

***TRS**

Tecnologia, Redes e Sociedade

e-planning | networks | e-learning | e-government

Relatório Interno TRS 10/2018

Título

Contribuições para a discussão de um modelo de avaliação do impacto social

Autor(es)

Valéria Barros, UFP

Luis Borges Gouveia, UFP

Mês, Ano

Novembro, 2018

Local de presença Web <http://tecnologiaredesesociedade.wordpress.com>

Repositório de trabalho científico *trs <http://bdigital.ufp.pt/handle/10284/3787>

Universidade Fernando Pessoa

Praça 9 de Abril, 349

4249-004 Porto, Portugal

Contribuições para a discussão de um modelo de avaliação do impacto social

Valéria Barros, Luis Borges Gouveia

Atualmente, a questão do impacto social e os desafios colocados por um contexto de grandes mudanças à escala global, tem obrigado a repensar as respostas que as sociedades produzem para a sua própria coesão. Num contexto muito marcado pela crescente importância do digital e mudanças no tempo e no espaço, também social, além do económico, tem criado oportunidades e a emergência de modelos de negócio e de desenvolvimento com impacto social.

O presente relatório propõe o estudo de um modelo para a avaliação do impacto social que tenha em consideração o atual ecossistema digital e a crescente organização em rede que está a desafiar as tradicionais formas de atuar. Trata-se ainda de uma contribuição preliminar para a discussão de um modelo de avaliação do impacto social e ambiental de stakeholders em iniciativas de inovação social, considerando a atividade desenvolvida no Brasil e em Portugal.

1. O que é inovação social

A ideia de inovação está estreitamente ligada ao conceito de empreendedorismo desenvolvido por Joseph Schumpeter que associou a inovação ao seu conceito de “destruição criativa”, explicando que o desenvolvimento económico do capitalismo assenta na forma como as inovações se combinam para destruir o “velho” e impulsionar o crescimento.

Posteriormente, vamos encontrar o tema do empreendedorismo associado com a inovação em autores como Peter Drucker (1970), que realçaram a importância da gestão das inovações tecnológicas nomeadamente no interior das organizações.

Segundo a *Stanford Social Innovation Review*, respeitada publicação sobre o tema, inovação Social é uma nova solução para um problema social; uma solução mais efetiva, eficiente, sustentável ou justa do que as soluções já existentes e cujo valor gerado beneficia, prioritariamente, a sociedade como um todo e não apenas alguns indivíduos. O texto em que essa definição foi publicada, em 2008, chama-se *Rediscovering Social Innovation*, de autoria de James A. Phillips Jr., Kriss Deiglmeier, e Dale T. Miller. As inovações sociais buscam trazer soluções mais justas e eficientes para os desafios socio ambientais – muito em linha com as preocupações crescente de sustentabilidade. E os benefícios são diversos dependendo do problema que é solucionado por cada inovação social. O microcrédito, por exemplo, que dá acesso a crédito para milhares de pessoas antes desatendidas, é um tipo de inovação social.

Peter Drucker, teórico e consultor da área de administração e Michael Young, empreendedor social e fundador da Open University são considerados os responsáveis pela disseminação do termo que surgiu nos anos 1960, embora este conceito só tenha sido vulgarizado na última década, já neste milénio. Diversas fontes dão conta precisamente da origem e posterior divulgação do conceito, como

é o caso o texto *Is social innovation the future of the economy?*, publicado em 2011, na *ParisTech Review*.

A inovação social está diretamente associada ao modelo de negócio de um empreendedor social. Conforme Dees (1998), o empreendedorismo social é fruto da ineficiência do poder público e do poder privado em atender certa parcela da população. Para o autor, ser um empreendedor social demanda alto grau de envolvimento com a missão social, como gestão técnica apropriada, alto grau de inovação e determinação. A principal diferença entre o empreendedorismo tradicional e o empreendedorismo social é o motivo para a ação, enquanto o primeiro visa lucro financeiro, o segundo é movido pela missão social, entretanto, ambos surgem da identificação de problemas que necessitam de solução (DEES, EMERSON; ECONOMY, 2002; MARTIN; OSBERG, 2007).

Para entender negócios que geram inovação social vamos adotar o conceito do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, para negócios inovadores que buscam gerar por meio da operação do seu próprio *core business* impacto social positivo, ou seja, sua atividade principal beneficia diretamente a sociedade, devendo impactar pessoas das classes C, D e E e/ou pessoas da classe A e B, mas sobretudo impactar a Base da Pirâmide (BOP).

Os negócios de impacto social alcançam relevância porque criam e vendem produtos ou serviços dirigidos à melhoria da qualidade de vida das pessoas de baixa renda ou que vivem em condições desfavoráveis, ao mesmo tempo em que produzem um retorno financeiro capaz de fazer com que suas atividades sejam sustentáveis. Esta agenda comum, com prioridades claras, deve ser desenvolvida com a participação de todos os grupos de interesse e abrir caminho para uma articulação efetiva das partes interessadas.

