, já que é necessário reduzir as embalagens e, ao mesmo tempo, melhorar a reciclagem. Os recicladores são atores fundamentais para a política de resíduos sólidos, mas muitas empresas não querem contratar esse tipo de mão de obra, em geral informal ou organizados em cooperativas. O setor privado, por exemplo as indústrias de pneus, eletrônicos e pesticidas, é chamado a pagar a conta de organizar a coleta e eliminação de resíduos.

O Brasil é considerado um sucesso para a avaliação comparativa nas seguintes áreas: pneus, embalagens de pesticidas, embalagens de óleos lubrificantes, óleos lubrificantes e baterias de carro. Os pneus, baterias, lâmpadas e produtos eletrônicos são mais complicados porque não são jogados no lixo e, portanto, não são procurados pelos coletores. Assim, a PNRS abre possibilidades para as cooperativas de reciclagem, mas o assunto está enfrentando um conflito diante da incerteza sobre quem paga essa conta: o governo ou a indústria?

Em seu artigo Lixo Zero,⁴³ Abramovay, Speranza e Petitgand afirmam que:

“[...] todos os elos da cadeia que vai da extração mineral à produção de bens e serviços, da sua venda, de seu consumo ao seu descarte, todos têm interesse direto no

42 <http://www.mma.gov.br/pol/C3%ADtica-de-res/C3%ADduos-s%C3%B3lidos>

43 <http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/09/Residuos-Lixo-Zero.pdf>

que ocorre com o produto depois de seu uso. Mas o eixo em torno do qual essa cadeia se organiza está no princípio de que produtores e importadores respondem financeiramente, e por vezes fisicamente, pela conformação dos sistemas que vão permitir que os elementos materiais até aqui tratados como lixo sejam base para a formação de nova riqueza. É a transformação desse princípio em cultura institucional que abre caminho para o sucesso da Política Nacional de Resíduos Sólidos. ”



Negócio Social União de Mulheres (Brasil).

A adaptação da indústria e da sociedade para nova política é, sem dúvida, outra grande oportunidade para o surgimento de negócios sociais sustentáveis, desde a estruturação e formação de cooperativas de coletores/ catadores até o surgimento de novas indústrias de reciclagem baseadas nos princípios de *upcycling*⁴⁴ e *cradle to cradle*.⁴⁵

Um exemplo das oportunidades geradas pela incorporação do conceito de organização de toda a cadeia de valor para reduzir a geração de resíduos na empresa é dado pelas toneladas de uniformes descartados diariamente nas plantas da Volkswagen no Brasil. Como resultado, a Fundação Volkswagen criou o *Sewing the Future* (Costurando o Futuro). O projeto busca gerar capacidades técnicas, organizacionais e de negócios para as comunidades necessitadas do entorno de suas fábricas para apoiar a confecção de bolsas, carteiras e acessórios a partir de uniformes antigos dos funcionários. Por um lado, o projeto tem um enfoque social, já que aumenta a geração de recursos na comunidade e, por outro, produz impacto ambiental ao reduzir materiais de descarte.

4) Programa de Aquisição de Alimentos (PAA):⁴⁶ Criado em 2003, a AAP apoia os pequenos agricultores e a agricultura familiar, além de abordar o problema da fome e da pobreza, promovendo o acesso aos alimentos para populações de muito baixa renda no Brasil. As modalidades do PAA são apresentadas na Tabela 3.

44 *Upcycling* é o processo de converter materiais de descarte ou produtos inúteis em novos materiais ou produtos de melhor qualidade ou melhor impacto ambiental.
45 <http://www.cradletocradle.com/>
46 <http://portal.mda.gov.br/portal/saf/programas/paa> y <http://www.mds.gov.br>

TABELA 3
MODALIDADES DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS⁴⁷

| | |
|--|---|
| CDAF Compra direta aos agricultores familiares | Permite a aquisição de alimentos por parte do governo federal, usando preços de referência, através da compra direta de produtores organizados em grupos formais (cooperativas e associações) ou informais com o objetivo de formar uma reserva estratégica de alimentos. É operado pela Conab ⁴⁸ com recursos do MDS ⁴⁹ e MDA. ⁵⁰ O valor anual negociado por agricultor vai até de 8.000 reais (3.400 de dólares, aproximadamente). |
| CPR-Doação Compra com doação simultânea | Promove a coordenação entre a produção de agricultores familiares e as demandas locais de suplementos nutricionais de escolas, abrigos, asilos, hospitais públicos, programas sociais da cidade, bancos de alimentos, refeitórios e cozinhas comunitárias. Este modo é conhecido como Compra Direta Local da Agricultura Familiar (CDLAF), quando é operada por governos estaduais e municipais, ou como Compra da Agricultura Familiar com Doação Simultânea (CPR Doação), quando é operado pela Conab com recursos do MDS. O limite anual comercializado por agricultor nesta modalidade é de 4.500 reais (1.900 de dólares aproximadamente). |
| CPR-Estoque Formação de inventário para a agricultura familiar | Tem o objetivo de adquirir alimentos para consumo humano das colheitas procedentes das famílias de agricultores organizados em grupos formais para criar um inventário de suas próprias organizações. Ele é operado pela Conab com fundos do MDA e MDS. O valor anual negociado por agricultor é limitado a 8.000 reais (3.400 de dólares aproximadamente). |
| IPCL (PAA Leite) Fomento à produção e consumo de leite | Estimula a produção de leite e fomenta seu consumo por parte de famílias e pessoas em situação de risco alimentar. É operado pelos estados de Minas Gerais e da região Nordeste, com financiamento do MDS (85%) e dos próprios estados. O valor limite anual por agricultor é de 4.000 reais (1.700 de dólares, aproximadamente). |

O PAA significa novas oportunidades de acesso ao mercado para os pequenos produtores da agricultura familiar de pequenos agricultores, agora considerados categoria social, sem ter que se submeter à lógica tradicional do mercado de matérias-primas, que se concentra em escala e nível tecnológico, não incluindo este perfil de produtor. A garantia de comercialização oferecida pelo PAA assegura a autonomia dos agricultores em relação aos intermediários,

fato que ainda é um grande problema social no Brasil. Os estudiosos do PAA também demonstraram que o programa resultou na melhoria da qualidade, quantidade e variedade de alimentos das famílias produtoras, uma vez que promove a diversificação da produção. Este programa oferece potencial para ser melhorado e ampliado ao apoiar a associação entre produtores beneficiários no que poderia ser considerado um negócio social, união cujo objetivo seria melhorar

47 Extraído do artigo “Contribuições do Programa de Aquisição de Alimentos à segurança alimentar e nutricional e à criação de mercados para a agricultura familiar”. Catia Grisa, Claudia Job Schmitt, Lauro Francisco Mattei, Renato Sergio Maluf e Sergio Pereira Leite – Revista Agriculturas, Volume 8, Nro. 3 Setembro de 2011 (<http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2011/11/artigo-6.pdf>).
48 Companhia Nacional de Abastecimento
49 Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome
50 Ministério do Desenvolvimento Agrário

ainda mais a produção e qualidade, bem como responder de forma otimizada à oportunidade oferecida originalmente pelo PAA.

Finalmente, o PAA e a experiência nas compras públicas têm inspirado iniciativas semelhantes em outros países, como Moçambique, Malawi, Etiópia, Senegal e Níger. O *PAA Africa* significa comprar dos próprios africanos para a África.

5) Todos para a Creche - Creche para Todos:⁵¹ Assegurar o acesso de crianças de 0-4 anos a uma creche em tempo integral ou parcial, conforme previsto por lei, é um dos maiores desafios enfrentados pelos municípios e pelo sistema de educação pública brasileiro dada a incapacidade de absorver a demanda. Em 2007, o Ministério da Educação (MEC), desenvolveu o *Programa Nacional de Reestruturação e Aquisição de Equipamentos para a Rede Escolar Pública de Educação Infantil*, o Programa *Proinfância*, a partir da consideração de que construir berçários e creches, além da compra de equipamentos, é chave para melhorar a educação pública para essa faixa etária. O Programa Proinfância foi instituído na Resolução 6, de abril de 2007, alojado no Plano de Desenvolvimento da Educação do MEC, e financiado através do Fundo Nacional para o Desenvolvimento da Educação (FNDE).

O objetivo fundamental do Proinfância é proporcionar assistência financeira aos governos municipais para garantir o acesso de crianças à creche e pré-escola dentro do sistema escolar público. As unidades físicas construídas no programa têm que fornecer o ambiente essencial para promover e facilitar a aprendizagem das crianças, tais como salas

de aula, de informática, bibliotecas, banheiros, áreas de lazer cobertas, parquinhos, refeitórios, espaços para atividades recreativas e esportivas, bem como áreas de administração e serviços.

Entre 2007 e 2011, o Proinfância investiu na construção de 2.543 pré-escolas no país. Desde 2011, através da inclusão do programa no Plano de Aceleração do Crescimento (PAC 2), um adicional de 3.135 creches e pré-escolas foram apoiados com recursos federais. No período de 2013-2014, Proinfância foi desafiado a apoiar a construção de mais de 3.000 unidades em todo o país.

O Proinfância também transfere recursos financeiros para a compra de equipamentos aos municípios com escolas em fase final de construção. Mais de 2.500 municípios receberam apoio do FNDE para adquirir móveis e equipamentos, tais como mesas, cadeiras, berços, freezers, fogões e fontes de água.

A oportunidade que esta política oferece aos negócios sociais poderia agrupar-se em dois modelos de negócios: 1) Creches e escolas geridas como negócios sociais que tenham o governo como cliente; 2) Creches e escolas orientadas a diferentes estratos socioeconômicos, utilizando o modelo de subsídio cruzado para serem sustentáveis (cobrar mensalidades diferenciadas segundo o nível de renda das famílias). Um bom exemplo seria a creche da União de Mulheres, negócio social do portfólio da NESsT que oferece serviços gratuitos para algumas famílias e a baixo custo para outras. Ambos os grupos são subsidiados por outro negócio da organização na área do turismo.⁵²

6) Plano Nacional para a Erradicação do Trabalho Escravo. De acordo com um informe publicado em 2001 pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), o trabalho forçado no mundo inteiro é marcado por duas características comuns: a negação da liberdade e o uso de práticas coercitivas. No Brasil, o trabalho escravo está ligado diretamente à degradação do trabalho e à negação da liberdade, geralmente resultando na conhecida situação em que trabalhadores assumem dívidas financeiras significativas enquanto sua identificação e documentos pessoais ficam retidos pelo empregador. Nas áreas rurais, os trabalhadores são muitas vezes mantidos em isolamento geográfico. O trabalho escravo também existe nas zonas urbanas, embora com menor intensidade. Os principais casos de trabalho escravo urbano ocorrem na região metropolitana de São Paulo, onde os imigrantes ilegais trabalham em empresas têxteis um número abusivo de horas sem descanso e são remunerados com salários muito baixos. Uma solução para este problema passa por legalizar esses imigrantes e seus trabalhos.