2. O que é entendido por impacto

A definição de impacto vem do latim *impactus*, que é o efeito diretamente atribuível a uma ação ou projeto ou atividade com o esforço para atingir um fim estabelecido. O impacto social de projetos setoriais e coletivos não vem de uma ação unidirecional de um *stakeholder*, mas de um conjunto de incrementos que acontecem desde o patrocínio da iniciativa até a aplicação das soluções e a sua apropriação pelos utilizadores (usuários), comunidades e territórios.

A Avaliação de Impacto é um tipo de avaliação que se propõe fornecer evidências sobre os impactos produzidos – ou que se espera produzir – com o intuito de detetar ou comprovar que os impactos foram, pelo menos em parte, gerados pelo projeto, programa, política ou negócio. É mediar as mudanças mais complexas, na vida das populações do projeto, de grupos setoriais de empreendimentos.

Segundo Brandão, Cruz e Arida (2013), a avaliação do impacto social refere-se à ocorrência de mudanças em uma comunidade, população ou território em uma relação causal entre a mudança e a variável, ou seja, mudanças que são diretamente atribuídas às ações do negócio. Referem-se, ainda, à temporalidade onde os impactos podem ser concebidos como um conjunto de resultados que se manifestam em um determinado período de tempo. Para os autores, o conceito de impacto social deve se apoiar em aspectos metodológicos, temporais ou de território, apresentados na figura abaixo.

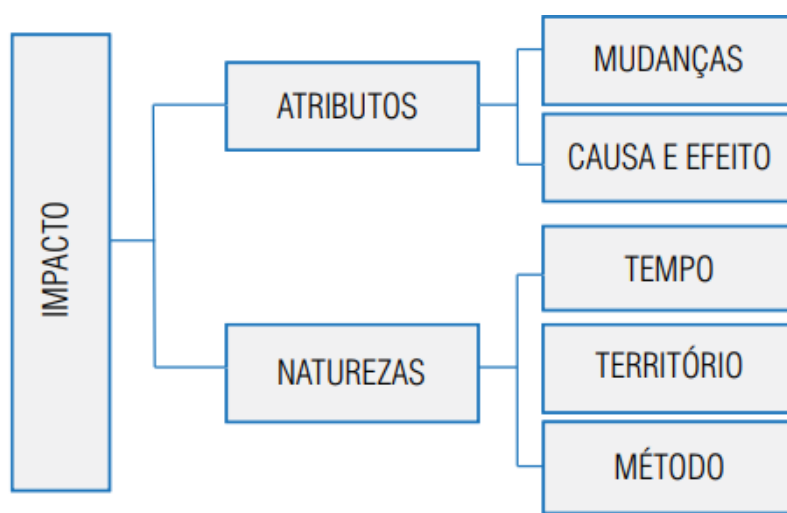


Figura 1: Atributos e naturezas da Avaliação de Impacto Social

Fonte: Brandão, Cruz e Arida.

Os mesmos autores ainda destacam (Brandão, Cruz e Arida, 2013):

- “Avaliações de impacto procuram responder a questões de causa e efeito. Em outras palavras, buscam mudanças nos resultados (*outcomes*) que são diretamente atribuídas ao programa” (Gertler et al., 2010, World Bank Training Series);
- “Avaliações de impacto comparam os resultados de um programa contra um contra fatual que mostra o que teria acontecido com os beneficiários se o programa não tivesse existido. Distinto de outras formas de avaliação, o estudo de impacto permite atribuir as mudanças ao programa em avaliação por seguir desenhos experimentais e quasi-experimentais” (*World Bank DIME Initiative – Development Impact Evaluation*).

As métricas de avaliação de impactos sociais, embora muito relevantes, mostram-se ainda pouco exploradas (Comini; Barki; Aguiar, 2013). É sabido que o mundo dos negócios utiliza métricas de aferição para diversos propósitos, desde avaliação do risco inicial até o acompanhamento do investimento, visando verificar e garantir o cumprimento de objetivos financeiros e sociais. Já medir o ciclo de vida e

o próprio impacto social de um negócio é também uma questão necessária não só para incentivar empreendedores, investidores e aceleradores, mas também como instrumento de afirmação da finalidade de resolver um problema em larga escala (Comini; Barki; Aguiar, 2013).

Para Prahalad, (2005) esse cenário levou executivos e ativistas ao desenvolvimento de novos modelos de negócios que vão transformar as organizações e a vida das pessoas pobres. Segundo Comini, Barki e Aguiar (2013), esses negócios representam um novo modelo de gestão e de visão e como os negócios podem ter uma nova configuração. Estes autores apontam que a principal característica dos negócios com impacto social é a busca concomitante de retornos financeiros e geração de impactos sociais positivos.

Complementando os autores, Yunus (2007) considera que, como qualquer empresa, os negócios com impacto social, além do impacto social positivo, devem apresentar retornos financeiros, embora considere que a coexistência de interesses sociais e econômicos seja difícil. Para o autor há, ao menos, dois tipos de concepções para o que fazer com os retornos financeiros, sendo a primeira concepção referente ao reinvestimento do lucro no negócio e a segunda considerando a destinação do lucro, em parte, aos acionistas e investidores.

O mercado financeiro buscando adequar-se a este novo modelo de negócio apresenta alguns fundos com relatórios sobre investimentos de impacto, como o JP Morgan (2010). Esses investimentos seriam destinados a criar impactos positivos, além de retornos financeiros (Comini; Barki; Aguiar, 2013).

3. Exemplos de soluções de inovação social e métodos de avaliação de impacto

Conforme pesquisado, há alguns guias produzidos no Brasil pelas organizações Artemísia e Move Social, Insper e Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social – IDIS, que trazem exemplos de métricas e de aplicação para pequenos negócios que geram impacto social.

A Artemísia, organização sem fins lucrativos no Brasil, destaca um exemplo no seu guia prático para avaliação de negócios de impacto social – a avaliação de um negócio de impacto social que adquire produtos elaborados a partir de material reciclado de 50 cooperativas de artesãos em diversos lugares do Brasil, e os comercializa em lojas de decoração e diretamente junto a empresas, o processo de avaliação de resultados tinha as seguintes perguntas, indicadores e fontes de informação qualitativas:

PERGUNTAS	INDICADORES	FONTES DE INFORMAÇÃO
Os artesãos e artesãs tiveram efetiva melhoria de renda depois de ingressarem na rede de apoio?	<ul style="list-style-type: none"> Nível de renda dos artesãos Estabilidade da renda de artesãos e artesãs 	Questionários on-line respondidos pelos artesãos e artesãs
Em que medida a rede de apoio tornou as cooperativas mais sustentáveis	<ul style="list-style-type: none"> Inovação da produção Destino de resíduos Redução do trabalho precarizado Receitas financeiras 	Visitas as cooperativas para entrevistas e atividades de observação

Figura 2: Questões, indicadores e fontes de informação
 Fonte: guia prático Artemísia

O Insper Métricas, organização sem fins lucrativos para o ensino e aprendizagem, define em seu guia, a pesquisa de impacto baseando-se em níveis de grupos de controle, conforme demonstra a figura abaixo:

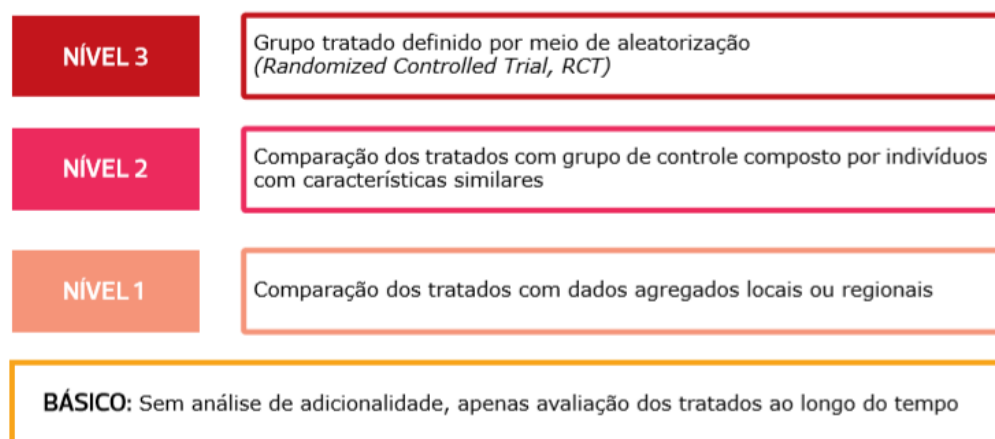


Figura 3: Níveis de grupos de controle
 Fonte: Insper Métricas

Para detalhar essa divisão dos grupos de controle acima, um exemplo descrito pelo Insper relativo ao nível 3, também chamada de técnica experimental, permitindo máxima confiabilidade da estimativa de avaliação de impacto. Neste nível, a decisão de quais indivíduos ou comunidades serão sujeitos à intervenção é feita de forma totalmente aleatória, logo reduzindo possíveis vieses de seleção dos grupos-alvo do projeto: Por exemplo uma organização oferece um programa limitado de

microcrédito em um contexto em que não há recursos para apoiar todos da comunidade. A organização pode convidar interessados e definir quem vai receber o microcrédito de forma aleatória. Alternativamente, pode ser realizado o empréstimo para aqueles com melhor risco de crédito e então considerar de forma aleatória, dentro do conjunto daqueles que quase foram selecionados, isto é, logo abaixo da linha de corte de risco de crédito. Considerando esse conjunto, pode ser definido de forma aleatória um grupo de indivíduos tratados que receberão o crédito, sendo então o grupo de controlo definido por aqueles não escolhidos por esse procedimento aleatório.