Apesar de a escravidão ter sido abolida no Brasil oficialmente em 1888, em 1995 o governo admitiu a existência de condições de trabalho análogas ao escravo. A abolição do trabalho escravo está centrada no cumprimento da legislação brasileira vigente, ainda que esta não tem sido nem suficiente nem eficaz para enfrentar e eliminar este drama social. Por tanto, no ano de 2003 o governo criou a Comissão Nacional para a Erradicação do Trabalho Escravo (Conatrae), um órgão vinculado à Secretaria Nacional de Direitos Humanos da Presidência. A atribuição mais importante da Conatrae é monitorar a implementação do Plano Nacional para a Erradicação do Trabalho Escravo. O plano foi posto em prática em

março de 2003 e a responsabilidade de sua execução é compartilhada entre os órgãos do poder executivo, legislativo e judiciário, junto com as organizações da sociedade civil e organizações internacionais. Este plano expressa uma política pública permanente dedicada a reprimir o trabalho escravo no país. A Conatrae é, além disso, encarregada de dar prosseguimento às iniciativas em torno da nova legislação no parlamento brasileiro e avaliar as propostas de estudos e pesquisas sobre o trabalho escravo no Brasil.

No caso do trabalho escravo, os negócios sociais oferecem a oportunidade de gerar trabalho e garantir condições dignas a pessoas marginalizadas que, de outra maneira, encontrariam-se expostas ao trabalho em condições de escravidão.

7) Política Nacional de Estímulo à Produção e Consumo Sustentáveis - PNEPCS. Desde setembro de 2012, o parlamento brasileiro vem debatendo a PNEPCS - Projeto de Lei 3899/12, política para promover a adoção de práticas de produção e consumo ambiental e economicamente sustentáveis. A PNEPCS permitirá que a legislação se articule com outras políticas públicas já aprovadas, como a Política Nacional de Recursos Hídricos - Lei 9.433/97, a Política Nacional de Resíduos Sólidos - Lei 12.305/10, e com a Política Nacional sobre Mudança do Clima - Lei 12.187/09. Os principais objetivos da PNEPCS são:

- Proteger a saúde pública e melhorar e preservar a qualidade do meio ambiente.
- Criar mecanismos para aumentar o consumo e a produção sustentáveis.
- Estimular os consumidores a escolher produtos fabricados de forma ambientalmente sustentável.

51 <http://www.fnede.gov.br/programas/proinfancia/proinfancia-apresentacao>

52 <http://www.nesst.org/?portfolio=uniao-de-mulheres-pro-melhoramento-da-roupa-suja>

- Promover a redução da acumulação de resíduos sólidos através da implementação do sistema de logística invertida.
- Estimular a indústria da reciclagem e o uso de matérias-primas derivadas de materiais reciclados.

Para garantir a eficácia da legislação, a PNEPECS também criará o Selo Nacional de Produção e Consumo Sustentável, destinado a estimular as práticas de produção e consumo sustentáveis, bem como reduzir o consumo de bens e serviços que não atendam a esses requisitos. O selo será outorgado por um organismo designado pelo Sistema Nacional do Meio Ambiente – Sisnama, e pelo Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Sinmetro. De acordo com a lei do projeto PNEPECS, o selo será concedido por um período de tempo determinado e pode ser renovado pelo órgão regulador.

O desenho da PNEPECS também pede incentivos fiscais para as empresas que adotem práticas de produção sustentável, instrumentos financeiros e de crédito, e investimentos em pesquisas e estudos. Um aspecto chave da PNEPECS é priorizar, na contratação pública e nos contratos, a compra de produtos reciclados, bens, serviços e obras de engenharia civil que adotam critérios compatíveis com os padrões sociais e ambientais sustentáveis de consumo.

A PNEPECS oferece uma oportunidade para os negócios sociais com foco na produção e/ou consumo sustentável de serem reconhecidos pelo governo e de poderem acessar os incentivos fiscais e contratos públicos. Ainda,

cria um mercado potencial para os negócios sociais já que eles estariam em boas condições para oferecer serviços às empresas que querem ou têm de cumprir a exigência da lei.

8) Organizações Sociais de Saúde (OSS) segundo o que estabelece a Lei 9637, de 15 de maio de 1998.⁵³ Corresponde à iniciativa do Estado para delegar a provisão de serviços públicos em saúde dada sua incapacidade de atender a toda a demanda. As OSS são instituições do setor privado e sem fins de lucro que atuam em associação formal com o Estado e colaboram de forma complementar para a consolidação do Sistema Único de Saúde (Lei 8080/90). Para estas organizações sociais sem fins lucrativos, não há uma lei específica, mas elas devem primeiro constituir-se como organização social de maneira regular para depois obter a autorização que lhes permita prover serviços em saúde. A Lei 9637 estabelece que “*O Poder Executivo poderá qualificar como organizações sociais pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, cujas atividades sejam dirigidas ao ensino, à pesquisa científica, ao desenvolvimento tecnológico, à proteção e preservação do meio ambiente, à cultura e à saúde, atendidos aos requisitos previstos nesta Lei.*” Como exemplo, os serviços de saúde geridos pelas OSS em São Paulo,⁵⁴ através de contratos de gestão, incluem hospitais, especialidades médicas ambulatoriais, Centro de Referência do Idoso (CRI), Centros de Reabilitação da Rede Lucy Montoro, Centros Estaduais de Análises Clínicas (CEAC), Serviços de Diagnóstico por Imagem (SEDI), Centros de Armazenamento e Distribuição de Insumos de Saúde (CEADIS), e a Central de Regulação de Ofertas de Serviços de Saúde (CROSS). É

possível encontrar uma lista de OSS do Estado de São Paulo no seguinte endereço: <http://www.portaldatransparencia.saude.sp.gov.br/>

As OSS, além de não terem fins lucrativos, poderiam cumprir com um critério adicional para serem considerados negócios sociais: que seus serviços sejam destinados a pessoas de poucos recursos. Sua característica como empresa vai depender do modelo de negócio usado e do nível de subsídio do governo. O uso do subsídio cruzado, pelo qual os preços variam segundo a capacidade de compra dos clientes, é um modelo usado por empresas desta categoria.

Discussão permanente com stakeholders

Opiniões no Chile e no Brasil coincidem sobre a importância de fortalecer a interação dos grupos que promovem os negócios sociais, incluindo eles mesmos, cooperativas, organizações sem fins lucrativos que desenvolvem um braço de autofinanciamento, investidores, academia, centros de pesquisa interessados no tema, fundações e doadores, entre outros. A existência desse consenso comprova a grande debilidade do setor a esse respeito.

Há um consenso claro sobre a necessidade de definir princípios comuns para os negócios sociais, uma vez que isto também facilitaria a definição de políticas públicas. Esta agenda comum com prioridades claras, terá que ser desenvolvida com a colaboração de todos os grupos de interesse e, assim, dar um passo para uma efetiva articulação entre esses atores.

Opiniões no Chile e no Brasil coincidem sobre a importância de fortalecer a interação dos grupos que promovem os negócios sociais.

Embora exista uma disposição marcada para a criação de um grupo de discussão permanente entre *stakeholders* que podem promover o setor em ambos os países e distribuem aprendizagem e interagir com os formuladores de políticas, surgem vozes que indicam que em vez de criar um novo espaço seria melhor se juntar ao que já existe. Um exemplo disso no Brasil seria se juntar ao Centro de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral,⁵⁵ instituição que realiza pesquisas na área, tais como negócios inclusivos em empresas do país, sustentabilidade e funções corporativas ou melhores práticas de responsabilidade social corporativa. O centro tem núcleo dedicado ao diálogo intersetorial, que se tornou uma das chaves para posicionar o setor empresarial social. No caso do Chile, mais adiante faz-se referência a várias redes ligadas à Responsabilidade Social Empresarial.

Considerando que todos os setores interessados devem ter participação, fala-se mais em criar uma comunidade de discussão no lugar de uma rede. Ao mesmo tempo, despontam como fundamentais a necessidade de adotar certos critérios de ingresso, um princípio de transparência nas relações e boas práticas de governança interna. Uma experiência que merece ser estudada em profundidade e que acaba por ser uma boa referência para o que se espera é apresentada no Quadro 15.

53 http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19637.htm

54 <http://www.portaldatransparencia.saude.sp.gov.br/>

55 <https://www.fdc.org.br/professorespesquisa/nucleos/Paginas/apresentacao.aspx?Nucleo=Sustentabilidade>

QUADRO 15 – A EUROPA E UMA REDE DE FORMULADORES DE POLÍTICAS PARA OS NEGÓCIOS SOCIAIS⁵⁶

A Iniciativa de Negócios Sociais é um exemplo do compromisso da Comissão Europeia de apoiar a criação de um ambiente propício para os negócios sociais, considerados bem posicionados entre os setores público e privado tradicional. Assumindo que não existe uma definição única do termo, considera negócios sociais aqueles que concentram suas atividades e reinvestem seus lucros para alcançar uma meta social ou comunitária, seja para seus membros ou de forma mais ampla.⁵⁷

A Iniciativa de Negócios Sociais criou um grupo de consulta com um perfil de *multi-stakeholder* dos negócios sociais, a fim de avaliar o progresso de seu plano para o desenvolvimento do setor. O grupo, cuja primeira reunião foi em junho de 2012, é composto por representantes dos Estados-membros, autoridades locais, negócios sociais, setores bancário e financeiro, academia e universidades. Sob o nome de Geces, o grupo de especialistas foi criado para um período de 6 anos e será consultado pela Comissão Europeia sobre a oportunidade, desenvolvimento e implementação de todas as ações propostas pela Iniciativa para Negócios Sociais, com o propósito de desenvolver a economia social e os negócios sociais.

CHILE

A interação dos *stakeholders* no Chile conta com experiências formais, tais como a mesa de trabalho Corfo, apresentada no Quadro 12. A iniciativa Pies, da Corfo, foi uma boa tentativa de traduzir o que se necessita como entorno e redes de apoio, avaliando que faltou comunicar melhor que os resultados nessa área foram aquilo que se buscava, o que gerou uma distância entre o desenho e a implementação do programa.

A experiência acumulada no Reino Unido dá conta de não ter sido possível obter uma legislação mais ampla de interesse público sobre os negócios sociais devido à falta de consenso entre os subsectores envolvidos. No Chile, ao contrário, há a expectativa de alcançar um consenso entre os atores, por isso é vital favorecer a discussão para o reconhecimento de todos os subsectores do negócio social.

Sobre os tipos de *stakeholders*, aparentemente não há muitos articuladores além daqueles identificados pelo programa Pies e, a partir dessa perspectiva, faria sentido, dado seu reduzido número, continuar a apoiá-los com instrumentos atuais - e não desenvolver novos programas. Por exemplo, a Corfo junto com duas universidades está implementando o Programa de Apoio ao Ambiente de Empreendedorismo e Inovação (PAE),⁵⁸ instrumento existente e não projetado para o empreendedorismo social, mas avaliado como viável para essa finalidade.

Este instrumento permitiria à Corfo começar a trabalhar com outras 15 universidades buscando criar novas metodologias e adicionar novos atores.