Segundo o guia IDIS, existem “*metodologias de Avaliação de Impacto que não necessitam de grupo de comparação e buscam mesclar métodos para atender aos anseios do investidor social. É nessa direção que se apresenta a metodologia de Avaliação de Impacto chamada Social Return on Investment (SROI), ou Retorno Social do Investimento, que compõe a gama de métodos não experimentais e se baseia nos princípios da avaliação custo-benefício. Investimentos são realizados com a finalidade de gerar um retorno, mesmo que intangível. Quando fazemos um investimento em uma intervenção, os impactos não são somente financeiros. Intervenções podem gerar melhorias de qualidade de vida como, por exemplo, um aumento da autoestima. Apesar de difíceis de mensurar, devemos medir o impacto para reportar à sociedade ou ao investidor. O SROI é um conjunto de princípios para a mensuração e **valoração do impacto não financeiro de projetos, programas e negócios sociais e sua comparação com o valor investido**. É, assim, uma metodologia que se baseia em custos financeiros para verificar se, no projeto, programa ou negócio social em análise, há uma relação positiva entre a unidade monetária investida e a unidade de impacto social resultante*”.

O guia desta metodologia está disponível em: http://idis.org.br/wp-content/uploads/2016/09/GUIA_SROI_PT_2.pdf 16. A principal organização atuando para o desenvolvimento do SROI mundialmente é a *Social Value UK*, que oferece cursos e um processo de certificação na metodologia, com informação disponível em <http://www.socialvalueuk.org/>.

Equação do retorno de investimento social possui a seguinte macro estrutura:

$$SROI = \frac{\text{valor dos benefícios}}{\text{valor dos investimentos}}$$

PRINCÍPIOS E ESTÁGIOS DO SROI	
<ul style="list-style-type: none"> • Envolver os <i>stakeholders</i> • Entender o que mudou • Valorizar as coisas que importam • Apenas incluir o que é material • Não se apropriar de resultados dos outros • Ser transparente • Verificar os resultados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estabelecer o escopo e <i>stakeholders</i> chave 2. Mapear resultados 3. Estabelecer os indicadores de resultados e valorá-los 4. Entender o impacto 5. Calcular o SROI 6. Reportar

Figura 4: Princípios e estágios do SROI
 Fonte: IDIS

O Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e o PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, acreditam que empresas podem desenvolver soluções sustentáveis, inclusivas e economicamente viáveis a favor das comunidades onde atuam. Por isto, reconheceram e premiaram, em 2017, 10 iniciativas empresariais que geram impacto social positivo. Por meio da divulgação detalhada de como a premiada buscou resolver um problema social.

A publicação encontra-se disponível para consultam, em <https://bis.sebrae.com.br/bis/conteudoPublicacao.zhtml?id=9903>. O texto possui informação relevante sobre os critérios necessários para a promoção de negócios inclusivos. Os elementos do estudo que podem ser úteis para potenciais empresários(as), associações empresariais e gestores públicos(as) que acreditam na transformação da sociedade por meio do empreendedorismo social.

Sabe-se que é desafiador ter a mensuração de impactos comprovados e existe uma dificuldade efetiva na mensuração de e para os negócios sociais. Duas das iniciativas a nível mundiais que foram criadas são: o *Impact Reporting and Investment Standards* – IRIS e o *Global Impact Investing Rating System* – GIIRS (B-Lab, 2014).

Criado em 2009 pela *Global Impact Investing Network* – GIIN (<https://thegiin.org/>), o IRIS propõe uma forma padronizada de mensurar o impacto dos negócios sociais, disponibilizando: métricas financeiras; métricas operacionais, que avaliam as políticas de governança; métricas referentes ao desempenho do produto ou serviço e os benefícios sociais alcançados; métricas que descrevem e quantificam o impacto do negócio no setor ao qual pertence; métricas de desempenho social, que descrevem e quantificam o progresso do impacto social pretendido pelo negócio; entre outras. Para cada métrica são estabelecidos indicadores tangíveis que auxiliam no processo de avaliação do impacto, bem como servem de subsídios para as tomadas de decisões dos empreendedores e/ou investidores.

Acesso à água limpa	Desenvolvimento Comunitário
Acesso à educação	Resolução de Conflitos
Acesso à energia	Prevenção e Mitigação de Doenças
Acesso a serviços financeiros	Geração de emprego
Acesso à informação	Igualdade e Empoderamento
Habitação com preços acessíveis	Segurança alimentar
Produtividade Agrícola	Geração de fundos para doações
Capacitação de indivíduos	Melhoria na Saúde
Proteção dos Direitos Humanos	Crescimento da Produtividade / lucro

Figura 5: Objetivos sociais medidos pelo IRIS
 Fonte: adaptado Global Impact Investing Network – GIIN

O GIIRS é outra proposta para avaliação do impacto social dos negócios. Consiste em um questionário com aproximadamente 160 questões que são respondidas pelas empresas e analisadas por um sistema. Destaca-se que a avaliação é focada nas boas práticas dos negócios e não necessariamente no impacto social, com isso é necessária a análise do empreendedor na identificação dos impactos alcançados. A figura abaixo mostra as áreas de impacto e questões mensuradas pelo GIIRS:

Área de Impacto	Questões Mensuradas
Governança	Transparência Prestação de contas
Trabalhadores	Remuneração, benefícios e treinamentos Participação dos trabalhadores Ambiente de trabalho
Comunidade	Produtos e serviços oferecidos à comunidade Fornecedores e distribuidores Envolvimento local Criação de empregos Diversidade Engajamento cívico e doações
Ambiente	Produtos e serviços e seus impactos ambientais Terra, escritório, planta Entradas (inputs) Saídas (outputs) Transporte, distribuição e fornecedores

Figura 6: Áreas de impacto e questões mensuradas pelo GIIRS
 Fonte: adaptado GIIRS

Além disso, a *Stanford Social Innovation Review*, publicação de referência da Stanford University, aponta cinco (5) condições para o alcance da abordagem do impacto coletivo pelas partes (os autores do documento são John Kania e Mark Kramer):

1. Todos os participantes devem ter uma agenda comum para mudança, incluindo uma compreensão partilhada do problema e uma abordagem conjunta para a sua resolução, através de ações acordadas;
2. Recolher e medir os resultados de forma consistente em todos os *stakeholders* garante medições compartilhadas para alinhamento e responsabilidades;
3. Um plano de ação que descreve e coordena atividades que se reforçam mutuamente para cada *stakeholder*;
4. É necessária uma comunicação aberta e contínua entre os diversos participantes para criar confiança, assegurar objetivos mútuos e desenvolver uma motivação comum;
5. Uma organização para a gestão de forma colaborativa, como equipa, e um conjunto específico de competências para atender a todos os *stakeholders* na definição de medição partilhada que assegure uma abordagem coletiva.

A medição partilhada foi definida como o “*uso de um conjunto comum de medidas para monitorar o desempenho, acompanhar o progresso em direção aos resultados e aprender o que está e o que não está funcionando na abordagem coletiva do grupo*” (Kania e Kramer, 2011).

Segundo Kania e Kramer (2011), medidas compartilhadas de Impacto Coletivo:

- Melhoram a qualidade dos dados;
- Acompanham o progresso em direção a um objetivo partilhado;
- Ativam a coordenação e a colaboração;
- Permitem aprender e corrigir o curso;
- Catalisar a ação.

Assim, usar dados para definir prioridades, impulsionar o processo colaborativo, aprender continuamente e tomar decisões são características-chave de iniciativas bem-sucedidas de impacto coletivo. Os colaboradores podem compilar dados de fontes existentes ou fazer sua própria coleta de dados. De qualquer maneira, deve ser relevante, atual e preciso. Portanto, na abordagem do impacto coletivo, os desafios serão:

- Entender o problema ou problemas que uma colaboração está a tentar resolver;
- Obter um alinhamento em torno do que os dados estão evidenciando;
- Tomar decisões específicas sobre a agenda e o roteiro da colaboração;
- Aprender sobre o que está funcionando e não está funcionando;

- Acompanhar o progresso em relação às metas da comunidade, usando métricas relevantes que são estabelecidas em comum acordo com os *stakeholders* do projeto, da iniciativa ou do programa que está em curso;
- Destacar publicamente os sucessos para aumentar o apoio da comunidade e das partes envolvidas;
- Por fim, isso tudo será resultado para atrair financiamentos mostrando progresso para todos os *stakeholders*.

A organização que fará a gestão da colaboração das partes deve construir e operar seus próprios sistemas de coleta de dados ou confiar em parceiros. Os sistemas de coleta de dados podem ser tão simples quanto o simples recurso ao MS Excel, que rastreia o progresso ao longo do tempo; ou tão complexo quanto sistemas de dados compartilhados que permitem que provedores de serviços e outras partes relatem conjuntamente seu trabalho coletivo. Seja como for, a organização deve construir a infraestrutura de dados que permita a colaboração conjunta dos *stakeholders* na monitorização contínua sobre o progresso da abordagem coletiva do impacto.

Criar uma iniciativa de avaliação de impacto coletivo bem-sucedida requer: o tempo que as organizações participantes devem dedicar ao trabalho, o desenvolvimento e a monitorização de sistemas de medição compartilhados e a equipa da organização de gestão necessária para liderar e apoiar o trabalho contínuo da iniciativa.

Ainda que a maioria dos financiadores tentem investir nas organizações que dão a maior contribuição para a solução de um problema social, esse esforço nem sempre é conseguido. Por sua vez, os institutos, fundações, atores governamentais, empresários competem para serem escolhidos, enfatizando como suas atividades individuais produzem o maior efeito. Cada organização é julgada pela sua participação isolada no processo e não no complemento da colaboração dos papéis das partes interessadas para o alcance do valor partilhado e do impacto coletivo das partes.