Existe interesse em criar um grupo de discussão permanente entre *stakeholders* que possam promover o setor, disseminar aprendizagens e interagir com os formuladores de políticas. Entre as recomendações para a conformação de tal

rede encontra-se a necessidade de que o critério de não distribuição dos lucros não valha apenas para os negócios sociais. Essa rede deve ser uma grande mesa, trazendo até mesmo aqueles que se opõem a certas ideias, evitando ser uma instância apenas de pares.

Concretamente, os que podem ser representados em tal rede, embora não exclusivamente, estão listados na Tabela 4 a seguir:

TABELA 4
REDE DE STAKEHOLDERS DO NEGÓCIO SOCIAL NO CHILE

| | |
|--|--|
| Asech | Associação de Empreendedores do Chile, criada em 2011. |
| Asoges | Associação de Negócios Sociais, criada em 2013. |
| ChileCompra | Instituição que administra o sistema de compras públicas do Estado ao longo de todo Chile desde 2003. |
| Corfo | Promove investimento e fomento, e desenvolveu esforços e programa para o empreendimento e inovação social. |
| Laboratório de Inovação Social da Pontifícia Universidade Católica do Chile | Espaço de fomento e apoio aos inovadores e empreendedores sociais. |
| Ministério da Economia | Desenvolveu o esboço do projeto de lei para o reconhecimento dos negócios sociais. Dele depende a Direção de Cooperativas, que tem a seu cargo o fomento, registro e fiscalização das mesmas. |
| Ministério da Fazenda | Tem a missão de maximizar o potencial de crescimento da economia e fomentar o melhor uso dos recursos do país. A meta é uma melhor qualidade de vida especialmente para os setores mais atrasados e vulneráveis. Uma de suas áreas de trabalho é a de Políticas Tributárias. |
| Ministério de Justiça | Entre suas funções, regula o funcionamento das organizações sem fins de lucro. |
| NESsT | Organização internacional sem fins lucrativos que desenvolve negócios sociais que resolvem problemas sociais em economias consideradas emergentes. |
| Sistema B | Organização com fins lucrativos que funciona como plataforma para promover, apoiar e oferecer a certificação de “Empresa B” a empresas que usam o mercado para resolver problemas sociais e ambientais. |
| Social Lab | Plataforma de empreendimentos sociais disruptivos que buscam gerar soluções a problemáticas associadas à pobreza e à desigualdade através da cocriação e do trabalho em rede com os distintos atores da sociedade. |

56 http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/expert-group/index_en.htm

57 http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/social-enterprises/index_en.htm#h2-3

58 Programa que busca apoiar o desenvolvimento de um ambiente e/ou cultura que busquem melhorar a competitividade da economia, através de programas de amplo impacto que validem e promovam a opção de empreender e o uso da inovação como ferramentas privilegiadas de desenvolvimento econômico e social. Orientado a pessoas jurídicas constituídas no Chile, com ou sem fins de lucro, e a pessoas físicas que possuam a qualidade de empresários individuais.

Existe interesse em criar um grupo de discussão permanente entre stakeholders que possam promover o setor, disseminar aprendizagens e interagir com os formuladores de políticas.

A respeito de criar uma rede que promova políticas públicas para os negócios sociais e as opiniões que sugerem que já existem outras redes semelhantes ou que já agrupam grande parte dos atores, a recomendação é juntar-se a tais redes ou grupos e até mesmo promover a criação de subcomitês de negócios sociais. Essas redes incluem a *Acción RSE* (organização sem fins lucrativos que reúne empresas que trabalham para a Responsabilidade Social Empresarial e para o desenvolvimento sustentável no Chile),⁵⁹ *Red PROhumana Empresarial* (grupo de empresas, fundações empresariais e organizações de origem empresarial interessadas em compartilhar, fortalecer e ampliar sua compreensão da Responsabilidade Social Empresarial e um modelo de gestão de negócio socialmente responsável),⁶⁰ *Vincular* (centro universitário especializado no desenvolvimento e implementação de instrumentos de gestão de Responsabilidade Social, incluindo políticas públicas para promover a sustentabilidade),⁶¹ Conselho de Responsabilidade Social para o Desenvolvimento Sustentável (conselho assessor do Ministério da Economia, Fomento e Turismo na elaboração das políticas públicas relacionadas

à responsabilidade social para o desenvolvimento sustentável do país, criado em abril de 2013),⁶² Comissão Interinstitucional em Compras Públicas Sustentáveis (coordenada pelo ChileCompra, tem como objetivo formular propostas concretas para a integração e desenvolvimento da sustentabilidade na contratação pública junto com outras instituições do Estado, cuja primeira sessão foi em maio de 2013),⁶³ entre outras.

Apesar das recomendações, é necessário, neste momento, estabelecer uma distinção clara entre os conceitos de negócio social e responsabilidade social empresarial, em que este último contrasta com a proposta dos negócios sociais que colocam a geração de impacto social acima da geração e maximização dos lucros. Esta diferença deve ser considerada quando se avalia a viabilidade das sugestões recolhidas e discutidas com as mesmas redes mencionadas.

Finalmente, uma recomendação prática de funcionamento seria uma frequência mensal para a troca de experiências.

BRASIL

Uma das barreiras identificadas para a decolagem do setor de negócios sociais no Brasil está relacionada com a falta de diálogo entre as iniciativas paralelas do setor, que podem incluir as entrevistas realizadas para este documento, por exemplo, ou o trabalho que outros atores estão fazendo para apresentar um programa de finanças sociais para o governo brasileiro. Este

diagnóstico requer a dedicação de esforços coordenados para a construção do conceito de negócio social de modo que, entre outras coisas, a definição não seja baseada apenas nas expectativas dos investidores, uma vez que 80% dos negócios sociais no Brasil são de pequeno porte e os recursos dos investidores de impacto não estariam dirigidos a esse grupo.

Para a discussão contínua dos *stakeholders*, seria muito útil mapear os principais atores do governo federal, tanto em nível executivo quanto legislativo, a fim de identificar aqueles que poderiam ser os “padrinhos” na temática. Este mapeamento elevaria o debate em todos os níveis para o que torna-se necessário clarificar o papel técnico de vários ministérios responsáveis pela implementação das políticas públicas do país.

Em paralelo, outro ator que não pode faltar são as empresas tradicionais, chamadas a “olhar para dentro” e refletir sobre como podem trabalhar no apoio aos negócios sociais. Caso contrário, elas ficariam de fora das novas tendências com a consequente perda de competitividade.

Para que os negócios sociais se instalem na agenda pública é necessário, em primeiro lugar, a existência de vontade e força política do governo federal. Também se requer um grupo articulado de pessoas influentes do setor que possam estabelecer um canal de diálogo com o governo federal.

Para a discussão contínua dos stakeholders, seria muito útil mapear os principais atores do governo federal, tanto em nível executivo quanto legislativo, a fim de identificar aqueles que poderiam ser os “padrinhos” na temática dos negócios sociais.

Em relação à rede ou comunidade de discussão dos *stakeholders*, o desafio consistiria garantir a participação de pessoas com poder de decisão em instituições públicas como, por exemplo, representantes dos órgãos federais da educação, saúde, habitação e saneamento básico, e que são fundamentais para o ecossistema dos negócios sociais. O desafio é como estruturar essa rede ou comunidade.

A percepção dos especialistas é que, enquanto o *networking* parece estar na moda, são poucos os que realmente sabem trabalhar cooperativamente. A rede deve ter a missão de iniciar uma nova fase de políticas com o envolvimento de pessoas-chave para promover essas políticas de forma participativa, e na qual seja possível ouvir vozes diversas. O Quadro 16 resume um dos esforços mais recentes para articular os atores relevantes no setor de negócios sociais.

59 www.accionrse.cl
60 www.prohumana.cl
61 www.vincular.cl

62 http://www.direcon.gob.cl/transparencia/PDF_Transparencia/Consejo-Responsabilidad-Social-Empresarial.pdf

63 http://www.comprassustentables.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=108:constituyen-comision-interinstitucional-en-compras-publicas-sustentables-&catid=6:noticias&Itemid=8

QUADRO 16 - MESA REDONDA SOBRE NEGÓCIOS SOCIAIS COM O SEBRAE

Em 18 de julho de 2013, no Brasil, foi realizada a primeira mesa redonda de negócios sociais, uma iniciativa conjunta do Sebrae e Endeavor. O evento reuniu alguns dos principais atores do setor dos negócios sociais no país, com presença das seguintes organizações: Artemisia, Endeavor, GVces, ICE, NESST, Polo Ande Brasil, Potencia Ventures, Sebrae, The Hub, Vox Capital e Yunus Social Business.

O evento teve os seguintes objetivos:

- Encontrar os pontos de convergência entre os atores.
- Discutir maneiras inovadoras para que atuem de maneira cooperativa.
- Alinhar as percepções a respeito do setor no país.
- Construir uma agenda comum para o desenvolvimento do setor de negócios sociais.

Durante a mesa redonda foi esboçado um mapa de atores que poderiam servir como ponto de partida para a construção de uma plataforma. Assim, o mapa agrupou os atores segundo suas áreas de influência e expertise:

Sensibilização: Artemisia (Choice), HUB Fellowship, ICE (Competência de Planos de Negócios), FGV (Concurso de Casos), Visão de Sucesso (Casos), Sebrae (Maratona de Negócios Sociais).

Formação: Artemisia (Fábrica de Ideias), CEATS/Ipê/Artemisia (MBA), HUB Escola, NESST, Endeavor (Visão de Sucesso), Yunus Social Business, Sebrae, FGV, ESPM, Insper, Senac, Unicamp.

Incubação e Aceleração: INEI -RJ, Artemisia, NESST, HUB Fellowship, Yunus Social Business, Pipa, Quintessa, Inspirare Edu, Ashoka (Papalégua), USP Leste.

Financiamento: Vox Capital, Bamboo, Village, MOV, FIRST, Gera, LGT, IT3, Virtuose, Oiko, Acción Venture Lab.

Difusão de conhecimento: Potencia Ventures, NESST, JP Morgan, ANDE, Universidades, ICE (Estudos de Caso, Brasil 27).

Fortalecimento de ecossistemas: Potencia Ventures, ANDE, ICE, Avina.

Estratégia de posicionamento do setor

Dados os antecedentes e opiniões coletadas entre especialistas locais e internacionais, e considerando o estado atual de desenvolvimento do setor de negócios sociais no Chile e no Brasil, este quinto elemento passa a adquirir mais relevância para o futuro do setor.

Levando em conta as diferenças institucionais entre Chile e Brasil, as ideias para uma estratégia de posicionamento dos negócios sociais são bastante diferentes, começando por incorporar a dimensão de um governo federal, no caso do Brasil, com um Estado muito maior. A este respeito, é interessante conhecer a experiência do estado de Ontário, no Canadá, que desenvolveu uma estratégia de longo prazo neste tema (Quadro 17).

Um aspecto comum e que resulta interessante para os dois países é um marco legal específico para o setor. Isto seria bem recebido e considerado benéfico tanto no Chile e como no Brasil dado que marcaria um passo adiante para legitimar o

Vale ressaltar que, apesar dos desafios colocados pelo atual e específico marco legal em ambos os países, o setor segue trabalhando ativamente para avançar na criação de impacto social.

setor. Vale ressaltar que, apesar dos desafios colocados pelo atual e específico marco legal em ambos os países, o setor segue trabalhando ativamente para avançar na criação de impacto social.

Painel sobre negócios sociais na Campus Party 2013, organizado pelo SEBRAE Nacional.

Abaixo: Negócio Social Ecotece (Brasil).



QUADRO 17 - ONTÁRIO, CANADÁ, E SUA ESTRATÉGIA PARA OS NEGÓCIOS SOCIAIS⁶⁴

Em setembro de 2013, a província de Ontário, no Canadá, lançou sua estratégia de apoio para os negócios sociais a fim de ajudá-los a criar mais empregos e atrair novos investimentos. Levada adiante como uma iniciativa do Ministério de Desenvolvimento Econômico, Comércio e Emprego, o plano tem como objetivo criar novos negócios sociais e o crescimento do setor, com a meta de criar 1.600 novos postos de trabalho.

A meta de Ontário é ambiciosa na medida em que busca converter-se na jurisdição número um da América do Norte para os negócios que geram impacto social, cultural e ambiental positivo, além de produzir retorno econômico.

A estratégia definida pelo governo para apoiar os empreendedores sociais está organizada em quatro pilares detalhados no documento *IMPACT: uma estratégia de negócios sociais para Ontário - Para uma economia sólida e uma sociedade justa*.⁶⁵ Eles são os seguintes:

- Informações de conexão, coordenação e comunicação para os negócios sociais, incluindo a exploração de oportunidades para a criação de empresas que reinvestam seus lucros em fins sociais.
- Construção de uma marca para o setor mediante difusão e ferramentas, como um portal de internet que mostre seus serviços e conecte negócios sociais com investidores.
- Criação de um mercado ativo de finanças sociais que inclua a exploração do lançamento de um Fundo de Demonstração para Negócios Sociais de 4 milhões de dólares dirigido a apoiar as etapas iniciais dos negócios sociais.
- Entrega de outros apoios inovadores como um programa piloto para ajudar a fazer com que os negócios sociais sejam parte das compras públicas relacionadas à organização dos Jogos Pan-Americanos de 2015, que serão sediados pela cidade de Toronto.

O desenvolvimento desta estratégia se assenta sobre outras ações e iniciativas do governo de Ontário como, por exemplo, a recomendação de incorporar negócios sociais na estratégia de 2008 para reduzir a pobreza na província, a organização de um *Summit* de inovação social desenvolvido em 2011, com 400 contribuições para desenvolver políticas, e a implementação de um fundo de microcrédito para negócios sociais em 2013.

Por trás dessa estratégia está o reconhecimento, por parte do ministro do Desenvolvimento Econômico, Comércio e Emprego, do potencial dos negócios sociais para enfrentar grandes desafios sociais, razão pela qual ela envolve o compromisso de eliminar as barreiras para seu desenvolvimento.

É evidente, assim, a importância de construir um caminho para posicionar o setor mediante iniciativas-piloto, bem como a urgência de contar com figuras políticas de alto nível comprometidas com o impacto social que os negócios sociais podem gerar.

CHILE

Em um esforço de posicionar os negócios sociais, apresentamos algumas dimensões a considerar:

– **Papéis.** Na tentativa de responder à pergunta sobre como erguer um polo de desenvolvimento de negócios sociais no Chile, surgem em primeiro lugar vozes que falam do papel que se espera do setor público, e que apontam para a obtenção do compromisso do **Estado** com metas de longo prazo que promovam o desenvolvimento de negócios sociais no país, tais como:

- a. Fechar os acordos necessários para uma definição de negócio social que permita entender seu papel no Chile.
- b. Dar visibilidade aos negócios sociais como um tema nacional, distinguindo seus aportes e relevância.
- c. Definir linhas de fomento, cotas de compra pública e programas específicos para o desenvolvimento de negócios sociais.

Do lado do **setor privado**, o papel esperado é o de apoiar o crescimento dos negócios sociais de maneira que eles consigam se consolidar como um setor com atributos e objetivos específicos entre as fontes de produção de serviços sociais no país. Tal papel é acompanhado por metas específicas, como:

- a. A geração de grêmios, redes e vínculos entre negócios sociais.
- b. A geração de associações de consumidores ou beneficiários dos negócios sociais, os quais têm força para dirigir esse crescimento a partir da demanda.
- c. A promoção de alianças e compromissos entre os setores público e privado.

– **Influência do tipo de administração.**

Este segundo ponto incorpora as diferenças que possam existir tanto em relação aos desafios como às oportunidades para o desenvolvimento de negócios sociais no Chile. Em particular, o **governo central** é quem teria o papel de instalar o tema na agenda pública, tornando visível o desenvolvimento de negócios sociais como um tema nacional e, portanto, uma estratégia de posicionamento deveria incorporá-la como meta para definir ações concretas. O esforço para desenvolver um esboço de projeto de lei para negócios sociais cumpriu o objetivo de começar a instalar o tema em um segmento do setor público, mas, como já foi dito, segue sendo de vanguarda dentro do aparato público. Uma meta de curto prazo, então, seria instalar o tema no Estado e deixar de depender do interesse provisório do governo do momento.

Para um **governo local**, uma oportunidade clara de posicionamento tem a ver com estar mais próximo das necessidades e problemas, oportunidade que deveria ser aproveitada estrategicamente para destacar e conectar mais diretamente as potenciais soluções propostas pelos negócios sociais. Neste sentido, os governos locais são determinantes para a tomada de decisões com impacto sobre o fomento de negócios sociais que operam localmente, incluindo um papel de administração e gestão dos recursos para fazer emergir empreendedores e negócios sociais no Chile. Esta perspectiva contrasta com o problema da centralização, transformada em barreira estrutural para o desenvolvimento do país em geral. Contudo, a recente implementação de eleições para os Conselhos Regionais (CORE), é uma iniciativa pública que, em resposta a este problema, oferece um avanço e uma oportunidade adicional para os negócios sociais exercerem influência para o seu posicionamento e desenvolvimento.

64 <http://news.ontario.ca/med/en/2013/09/helping-social-enterprises-thrive-and-create-jobs.html>

65 <http://ccednet-rcdec.ca/sites/ccednet-rcdec.ca/files/ccednet-social-enterprise-strategy-en.pdf>

QUADRO 18 - BRISTOL, REINO UNIDO, CIDADE DE NEGÓCIOS SOCIAIS⁶⁶

Junto com Plymouth, em setembro de 2013 Bristol se tornou a primeira cidade do Reino Unido a ser agraciada com o título de Cidade de Negócios Sociais, o que a identifica como uma área que favorece o surgimento de tais empreendimentos, um impulso às empresas mais éticas e inclusivas.

Com uma população de pouco mais de um milhão de habitantes, a cidade conta com mais de 600 negócios sociais que empregam 11.000 pessoas e geram vendas de mais de 378 milhões de libras (629 milhões de dólares, aproximadamente).

O enfoque empreendedor sobre os problemas sociais e uma cultura centrada na comunidade permitiu que Bristol alcançasse êxito onde o setor público não é suficiente. Desde negócios orientados a servir os grupos vulneráveis nas escolas até a contratação e capacitação de pessoas desempregadas por muito tempo, o setor de negócios sociais tem cumprido cada vez mais seus objetivos sociais.

O compromisso da cidade de apoiar os negócios sociais no longo prazo é demonstrado em planos que abordam as necessidades específicas destes, tais como disseminar e divulgar mais suas ofertas, além de recrutar líderes dentro das autoridades locais para que identifiquem oportunidades de financiamento ao setor nos níveis local, nacional e europeu.

Os critérios de elegibilidade para tal reconhecimento incluem:

- Uma presença significativa de negócios sociais na área.
- Identificar ou criar um grupo de *stakeholders* relacionado com os negócios sociais, com pelo menos um membro sócio da Associação de Negócios Sociais (*Social Enterprise UK*).
- O compromisso de medir, apoiar e fazer crescer o setor.

66 <http://www.socialenterprise.org.uk/membership/social-enterprise-town>

Conseguir fazer com que a proposta dos negócios sociais seja validada pela sociedade contribuiria para acelerar os processos.

Adicionalmente, é importante considerar que, para uma estratégia local, a administração da cidade conta com um orçamento exclusivo e poderia, eventualmente, implementar iniciativas próprias e locais em parceria com negócios sociais para tratar de questões como a gestão de resíduos ou o cuidado dos idosos. No entanto, não há expectativa de curto prazo para que os municípios articulem os negócios sociais, ao contrário do que ocorre em várias cidades europeias. Uma experiência interessante é a do Reino Unido (Quadro 18), onde se busca elevar o perfil das cidades cujos governos locais assumiram o compromisso de apoiar os negócios sociais.

– Enfoque do posicionamento.

Neste ponto o debate recai sobre o posicionamento dos negócios sociais como um tema de setor ou de Estado. A partir da **agenda pública e política**, as recomendações recolhidas para uma estratégia apontam para:

- Levar ao conhecimento dos cidadãos os negócios sociais e os impactos que geram ao desenvolvimento local e geral do país. Conseguir fazer com que a proposta dos negócios sociais seja validada pela sociedade contribuiria para acelerar

os processos. Se fala, então, de posicionar as falhas existentes no mercado, para que junto com ele se possa posicionar as externalidades positivas da atividade dos negócios sociais.

- Em relação ao dito anteriormente, será vital dar visibilidade aos negócios sociais como uma oportunidade de desenvolvimento para o país, sendo que uma recomendação específica seria fazer os esforços necessários para incluir um representante destas empresas no Conselho Nacional de Inovação para a Competitividade, organismo público-privado que tem a missão de assessorar o Presidente da República na identificação, formulação e execução de políticas e ações que fortaleçam a inovação e a competitividade no Chile.⁶⁷
- Obter e dar visibilidade ao compromisso do Estado com o desenvolvimento de negócios sociais mediante a ampla difusão das oportunidades existentes, bem como qualquer passo ou o progresso do Estado em relação a esse compromisso.

A partir do olhar de uma **agenda setorial**, surge outra série de recomendações para essa estratégia, o que, no mais, confirma sua pertinência com base em antecedentes de outras experiências apresentadas neste documento:

- Percebida como um complemento a uma estratégia de posicionamento público e político geral, a eleição de um problema particular e específico a ser abordado mediante soluções propostas por negócios sociais teria o valor de, teoricamente, em um curto período e devido a fatores de eficiência, provar o potencial que o setor possui e convencer sobre a importância de promover mais soluções com esse perfil.

67 <http://www.cnic.cl/>

- Se focalizar esforços em um problema em particular, que poderia ser emprego ou saúde, ajuda a dar visibilidade ao potencial dos negócios para resolver questões sociais, há de se reduzir o risco de que o setor seja identificado apenas com um único problema, o que limitaria sua aplicação.
- Como consequência desta recomendação, será importante manter a flexibilidade para ir corrigindo uma eventual estratégia de agenda setorial, dado que o mercado dos negócios sociais e os incentivos para os mesmos estão apenas começando a surgir.