A *Schwab Foundation For Social Entrepreneurship* é uma fundação sem fins lucrativos, fundada em 1998 que se integra ao Fórum Económico Mundial com a supervisão do Governo Federal Suíço e que tem o objetivo de alavancar e fomentar o empreendedorismo social. De acordo com SCHWAB os modelos organizacionais com características de empreendimento social podem ser: organizações sem fins lucrativos, negócios sociais e modelos híbridos. Em conjunto, estes estão incluídos entre o segundo e terceiro setores da sociedade, conforme ilustrado abaixo:

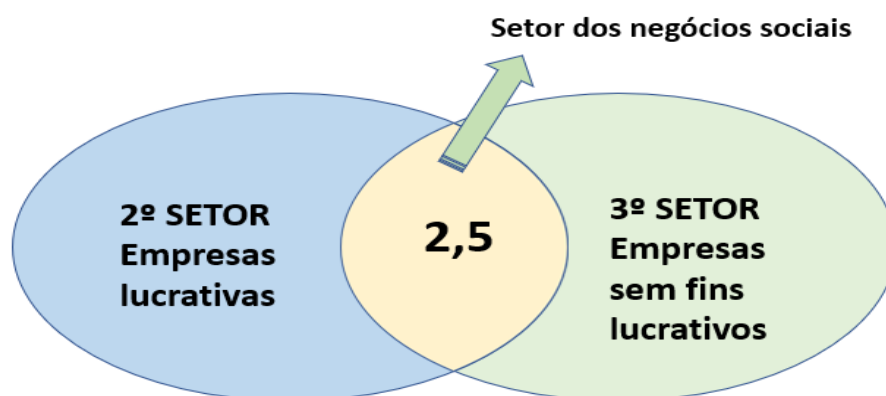


Figura 7: O setor dos negócios sociais como setor 2.5

Fonte: ilustração própria

Os modelos de negócios de impacto social, que são modelos híbridos, em que nem são só caracterizados como negócios tradicionais que geram lucros, nem são só do terceiro setor ou organizações sem fins lucrativos, mas são aqueles negócios que operam na intersecção dos dois núcleos, designado no Brasil de setor 2,5 (dois e meio), constitui uma designação criada pela literatura, que compreende ser o melhor espaço para dar suporte ao empreendedorismo social – a intersecção entre o potencial de negócio e o serviço social.

Por se tratar de ser um setor ainda incipiente no Brasil, os mecanismos de avaliação de impacto social ainda são isolados. É uma abordagem orientada para encontrar e financiar uma solução incorporada em uma única organização, combinada com a esperança de que as organizações mais eficazes cresçam ou se repliquem para ampliar seu impacto de forma mais ampla. A figura abaixo apresenta a comparação entre Impacto Isolado e Impacto Coletivo:

Impacto Isolado	Impacto Coletivo
Financiadores selecionam garantias individuais que oferecem soluções mais promissoras.	Financiadores e implementadores entendem que problemas sociais e suas soluções surgem da interação de várias organizações dentro de um sistema maior.
Organizações sem fins lucrativos trabalham isoladamente e competem para produzir os maiores impactos isolados.	Progresso coletivo depende de um trabalho direcionado para o mesmo objetivo e mensurando as mesmas coisas.
Esforço de avaliação de impacto isolado a uma organização.	Impacto em larga escala depende do crescente alinhamento entre setores e da aprendizagem entre muitas organizações.
Mudança em larga escala é assumido depender da escala numa organização.	Entidades e governo são parceiros essenciais.
Entidades e governos são frequentemente desconectados de fundações e organizações sem fins lucrativos.	Organizações ativamente coordenam suas ações e dividem seus aprendizados com todos.

Figura 7: O setor dos negócios sociais como setor 2.5

Fonte: adaptado de John Kania e Mark Kramer, Stanford Social Innovation Review, 2011

A mudança social em larga escala vem de uma melhor coordenação entre os setores, e não da intervenção isolada de organizações individuais. Evidências da eficácia dessa abordagem ainda são limitadas, mas esses exemplos sugerem que um progresso substancialmente maior poderia ser feito para aliviar muitos dos nossos problemas sociais mais sérios e complexos se organizações sem fins lucrativos, governos, empresas e o público das iniciativas fossem reunidos em torno de uma agenda comum para criarem impacto coletivo. Isso não acontece com frequência, não porque é impossível, mas porque percebemos que é tão raramente tentado. Os *Stakeholders* ignoram o potencial do impacto coletivo, porque estão acostumados a se concentrar na sua ação independente como o principal veículo para medir avaliação de resultados, sem levar em consideração o poder da potencialização do impacto gerado pelas partes de forma coletiva.

4. As inovações sociais e as oportunidades para um futuro emergente

Em 2016, o Fórum Económico Mundial lançou a Iniciativa do Desafio Global sobre Crescimento Económico e Inclusão Social para envolver todos os interessados – governos, setor privado, especialistas, líderes da sociedade civil e organizações sociais e empreendedores – na conceção e implementação de soluções escaláveis. Segundo o relatório *Social Innovation - A Guide to Achieving Corporate and Societal Value*, elaborado pela *Schwab Foundation for Social Entrepreneurship*, as empresas podem buscar uma série de oportunidades de inovação social e gerar uma série de benefícios para os negócios por meio de:

- a) **Construir mercados futuros** – por exemplo pela projeção de produtos e serviços que respondem às necessidades e comportamentos exclusivos dos clientes de baixa rendimento (renda). Isso pode incluir o desenvolvimento de novos produtos e serviços ou a adaptação de linhas de produtos existentes para suas necessidades (por exemplo, marcas de alimentos que fortalecem os produtos existentes com micronutrientes para combater a desnutrição). Os produtos e serviços devem oferecer alto valor para o dinheiro investido (retorno), o que exige a criação de produtos com boa relação custo-benefício. E devem ser acessíveis em grandes áreas geográficas com infraestrutura precária, o que exige pensar de forma criativa sobre os canais de distribuição. Além de melhorar a qualidade de vida dos clientes de baixo rendimento, essas inovações também podem apresentar oportunidades para promover o microempreendimento e aumentar a rentabilidade dos seus promotores;
- b) **Fortalecer as cadeias de abastecimento (suprimentos)** – Ou seja garantir a estabilidade do acesso às matérias-primas. Muitas cadeias de abastecimento, particularmente aquelas dos setores de agricultura, alimentos e bens de consumo, estão saturadas de intermediários, os quais tomam parte

(significativa) do preço pago pelo consumidor. A menos que os pequenos fornecedores possam aumentar a produtividade ou os volumes, as famílias podem abandonar as culturas que se tornaram inviáveis, ameaçando o fornecimento de matérias-primas. A ameaça de uma escassez global de cacau, por exemplo, levou muitos fabricantes mundiais de chocolate a estabelecerem parcerias com empresas sociais, como a Kenner Foods, nas Filipinas, para ajudar os produtores de cacau a aumentar a produtividade das lavouras. A reputação e a resposta pró-ativa às mudanças nas preferências do consumidor também fortalece as cadeias de fornecedores, pois um número crescente de consumidores está disposto a pagar mais por produtos fornecidos por meio de cadeias de fornecimento socialmente responsáveis. A experiência da C&A constitui um exemplo em como as empresas podem gerar um prêmio de marca e fidelidade do cliente através do investimento em produtores.

- c) Investir em diversidade – O aumento dos níveis de diversidade na força de trabalho pode representar uma oportunidade significativa de inovação social. Buscar uma força de trabalho mais diversificada aumenta o tamanho da base de recrutamento e pode introduzir novos recursos em uma organização. Muitas empresas perceberam a oportunidade que isso pode trazer – de acordo com a pesquisa *“Incentivando a Inovação através de uma Força de Trabalho Diversa 2011”* pela *Forbes*, 85% das empresas concordam que a diversificação de talentos resulta em ideias mais inovadoras na geração de produtos.
- d) Alavancar finanças – As finanças podem ser uma ferramenta fundamental para uma empresa envolver-se em inovação social. Empresas como a espanhola Telefónica ajudaram a desenvolver empresas sociais gerindo fundos de investimento de impacto ou incubadoras. Além de gerar retornos financeiros, esses investimentos podem oferecer um fluxo de ideias para apoiar a agenda de inovação de uma empresa e podem-se tornar futuros parceiros ou mesmo futuros clientes. Para se beneficiar ao máximo de seus investimentos de impacto, uma empresa deve investir em start-ups que estejam fortemente alinhadas com a estratégia de negócios da empresa ou operando em mercados adjacentes. Os investimentos direcionados a empreendedores sociais podem gerar novas oportunidades de negócios para a empresa e constituir uma fonte adicional de investigação e desenvolvimento e um dos componentes das políticas de inovação das organizações.

5. As políticas públicas e os negócios de impacto social

Graças às políticas públicas promovidas pelos governos, os negócios de impacto social têm sido capazes de se desenvolver mais fortemente na Europa. Por exemplo em Portugal, os fundos europeus estruturais e de investimento (FEEI) serão, pela primeira vez, diretamente mobilizados para projetos na área da Inovação e Empreendedorismo Social, no âmbito do novo quadro de programação para o

período 2014-2020 – o Portugal 2020, e respetivos Programas Operacionais. (<https://inovacaosocial.portugal2020.pt>).

Também se deve destacar a Lei da Economia Social, estabelecida pelo país, em 2015. Em complemento, Portugal é o país que adotou plataforma chamada *One Value* (onevalue.gov.pt), um portal sobre o investimento público em algumas das áreas sociais prioritárias de Portugal, apontando indicadores-chave de desenvolvimento dos programas em que houve investimentos públicos.

No Brasil, foi instituída em 2017, a política federal chamada ENIMPACTO – Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto, para dar força à temática em nível político, para tentar alavancar o potencial desse segmento para resolver questões sociais críticas. O Estado pode desempenhar um papel importante na promoção dessas empresas para geração dos benefícios que prometem. Por não haver uma legislação específica para os negócios sociais no Brasil e não se tratar do Terceiro Setor, a legislação tributária brasileira deve ser obedecida integralmente. Ou seja, deverá cumprir com as normas federais relacionadas com as empresas privadas, (Imposto de Renda Pessoa Jurídica, Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL, PIS, COFINS, INSS, etc.), estaduais (IPVA, ICMS, etc.) e municipais (ISS, IPTU, etc.). A legislação deverá ser aplicada conforme a atividade desenvolvida, podendo o negócio social beneficiar de normas especiais, como a Lei Complementar nº 123/2006 para as micro e pequenas empresas, que trata do Simples Nacional. O regime tributário aplicável ao negócio de impacto social vai depender das suas características.