Outras propostas e recomendações feitas para contribuir para a estratégia de posicionamento e apoio aos negócios sociais no Chile incluem:

- Promover um papel ativo para o Estado para que se financie pesquisas e estudos voltados à geração de evidências que facilitem a tomada de decisão sobre novas políticas de apoio ao setor. Uma proposta de trabalho tem a ver com o menu de políticas públicas adequadas e disponíveis para o estudo de acordo com o estado de desenvolvimento do setor e o contexto geral do país, menu este que poderia ser diferenciado em temas como financiamento, apoio a redes e fortalecimento de negócios sociais.
- Subsídio para auditorias ou relatórios de certificação, particularmente importantes para as empresas cujos objetivos sociais elevam seus custos com a consequente perda de competitividade. Esta medida teria como objetivo nivelar as condições de mercado. Assim, se buscava evitar a criação de barreiras adicionais ao desafio que é, para os negócios sociais, submeter-se a uma certificação.

- Com base na experiência da Asech mencionada anteriormente neste documento, a recomendação aponta para reforçar a comunicação da estratégia de posicionamento a seguir. A aprendizagem compartilhada enfatiza a importância de manter o *momentum* no esforço, sabendo que é um processo que pode ser longo e que exige até mesmo um certo grau de audácia para chegar a certos líderes e autoridades, e também um certo grau de confronto se se deseja criar mudanças de paradigma. A experiência no Reino Unido, por exemplo, não gera nenhuma oposição, exceto em sindicatos quando se acredita erroneamente que os negócios sociais equivalem a privatizar os serviços públicos. A Asech encontrou esta resistência por parte dos notários quando promoveram a Lei da Empresa em um Di•A colaboração entre os vários grupos que compõem os negócios sociais é essencial para garantir o caráter de setor que apresenta propostas e soluções para os problemas do país.

Outro ponto destacado diz respeito aos líderes ou figuras mais públicas que podem estar disponíveis para comprometer-se a participar do processo e atrair atenção por meio de sua presença. As pessoas conhecidas ajudar a gerar atração e os negócios sociais precisam identificar essas figuras como parte da estratégia.

BRASIL

Não há consenso entre o grupo consultado sobre os tempos ideais para a criação de um marco regulatório específico para os negócios sociais, dado que o setor ainda não estaria pronto para isso, e também por causa da falta de conceituação comum.

Se já existem dificuldades de articulação dentro do mesmo setor empresarial no Brasil, significa que será complexo concretizar ações no nível federal. É preciso começar a responder à pergunta: Qual é o nível atual de maturidade dessa discussão dentro do setor para poder transportá-la a uma discussão federal? Uma dose de cautela é necessária porque o governo tende a ser um ator burocrático e há o risco de os negócios sociais não serem priorizados como setor.

Ao lado de alinhar posições com os outros atores do ecossistema de negócios sociais, a estratégia de posicionamento deverá considerar a realização de uma ampla discussão sobre conceitos e definições agrupados em três eixos temáticos:

- Mapear o financiamento filantrópico e o de investimento, definindo o que existe e o que precisa ser desenvolvido.
- Esclarecer as diferenças entre negócios sociais e investimento de impacto, bem como as necessidades de ambos.
- Aprofundar o conhecimento das políticas públicas existentes na economia solidária e outras mencionadas que possam ser consideradas oportunidades e *benchmarking* para os negócios sociais.

Assim, a proposta concreta é ampliar o grupo de discussão, talvez organizado em uma

rede ou comunidade, como já foi discutido, e desenvolver dois ou três documentos temáticos de base que cumpririam um papel de reflexão e de capacitação técnica, tal como já está desenvolvendo o Sebrae em nível nacional.

A mesma discussão de posicionamento do setor poderia acontecer ao redor do atual debate sobre Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, como uma continuação da Cúpula Rio+20. Seria, então, possível identificar as demandas dos negócios sociais e inserir a discussão no presente contexto. Isto significa abordar o governo de maneira setorial, sendo aparentemente a educação um setor de oportunidades, e não a saúde, que parece ser altamente regulamentada e, portanto, mais complexa para promover a participação dos negócios sociais em uma primeira etapa.

Como estratégia de posicionamento, não é evidente que começar abordando o governo federal, como já mencionado, é o melhor a se fazer. Mas no caso de ser este o caminho escolhido, o desenvolvimento econômico poderia ser o eixo de oportunidades a ser mostrado para que se gere interesse. Por outro lado, a via recomendada seria por meio dos municípios e governos locais, inclusive mediante as compras públicas, dado o nível de autonomia que estes entes possuem sobre seus orçamentos, isto enquanto se gera interesse suficiente no governo federal.

Um elemento importante da estratégia a seguir é composta por indicadores e métricas empregadas para medir o impacto social como a melhor ferramenta para convencer um governo sobre o valor gerado pelos negócios sociais, além de casos de sucesso relevantes e evidências que mostrem que as grandes empresas também podem envolver-se como atores de grande importância.

Existe a percepção de que seria importante legislar sobre a existência dos negócios sociais na busca por facilitar sua identificação e incorporação ao processo de compras públicas.

A evidência que terá mais força é aquela que vai mostrar a demanda por negócios sociais que existe entre comunidades de baixa renda e grupos marginalizados, aquela que demonstra o nível de eficiência que alcançam e que podem alcançar se, por exemplo, estas empresas são apoiadas flexibilizando leis como as tributárias. Desenvolver a evidência pode, ainda, incluir a maneira de envolver e dar espaço à academia no setor de negócios sociais.

Apesar da falta de um consenso firme entre os especialistas brasileiros convidados para esta pesquisa, surgem elementos-chave para o posicionamento dos negócios sociais no Brasil. O primeiro é que, dada a natureza lenta e burocrática do funcionamento do governo no país, o setor empresarial social ficará satisfeito se, pelo menos, seus esforços não sejam prejudicados pelo governo, já que não há expectativa de apoio público em um futuro próximo. Portanto, a NESsT reitera a importância de uma encontro maior entre os principais atores do ecossistema de negócios sociais no país para continuar os debates em torno de temas-chave como a criação de redes, por exemplo, aproveitando as alianças com todos os setores e levando em conta o cenário das políticas públicas existentes como potenciais oportunidades de envolver mais negócios sociais, mais fortes e, talvez, escaláveis como provedores de bens e serviços. Por outro lado, a aquisição de bens e serviços gerados por negócios sociais

A evidência que terá mais força é aquela que vai mostrar a demanda por negócios sociais que existe entre comunidades de baixa renda e grupos marginalizados, aquela que demonstra o nível de eficiência que alcançam e que podem alcançar se, por exemplo, estas empresas são apoiadas flexibilizando leis como as tributárias.

no país não deve ser vista como um favor filantrópico, mas sim como uma declaração de qualidade desses produtos.

Além disso, os especialistas reconhecem a importância de contar com uma voz mais forte e unificada para o setor e que se transforme em uma liderança que incluía o futuro desenho e conceitualização de uma associação que representa todas as vozes, instituições e atores para promover uma agenda comum de interesses coletivos.

Quanto a um papel do governo no setor de negócios sociais em geral, algumas de suas características mais importantes deveriam concentrar-se na articulação de objetivos comuns, potencializando o acesso ao financiamento e ao capital, incentivando a compra de bens e serviços de negócios sociais mesmo em nível municipal, e promovendo amplamente o setor no país.

Na mesma direção, a criação de estratégias intersetoriais (empresas públicas, privadas e sociais) surge como uma necessidade a fim de promover o papel que os negócios sociais podem desempenhar dentro das leis que já existem e que foram mencionados anteriormente. Essas leis oferecem uma oportunidade importante para

os negócios sociais mas, no entanto, é necessário saber quais seriam as melhores práticas em seus respectivos setores, considerando o próprio contexto, além de casos sobre como os negócios sociais já estão respondendo às lacunas e brechas contidas na lei.

A oportunidade das compras públicas

Existindo tanto no Chile (ChileCompra) como no Brasil (ComprasNet) um sistema de compras públicas que se apoia na tecnologia para torná-lo mais eficiente e transparente, além do interesse em avançar no sentido de compras públicas sustentáveis, em ambos os países ainda há um caminho a se percorrer para incorporar os negócios sociais de maneira formal e visível nos processos.

Existe também a percepção de que seria importante legislar sobre a existência dos negócios sociais na busca por facilitar sua identificação e incorporação ao processo de compras públicas. A esse respeito, é interessante conhecer a experiência do Reino Unido e de sua política denominada *The Social Value Act*, descrita no Quadro 19, a seguir:

QUADRO 19 - LEI DE VALOR SOCIAL (SOCIAL VALUE ACT), REINO UNIDO

Promulgada como lei em março de 2012 e com entrada em vigor em 31 de janeiro de 2013, esta normativa estabelece, pela primeira vez para os organismos públicos, a obrigação de considerar o valor social futuro associado a uma compra pública.

Esta normativa aplica-se à contratação de serviços e compra de produtos, indicando que a autoridade deve considerar como o que pretende adquirir pode melhorar o bem-estar econômico, social e ambiental de uma determinada área, e como esse processo de compra pode atuar para assegurar tal melhoria. Além disso, a lei abre a oportunidade de consulta aos grupos de interesse para compreender melhor o valor social e melhorar as especificações do produto/serviço. Quanto ao significado de “valor social”, a lei diz que a autoridade deve considerar apenas os aspectos que são relevantes ao que se pretende comprar, e por meio deste exercício deve considerar até que ponto é adequado ter em conta estes aspectos.⁶⁸

Sendo uma lei que está totalmente respaldada pelo Parlamento Europeu, a organização guarda-chuva para os negócios sociais no Reino Unido (*Social Enterprise UK*) está consciente de que ainda é cedo para avaliar o impacto a longo prazo da presente lei, mesmo que já se possa observar algumas tendências, como o claro apoio do Parlamento Europeu.⁶⁹

A *Social Enterprise UK* indica que houve preocupação entre os legisladores sobre quais empresas privadas veriam essa lei como um fardo ou regulamentação desnecessária. No entanto, o que verificaram sugere que, em muitos casos, acontece o oposto, ou seja, empresas enxergando a normativa como uma oportunidade para destacar seu compromisso social e ambiental, diferenciando-se assim da concorrência, seja para ganhar contratos com o setor público, seja para atrair os melhores profissionais.

Outra preocupação existente era que os funcionários públicos vissem a nova regulamentação como burocracia adicional, mas relatos indicam que a medida foi muito bem recebida, porque, de acordo com estes trabalhadores, lhes proporciona uma plataforma para poder trabalhar criativamente na abordagem de necessidades locais.

Da perspectiva dos próprios negócios sociais, a principal incógnita é como deveriam medir o seu impacto para poder demonstrar o seu valor social. Não existe um indicador único ou ferramenta por indústria que possa enfrentar o desafio, de modo que cada agência pública terá suas próprias prioridades de valor social. Isto significa que qualquer que seja a forma de medir o impacto, os negócios sociais precisarão comunicar seus pontos fortes de forma alinhada com o órgão público ao qual esteja apontando.