6. Comentários finais

A proposta de elaboração de um modelo para tratar da mensuração do impacto social causado coletivamente por empreendedores e *stakeholders* em iniciativas de inovação social (Brasil e Portugal) vem contribuir para o conhecimento e divulgação do valor agregado que as soluções e investimentos ocasionam diretamente na qualidade do público alvo de comunidades, empresas, governos e seus territórios envolvidos. Isso poderá contribuir para a promoção de políticas públicas mais específicas e acessíveis aos pequenos negócios de impacto social e ambiental e todos os *stakeholders* que participam ativamente do processo da inovação social gerada nos territórios e nas suas populações.

A proposta de implementação de uma plataforma digital para avaliar o impacto social gerado por *stakeholders* em programas de inovação social também vem contribuir para preencher o grande dilema da mensuração do impacto sob a perspectiva empreendedora e do poder público. Se por um lado, se reconheça a necessidade deste tipo de avaliação, por outro lado, a responsabilidade pela execução ainda não é consenso. Estudos apontam que empreendedores não tem

tempo e recursos para fazer avaliação de impacto e reivindicam a corresponsabilidade desta empreitada com fundos de investimento, fundações, institutos, organismos internacionais. Ou seja, não há convergência entre os atores do ecossistema de quem deve produzir e pagar, embora todos desejam ter o instrumento da avaliação de impacto social como valor agregado ao produto ou serviço gerado para as comunidades.

Dessa forma, uma tendência global é a crescente participação dos negócios de impacto social na resolução, de forma sustentável e por meio de mecanismos de mercado, de problemas sociais que abrangem desde o desemprego até o cuidado com o meio ambiente. 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 em nível nacional e internacional.

Referências

- ARTEMÍSIA, Avaliação para negócios de Impacto – Guia Prático. Disponível em: <https://artemisia.org.br/>. Acesso em 10.10.2018.
- BRANDÃO, CRUZ, ARIDA: Métricas em negócios de impacto social: Fundamentos, disponível em: www.movesocial.com.br. Acesso em 10.10.2018.
- COMINI, G.; BARKI, E; AGUIAR, L. O novo campo dos negócios com impacto social. In: BARKI, E; IZZO, D.; TORRES, H.; AGUIAR, L. (Org.). Negócios com Impacto Social no Brasil. São Paulo. Peirópolis, 2013.
- DEES, J. G.; EMERSON, J.; ECONOMY, P. Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs. Nova Iorque. John Wiley & Sons, 2002.
- DEES, J. Gregory. The Meaning of "Social Entrepreneurship". Califórnia. Kauffman Foundation and Stanford University. 1998.
- DRUCKER, Peter. Technology, Management & Society. Nova York. Harper & Row, 1970
- GIIN, Global Impact Investing Network. Disponível em: <http://www.thegiin.org>. Acesso em: 16.10.2018.
- GIIRS, Ratings & Analytics for impact investing. Disponível em: <http://www.giirs.org>. Acesso em: 16.10.2018
- IDIS, Avaliação de Impacto Social: metodologias e reflexões, disponível em <https://www.idis.org.br>. Acesso em 18.10.2018.
- IRIS, Impact Reporting and Investment Standards. Disponível em: <https://www.iris.thegiin.org>. Acesso em:16.10.2018.
- J.P. MORGAN GLOBAL RESEARCH, Impact investments: an emerging asset class. New York, 2010. Disponível em: <https://www.jporganchase.com/corporate/socialfinance>. Acesso em 10.10.2018.
- ONE VALUE, plataforma, disponível em: <https://onevalue.gov.pt>. Acesso em 02.11.2018.

- PARIS INNOVATION REVIEW, Is social innovation the future of the economy? Disponível em: <http://parisinnovationreview.com>. Acesso em 10.10.2018.
- PORTUGAL 2020. Disponível em <https://inovacaosocial.portugal2020.pt>. Acesso em 16.10.2018.
- PRAHALAD, C. K. A riqueza na base da Pirâmide. Rio de Janeiro. Editora Bookman. 2005.
- SCHUMPETER, J. Capitalismo, Socialismo e Democracia. Editado por George Allen e Unwin Ltd., traduzido por Ruy Jungmann. Rio de Janeiro. Editora Fundo de Cultura, 1961.
- SEBRAE, De Delivery de Saladas à Fintechs: 10 estudo de caso de negócios com impacto social e ambiental. Disponível em: <https://bis.sebrae.com.br/bis/conteudoPublicacao.zhtml?id=9903>. Acesso em 10.10.2018.
- SOCIAL VALUE UK, plataforma. Disponível em: <http://www.socialvalueuk.org/>. Acesso em 02.11.2018.
- STANFORD SOCIAL INNOVATION REVIEW. Disponível em: <https://ssir.org/>. Acessos em 12.10.2018 e 19.10.2018.
- YUNUS, M. Um mundo sem pobreza: a empresa social e o futuro do capitalismo. São Paulo. Ática Editora. 2008.