Com o objetivo de estabelecer uma linha de base, a *Social Enterprise UK* junto com o Conselho Nacional de Organizações Voluntárias (NCVO) e da Associação de Governos Locais (LGA) do Reino Unido estão trabalhando em uma consulta para descobrir como a Lei de Valor Social é percebida e implementada no país, e cujos resultados esperam mostrar nos primeiros meses de 2014.

68 <http://www.navca.org.uk/social-value-bill>

69 <http://www.socialenterprise.org.uk/blog/>

CHILE

No Chile, as compras públicas do Estado, que somam cerca de 8 bilhões de pesos (14,6 milhões de dólares) e equivalem a 3,5% do PIB,⁷⁰ são administradas pela ChileCompra, instituição criada em 2003 e ligada ao Ministério da Fazenda. Enquanto as compras públicas são consideradas naturalmente uma oportunidade de mercado para promover o desenvolvimento e crescimento dos negócios sociais, a ChileCompra atualmente só cumpre a função de recomendar e sugerir critérios na tomada de decisões de aquisição, já que cada repartição pública decide suas compras de forma independente (Agloni e Melero, 2012).

Do lado da oferta, há cerca de 98 mil cadastrados no sistema, onde as micro, pequenas e médias empresas são dominantes. Do lado da procura, os municípios são os que mais usam o sistema, tendo emitido mais de 5.000 ofertas no ano de 2010.

O relatório de Agloni e Melero (2012), da organização Ciudadano Responsable (Cidadão Responsável) observa que *“é inegável que o Estado tem responsabilidade nas áreas social e ambiental, e também tem poder como ente comprador ou agente de mercado, também como gerador de políticas públicas que permitam incentivar a oferta de produtos e serviços mais amigáveis com o meio ambiente e a sociedade”*, e que, da mesma forma, tem a capacidade de estimular a inovação. Assim, se reconhece seu poder para estabelecer normas e padrões mínimos para as compras públicas e para fixar incentivos a condutas social ou ambientalmente benéficas que possam exercer um efeito positivo de amplo impacto no mercado.

Embora exista um Decreto Supremo da lei de compras atualizado em 2011, que estabelece critérios que discriminam os comportamentos socialmente responsáveis, um estudo que cobriu 207 bases de licitação do ano de 2008, assinala que somente 4,3% das licitações faziam referência a algum critério ambiental. Em contraste, os últimos dados da ChileCompra dão conta que 35% das compras incorporariam algum critério de sustentabilidade, mas não há mais detalhes sobre o impacto nem a implementação de diretrizes individualmente.

De acordo com Agloni e Melero (2012), em março de 2012 foi publicado um guia de compras públicas socialmente responsáveis que “estabelece que as compras públicas devem passar de uma visão baseada na sustentabilidade para uma visão socialmente responsável que permita integrar de forma mais concreta os critérios sociais às compras públicas”. Contudo, o desafio continua sendo a implementação dos critérios incorporados e os mecanismos de verificação ainda não são claros, mantendo-se, por fim, no nível de recomendação.

Embora a ChileCompra incorpore critérios e selos próprios como ecoproduto, produto reutilizável, reciclável, eficiência energética, micro e pequenas empresas e provedor positivo, entre outros, o estudo do Ciudadano Responsable (Cidadão Responsável) indica que *“não existem definições públicas sobre os atributos que consideram os selos criados pela ChileCompra nem as metodologias de avaliação que são seguidas para verificar a veracidade da informação que os ofertantes devem apresentar”*.⁷¹ Apesar do exposto acima, a ChileCompra estima que o sistema tem, ao menos, reduzido espaços para corrupção.

O cenário antes descrito apresenta desafios ao momento de incorporar explicitamente os negócios sociais no processo de compras públicas, em particular sobre como se obtém garantias para verificar o atributo social e ambiental que oferecem, já que, por natureza, o processo é complexo e envolve muitas variáveis.

O desafio de provar o impacto social gerado pelos negócios sociais por vezes está associado a um desafio adicional quando a solução proposta são certificações externas. Em alguns casos, essas certificações são vistas como medidas discriminatórias contra as empresas menores que não podem pagar por elas, caso em que a proposta de gerar subsídios para tais certificações ganha força novamente. Algumas práticas registradas indicam que na União Europeia é exigido o cumprimento de certos critérios de certificação, e não a certificação completa, pelos mesmos motivos de custo.

Gerar avanços nesta área, no Chile, envolve necessariamente vontade política, primando pela perspectiva de fomentar determinados setores ou indústrias para que utilizem as compras públicas para melhorar sua sustentabilidade, em vez de ponderar mais o impacto social, posto que não parece haver benefícios claros para o Estado. Enquanto o sistema não incorpora o conceito de negócio social, a percepção é de que promover compras a partir deste setor é comprar uma missão social ou fazer filantropia em vez de comprar produtos ou serviços competitivos. Assim, uma meta dos negócios sociais é convencer que o desempenho, o impacto social positivo e a redução de externalidades negativas serão recompensados, ao contrário de comprar com base no conceito legal por trás de uma oferta.

Enquanto o sistema não incorpora o conceito de negócio social, a percepção é de que promover compras a partir deste setor é comprar uma missão social ou fazer filantropia em vez de comprar produtos ou serviços competitivos.

A ChileCompra treina e faz recomendações aos funcionários públicos encarregados de conduzir os processos de aquisição, mas reconhece que a adoção de critérios é voluntária. A favor do atual funcionamento está a maior flexibilidade na aplicação de critérios segundo o tamanho dos valores envolvidos nas compras; ; haveria compras às quais, por isso, não faria sentido aplicar certos critérios. Assim, fica colocada a necessidade de avaliar o impacto que tornaria obrigatório o uso dos critérios, seja do ponto de vista de benefícios sociais como dos preços das ofertas.

A avaliação da ChileCompra é positiva e considera que suas diretrizes estão bem orientadas, são transparentes e coordenadas com outras pastas, como meio ambiente, trabalho, etc. O que poderia ser melhorado é trabalhar mais no desenvolvimento de fornecedores com uma perspectiva mais global do que fazem e oferecem, uma vez que a sociedade tem esta demanda.

No que diz respeito à estratégia de posicionamento dos negócios sociais, a recomendação registrada aponta para trabalhar

70 <http://www.ciudadanoresponsable.cl/wp-content/uploads/2012/09/Reporte-Compras-p%C3%BAblicas-en-Chile.pdf>

71 <http://www.ciudadanoresponsable.cl/wp-content/uploads/2012/10/Spanish-Brazil-Compras-p%C3%BAblicas-sustent%C3%A1vel-sum%C3%A1rio-executivo.pdf>

Não basta recomendar que os negócios sociais participem de compras públicas, é necessário avançar no sentido de como realizá-lo e como, especificamente, os empreendimentos podem participar desse processo.

em estreita colaboração com o Instituto Nacional de Normalização (INN), que faz parte do Comitê de Compras Sustentáveis e trabalha sobre as normas de certificação ou acreditação.

BRASIL

Como em outros países, onde os negócios sociais surgiram apoiados pela oportunidade de participar em compras públicas, o Brasil tem uma oportunidade que em parte já foi implementada. O *e-Government* é o uso da internet e plataformas on-line para agilizar e tornar mais eficientes os processos do aparato público e, também, para trazê-lo para ao público, onde o ComprasNet é o portal de as compras federais. Esta plataforma processa compras e contratos de bens comuns, disponibilizando informações sobre os gastos públicos à população.

Os avanços na compras públicas sustentáveis mostrados no estudo mencionado foram se materializando, por exemplo, desde 2002 em políticas públicas ambientais, desde 2007 em compras públicas sustentáveis, e desde 2011 com a prática do Plano Nacional para a Produção e o Consumo Sustentáveis. Esses avanços são

o resultado de um amplo processo de debate público entre os vários setores da sociedade e o governo brasileiro, com o envolvimento de seis ministérios, diversos grupos de organizações sociais, representantes da indústria, comércio, grupos de consumidores, negócios sociais e academia. As compras públicas sustentáveis são uma das linhas de ação do plano, no entanto, não há informação oficial que indique quanto o governo gasta em compras sustentáveis.

Outros avanços no sistema de compras públicas que poderiam ser melhor aproveitados na busca por proporcionar mais espaço os negócios sociais são:

- **Política Nacional de Mudança Climática.** Compras de empresas com processos e tecnologias que reduzem as emissões de carbono e fazem um melhor uso da energia, água e outros recursos naturais.
- **Política Nacional de Resíduos Sólidos.** Estabelece que deve ser dada prioridade às compras de produtos reciclados ou recicláveis.
- **Lei de Licitações Públicas.** Estabelece que a sustentabilidade ambiental deve ser incluída como um critério para a aquisição de bens, contratos de serviço e trabalhos públicos.
- **Secretaria Nacional de Economia Solidária.** Define as regras para a implementação de ações afirmativas para a inclusão de afrodescendentes, mulheres e pessoas com necessidades especiais no momento de contratação de pessoal. O programa sugere que deve ser dada preferência às empresas que comprovarem ter adotado políticas afirmativas para grupos desfavorecidos.

- **Lei Federal 11.947 de 2009.** Fixa o princípio da alimentação saudável no sistema de merenda escolar estatal. A alimentação saudável é entendido como “uma dieta que fornece uma variedade de produtos seguros e que respeita a cultura, tradições e nutrição dos hábitos alimentares”. Esta lei indica que 30% da merenda escolar devem ser comprados diretamente de produções familiares de pequeno porte. Cada produtor pode vender até 3.000 reais por ano e os produtos orgânicos podem ser até 30% mais caros do que a produção convencional.

No entanto, em termos práticos e de implementação, o mesmo relatório questiona em que medida as adaptações do setor produtivo estão no mesmo ritmo das ações governamentais. De igual maneira, argumenta que mesmo quando o *e-Government* no Brasil foi criado para tornar o processo de compras públicas mais transparente e democrático, este sistema por si só não torna as políticas mais éticas. Similar à situação observada no Chile, a legislação no Brasil está apoiando a inclusão de critérios sociais e ambientais nas compras públicas, mas não conta com nenhum mecanismo que obrigue nem fortaleça a medida ou, pelo menos, meça seus resultados.

Embora se tenha avançado muito por meio do ComprasNet para promover compras sustentáveis, ainda parece haver muito o que fazer para incorporar negócios sociais e aplicar critérios que favoreçam sua oferta nos processos e decisões de aquisição. Não basta recomendar que os negócios sociais participem de compras públicas, é necessário avançar no sentido de como realizá-lo e como, especificamente, os empreendimentos podem participar desse processo. Por exemplo, no Brasil existem 4.000 gerentes de compras públicas e todo

esse grupo precisa ser capacitado em temas relacionados com os negócios sociais e sua oferta. O posicionamento dos negócios sociais e políticas públicas adicionais poderão permitir que o sistema de compras públicas alcance todo o seu potencial como uma política econômica capaz de produzir justiça social, ambiental e econômica.

Conclusões e recomendações finais

Definitivamente, tanto no Chile e quanto no Brasil há um interesse crescente em negócios sociais, apesar da falta de consenso sobre uma definição única e que o ambiente não é tão favorável como em outros países. Se observa um número crescente de stakeholders interessados que reconhecem o potencial dessas instituições para resolver problemas sociais, embora, apesar destes elementos comuns, haja diferenças entre Brasil e Chile a esse respeito.

No caso do Brasil, o tamanho e a estrutura do governo federal influencia e complica a maneira de transitar no processo de desenvolvimento de políticas públicas. Por um lado, o governo oferece oportunidades, mas, por outro, seu envolvimento pode ser problemático para acelerar os progressos. São necessárias mais pesquisas em torno das leis existentes e das oportunidades que elas oferecem para os negócios sociais. No caso do Chile, se observa uma diferença maior sobre se as organizações sem fins lucrativos devem ser consideradas ou não negócios sociais, algo que não parece ser o caso do Brasil.

Embora o debate a respeito de uma única definição de negócio social ainda siga aberto, há elementos que permitem identificar e discriminar um importante grupo de empresas regidas pelos princípios que lhe dão identidade. Tanto no Chile como no Brasil, no entanto, o interesse de não permanecer na busca desse conceito, mas avançar em ações que promovam o setor, é percebido.

A experiência internacional confirma que o setor de negócios sociais tem crescido com sucesso em países mais desenvolvidos por conta do papel ativo do setor público e das medidas de promoção postas em prática, desde marcos regulatórios até várias formas de financiamento e selos de reconhecimento público.

O principal desafio comum identificado está relacionado com o posicionamento dos negócios

sociais como um setor na agenda pública e política. Foram identificados vários elementos necessários para atender a esse esforço, criando-se um modelo geral de posicionamento do negócio social na agenda pública e política que poderia guiar os passos dos atores interessados. A sequência para o posicionamento seria:

1) Acordar um conceito aceitando que será flexível; 2) Identificar as necessidades que, por um lado, representam a razão da existência dos negócios sociais e, por outro, as barreiras que impedem seu crescimento; 3) Um menu de casos e experiências relevantes para essas necessidades e superação de barreiras; 4) A articulação com todos os *stakeholders* e a criação de uma sensação de movimento; 5) A definição de uma estratégia de posicionamento comum que gere o compromisso dos líderes políticos.

As compras públicas representam uma grande oportunidade para os negócios sociais, o que se apoia na experiência do Reino Unido e a regulamentação promovida pela Comissão Europeia. Localmente, no entanto, não há total consenso sobre como implementá-las, havendo ainda resistência a uma política de cotas ou à necessidade de discriminar com base em critérios sociais adicionais aos já existentes, por exemplo. Pelo que parece, seria necessário aprofundar nas alternativas com todos os envolvidos, incluindo os fornecedores do Estado que não são negócios sociais, dado que uma das preocupações é manter a igualdade de oportunidades e condições.

Claramente, o número e o tipo de políticas públicas que promovem o desenvolvimento e crescimento dos negócios sociais é difícil de estimar, deixando colocada a necessidade de determinar, para cada caso, o menu de alternativas viáveis com base no estado de desenvolvimento do país e do setor de negócios sociais, a complexidade da implementação, a vontade política, os recursos disponíveis, entre outros. A busca por esse conjunto de alternativas

para cada caso deveria ser determinada pelas necessidades e contexto local, tarefa que se recomenda ser o mais inclusiva possível para garantir um bom resultado final.

A principal conclusão deste processo é que os negócios sociais são um meio para um fim com capacidade de transformar a economia, e que os argumentos que têm funcionado melhor para posicioná-los são o comercial e a eficiência no orçamento público, e não o argumento moral que fala de uma forma mais justa de fazer negócios.

Em termos setoriais, a percepção de oportunidades difere entre Chile e Brasil. Tomando como exemplo o setor de saúde e a referência que, no Reino Unido, cerca de um terço dos membros da associação de negócios sociais participam deste campo, a alta regulação existente no Brasil torna complexa a participação dos negócios sociais, enquanto que, no Chile, especialistas do setor indicaram que a possibilidade de gerar apoio público é elevada. Situação oposta ocorre, entretanto, nos temas emprego e meio ambiente, onde no Brasil já há leis que estão sendo aproveitadas para os fomentos dos negócios sociais nessas áreas.

No Chile e no Brasil, apesar do crescimento sustentado e um aumento significativo na riqueza, as taxas de desigualdade persistem. Neste cenário, os negócios sociais emergem como um veículo para combater as lacunas de desigualdade. Trata-se de reconhecer que o mercado está deixando para trás certos grupos e que, por isso, oferece uma oportunidade, de forma empreendedora, para esses mesmos grupos. O setor público pode desempenhar um papel extremamente importante ao proporcionar os mecanismos de apoio e os incentivos para fazer isso acontecer e gerar, assim, economias no orçamento público para apoiar mais soluções sustentáveis.



Bibliografia

Addis, R., et. al. (2013). *IMPACT–Australia: Investment for social and economic benefit.* Australian Government, Department of Education, Employment and Workplace Relations.

Agloni, N. e Melero J. (2012). *Compras Públicas Sustentables en Chile - Second Report: “Leveraging buying power for development; ethical consumption and sustainable procurement in Chile and Brasil”.* Fundación Ciudadano Responsable. Santiago

Aspen Network of Development Entrepreneurs (2013). *Motores de la Prosperidad: Reporte de Impacto 2012.* Washington.

Chaves, R. e Demoustier, D. (2013). *The Emergence of the Social Economy in Public Policy: An International Analysis.* Social Economy & Public Economy, Número 4. Bruxelas, P.I.E Lang.

Etchart, N. e Comolli, L. (2013). *Social Enterprise in Emerging Market Countries: No Free Ride.* Nova Iorque, Palgrave Macmillan.

European Commission (2013). *Social economy and social entrepreneurship.* Social Europe Guide, Volume 4. Luxemburgo.

European Commission e OECD (2013). *Policy Brief on Social Entrepreneurship: Entrepreneurial Activities in Europe.* Luxemburgo.

Escola de Administração (2012). *La Innovación Social en Chile y el Rol del Estado en su Desarrollo.* Santiago, Pontificia Universidade Católica do Chile.

Hall, K. e Millar, R. (2011). *Unlocking Innovation in Health and Social Care? An Evaluation of the Social Enterprise Investment Fund (SEIF).* Health Services Management Centre, University of Birmingham.

NESsT Brasil (2013). *Diagnóstico Nacional Brasil.* São Paulo.

NESsT Brasil e FMCSV (2013). *Negócios Zero a Seis - Revelando soluções baseadas no mercado para o desenvolvimento da primeira infância no Brasil.* Pesquisa NESsT e Fundação Maria Cecilia Souto Vidigal. São Paulo.

Salgado, O. (2013). *La política pública de economía solidaria en Medellín: una realidad a pulso desde el consenso. Trabajo presentado en la Novena Conferencia Regional de América Latina y el Caribe de la Sociedad Internacional de investigación del Tercer Sector (ISTR).* Santiago.

Schwab Foundation for Social Entrepreneurship. (2013). *Breaking the Binary: Policy Guide to Scaling Social Innovation.* Geneva.

Thornley, B. et. al. (2011). *Impact Investing: a Framework for Policy Design and Analysis.* InSight at Pacific Community Ventures & The Initiative for Responsible Investment at Harvard University.

Anexos

ANEXO 1

Alguns marcos teóricos para avaliar os casos de programas e políticas públicas

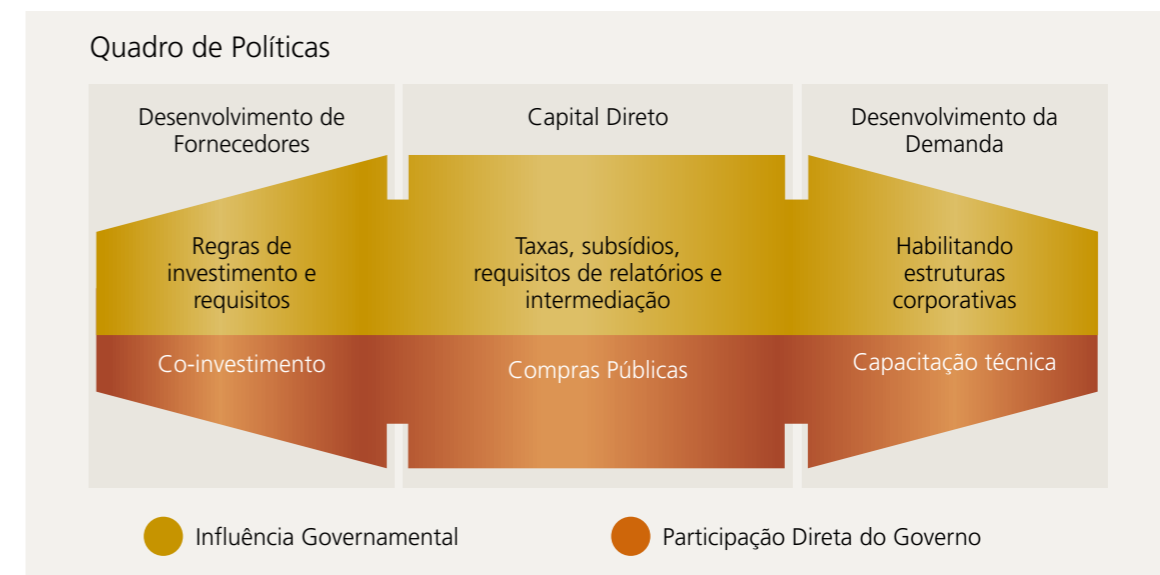
O propósito de contar com alguns marcos e esquemas utilizados no campo dos negócios sociais é poder estudar e entender melhor cada modelo e cada caso, tanto em relação à sua

implementação (considerando-se a distância até se obter seu desenho como programa/política) e seu potencial de adaptação a outros contextos, a fim de promover a criação e o crescimento destas empresas.

O primeiro, ilustrado na Figura 4, é um modelo utilizado pela Insight em 2011 em sua publicação *Impact Investing: A Framework for Policy Design and Analysis*, que permite situar os casos no ecossistema e explorar novas políticas.

FIGURA 4

MODELO PARA CLASSIFICAR POLÍTICAS PÚBLICAS QUE PROMOVAM O INVESTIMENTO DE IMPACTO



Para analisar uma política e explorar sua adoção em novos contextos, os autores propõem considerar 6 critérios:

- Focalizada nos objetivos
- Transparente em seus mecanismos
- Coordenada com outras políticas existentes
- Conectada com os atores relevantes

- Comprometida com a necessidade identificada
- Possível de implementar no contexto atual

Sobre a implementação, uma análise deveria olhar a origem da política (*Bottom-Up*, *Top-Down*, ou uma combinação de ambas) e os fatores que influem nessa implementação como mostrado na Tabela 5, a seguir:

TABELA 5
FATORES QUE INFLUENCIAM A IMPLEMENTAÇÃO DE UMA POLÍTICA PÚBLICA

| Fatores | O que se busca avaliar para cada fator |
|--|--|
| A complexidade do campo em que se desenvolve | Por exemplo: Inclui muitos níveis e agências? |
| A natureza das ferramentas usadas | Por exemplo: os instrumentos são complexos, arriscados ou demandam muitos recursos? |
| Sintonia | Da política com o estilo e cultura de quem implementa |
| Contexto do problema | Por exemplo, a necessidade que se deseja abordar é importante para quem deve implementar? Competirá por recursos humanos e orçamento com outras prioridades? |
| Preferência de quem toma as decisões | Por exemplo: conta com todo o apoio de quem decide? A pessoa se manterá no cargo no longo prazo? |

Uma terceira ferramenta, apropriada e em uso, é o Framework for Government Action, proposto recentemente pela Schwab Foundation for Social Innovation em 2013 na publicação *Breaking the Binary: Policy Guide to Scale Social Innovation*, ilustrada na Figura 5. Sem bem o modelo é projetado pensando sobre inovação social, ele inclui seis elementos de esforço público que podem apoiar os negócios sociais e que podem ser incorporados em uma sequência lógica. Assim, o modelo é útil não só para analisar casos de política pública, mas também para fazer recomendações tanto para um próximo passo lógico quanto para uma eventual adaptação ao contexto de outro país.

FIGURA 5
ESTRUTURA PARA AÇÃO DO GOVERNO



ANEXO 2

Negócios sociais e desenvolvimento da primeira infância no Brasil

A seguir, destacamos trechos de uma recente pesquisa realizada pela NESST Brasil sobre a existência e o potencial dos negócios sociais para resolver problemas relacionados ao desenvolvimento da primeira infância no país.⁷²

Entre os resultados obtidos foram identificadas algumas das seguintes contribuições que os negócios sociais no Brasil têm promovido à primeira infância de maneira complementar à ação do governo:

- Para a atenção e educação: fortalecimento e melhoria da qualidade do trabalho do cuidador e educador, junto com a ampliação da oferta de creches e educação infantil.
- Para a saúde: ampliando a cobertura e melhorando a qualidade da assistência pré-natal, obstetrícia e pediatria para a população de baixa renda.
- Para o combate aos problemas sociais crônicos e estruturais específicos, tais como obesidade, desnutrição/subnutrição, habitação inadequada, falta de saneamento básico, violência familiar e pobreza extrema: combinando-se com ou influenciando as políticas públicas por meio do desenvolvimento de tecnologias sociais inovadoras, de alto impacto e baixo custo, para combater mais eficazmente estes problemas.

- Para o apoio a crianças com deficiência: soluções em tecnologias assistivas e terapias que impactam significativamente a vida deste segmento da população, oferecendo alternativas para o acesso das famílias pobres à informação e sua inclusão em opções de serviços.
- Para o acesso ao conhecimento e para a valorização do papel da família no desenvolvimento de seus bebês: proporcionando informação, orientação e serviços de alta qualidade para mães, pais e responsáveis, oferecendo espaços para compartilhamento de experiências, dúvidas e apoio mútuo.
- Para o fortalecimento da amamentação como a primeira e mais importante fonte de nutrição para bebês e como veículo de criação de laços: criando consciência e incentivando as empresas a adotarem as condições para que as mães possam amamentar ou armazenar leite materno.
- Para a melhoria geral das condições de vida da família: investindo no empoderamento das mulheres como uma forma de romper o círculo da pobreza, dependência e violência doméstica, ou no cuidado com enfoque multidisciplinar com o objetivo específico de fortalecer as famílias em situação de extrema vulnerabilidade, como os modelos “Saúde da Criança”.
- Outras referências citadas pelos especialistas entrevistados são alguns programas relativamente recentes de políticas públicas que se tornaram modelos, como o Programa Infância Melhor (PIM), do Rio Grande do Sul (2006), o Programa Mãe Coruja (2007), de Pernambuco, e o Programa Brasil Carinhoso (2012), do governo federal.

72. *Negócios Zero a Seis - Revelando soluções baseadas no mercado para o desenvolvimento da primeira infância no Brasil* (2013). Pesquisa patrocinada pela NESST com a colaboração e apoio financeiro da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal (FMCSV).

Negócios sociais, dentro e fora do país, já são soluções reais para a inclusão de qualidade de milhares de crianças aos serviços básicos de saúde e educação.

Exemplos como o Dr. Consulta, Saútil e Proyecto Cies, no Brasil, e AeioTU, Bridge International Academies e Crescendo, em países da Europa, mostram que existem um campo para a oferta de saúde e educação infantil por meio de modelos de baixo custo ou subsídios cruzados, especialmente quando se combina a qualidade com preços acessíveis dos serviços.

No atual cenário macroeconômico do Brasil, a má qualidade dos serviços públicos de saúde e educação, combinado com a grande demanda da população das classes C, D e E pelos serviços, cria um campo especialmente promissor para as empresas que operam através destes modelos. Esta é uma grande área de oportunidade onde, todavia, há um longo caminho a se percorrer. Em nível mundial, a maioria dos projetos de educação para a primeira infância são privados, mas na América Latina a maior parte desse atendimento é proporcionado pelo setor público. *“Cedo ou tarde vamos precisar do setor privado, que está enriquecendo rapidamente na América Latina, para que assuma parte da responsabilidade”*, disse Leonardo Yanez, da Fundação Bernard Van Leer.

É preciso desenvolver a capacidade de interlocução, tanto das empresas e quanto do governo, em busca de economias de escala

O Brasil conta com notáveis exemplos de organizações que, através de suas tecnologias sociais com impacto na primeira infância, alcançaram o impacto e a sustentabilidade financeira por meio da articulação com departamentos do governo, especialmente no nível municipal. Estes são casos que

exemplificam a tendência brasileira para ir onde ninguém vê potencial, ou seja, propor soluções criativas para melhorar a qualidade ou compensar as deficiências dos serviços públicos e atender, assim, a grupos que as empresas tradicionais não estão exergando.

Entre estes exemplos, a pesquisa destaca o Instituto Avisalá, com um desempenho de referência na formação contínua de educadores da primeira infância em centenas de cidades, dentro e fora do Brasil. Também revela o trabalho do IPTI,⁷³ que detectou a alta prevalência de anemia por deficiência de ferro, uma das causas do atraso na aprendizagem das crianças do estado de Sergipe. O IPTI aplicou seu teste em mais de 4.500 alunos de escolas públicas por meio de um contrato de gestão fechado com o governo local.

O empreendedor que quiser gerar impacto, especialmente em educação e saúde da infância, tem que aprender a fortalecer o diálogo com o setor público e combinar seus esforços com as políticas públicas já existentes, já que a experiência do Brasil, até o momento, demonstra que este é um caminho muito factível. Para fazer isso, a recomendação é conversar e aprender com aqueles que estão no campo há mais tempo e já têm uma boa experiência no tema: as organizações do terceiro setor. É ali onde estão alguns dos melhores articuladores de parcerias com o governo e que, através de sua experiência, podem ajudar os novos atores dos negócios sociais a construir essa relação especial que envolve a compreensão da dinâmica e dos riscos inerentes ao setor, cercado-se das pessoas certas e desenvolvendo habilidades para defender a causa.

.....
73 Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (www.ipti.org.br/).



Sobre a NESST

Fundada em 1997, a NESST investe e desenvolve em negócios sociais que resolvem problemas sociais críticos em países de mercados emergentes. A organização apoia empresas pioneras em sua fase inicial, as quais pilotam novos modelos de negócio e abordagens para resolver os problemas sociais. Devido a seus modelos inovadores, os negócios sociais NESST criam novos mercados que podem ser replicados e catalisam mudanças no comportamento ou no sistema maior.

A NESST usa uma abordagem de portfólio de longo prazo para desenvolver negócios sociais. Oferecemos suporte no planejamento dos negócios com a finalidade de identificar e selecionar as melhores ideias. Implementamos as empresas mais promissoras e as incubamos com capacitação e financiamento sob medida. Em seguida, escalamos as empresas com investimentos pacientes para multiplicar o seu impacto.

A NESST já investiu mais de US\$ 9,2 milhões em apoio financeiro e desenvolvimento de capacidades para lançar 149 negócios sociais de alto impacto. As empresas da NESST já melhoraram diretamente a qualidade de vida de 350 mil pessoas marginalizadas.

Como organização líder no setor, a NESST tem estado na vanguarda do desenvolvimento de negócios sociais, conduzindo pesquisas amplas e divulgando inúmeras publicações sobre melhores práticas. Temos organizado vários fóruns sobre o assunto e somos fundadores do Dia do Negócio Social, um evento anual que atua na promoção de um ambiente favorável para o setor. Utilizamos nossa liderança para promover políticas que aumentam ainda mais o impacto dos negócios sociais.

A organização conta com 6 escritórios de país, escritórios de representação em São Francisco e Londres, e trabalhos em toda Europa Central e América Latina. A maioria dos funcionários é composta por profissionais de mercados emergentes e contamos com o apoio voluntário de mais de 300 consultores de negócios para orientar o nosso portfólio de negócios. Além disso, os serviços de consultoria da NESST já levaram o nosso trabalho para 48 países e mais de 100 clientes, expandindo negócios sociais em todo o mundo.



Posicionando negócios sociais na agenda pública

O caminho a seguir

Tem se demonstrado que os modelos e abordagens para as políticas públicas atuais não têm sido capazes de resolver os problemas sociais, como a desigualdade ou a falta de oportunidades para determinados grupos da sociedade. Nem os recursos públicos, nem a filantropia, ou as iniciativas do setor privado são suficientes para gerar soluções a estes problemas complexos, soluções cuja demanda está em constante crescimento. No entanto, os negócios sociais oferecem respostas a várias questões sociais por meio de soluções híbridas que utilizam as forças do mercado em sua formulação, estratégias cujo uso tem aumentado nas duas últimas décadas em muitos países devido à sua proximidade com a comunidade afetada.

Graças às políticas públicas promovidas fortemente pelos governos, os negócios sociais têm sido capazes de se desenvolver mais fortemente na Europa, onde estima-se que toda a economia social envolveria mais de 11 milhões de pessoas, cerca de 6% da força de trabalho ativa. Ela representa US\$ 92 bilhões na economia do Reino Unido, com mais de 2 milhões de empregos, enquanto que nos EUA, estima-se que o setor representa 3,5% do PIB e 10 milhões de empregos.

A América Latina está ficando para trás a este respeito, onde não existe uma institucionalização do negócio social ou o reconhecimento do seu potencial para tratar de questões sociais críticas. Ao mesmo tempo, verifica-se que o Estado pode desempenhar um papel importante na promoção dessas empresas para geração dos benefícios que prometem.

Posicionando negócios sociais na agenda pública: O caminho a seguir, nasceu desta inquietação e do interesse em pesquisar, compreender, documentar e disseminar as boas práticas nas políticas para os negócios sociais, com a aspiração de contribuir para o desenvolvimento do setor na América Latina e globalmente. O Manual apresenta um modelo de como colocar o tema na agenda pública respondendo às necessidades sociais mais urgentes do país e do setor, com base nas políticas existentes e comprovadas em outros países, e envolvendo as partes interessadas em um diálogo contínuo. O caminho a seguir, destinado a desenvolvedores de políticas públicas e a atores do setor, tem 34 casos de melhores práticas em políticas públicas, bem como a oportunidade de se mover mais rápido para resolver os problemas mais difíceis através de uma nova economia.

www.nesst.org

NESS