

Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN

Briefing Notes for the Philippines



Co-funded by the European Union



Guidelines for the
Promotion of Inclusive Business in ASEAN

Briefing Notes for the Philippines

Table of Contents

A.	Overview of Inclusive Business (IB) and Opportunities to Collaborate in the Philippines	1
B.	Inclusive Business Promotion in ASEAN	2
C.	12 Policy Instruments to promote IB in ASEAN.....	3
D.	Designing and implementing IB promotion policy instruments.....	3
1.	Strategy and action plan on IB enabling environment.....	4
2.	Institutionalising IB promotion.....	5
3.	IB accreditation and registration	6
4.	IB awareness raising	8
5.	IB coaching for companies	8
6.	IB investment incentives.....	9
7.	Reducing impact investment risks	9
8.	Promoting IB in public procurement.....	10
9.	Targeting IB in existing private sector and other development programs.....	10
10.	Linking IB to the social enterprise and corporate social responsibility agenda	11
11.	Monitoring and reporting on IB results	11
12.	Creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond.....	12
	Gabay para sa Promosyon ng Inclusive Business [Inklusibong Negosyo] sa ASEAN	15
	Buod para sa Pilipinas	15
A.	Pangkalahatang-ideya ng <i>Inclusive Business (IB)</i> at Pagkakataon na Makipagtulungan sa Pilipinas.....	15
B.	Promosyon ng <i>Inclusive Business</i> sa ASEAN.....	16
C.	12 Mga <i>Policy Instrument</i> upang i-promote ang IB sa ASEAN.....	17
D.	Pag-disenyo at pagpapatupad ng <i>IB promotion policy instrument</i>	17
Annex 1:	Mga <i>Policy Instrument</i> upang i-promote ang IB sa ASEAN.....	19
1.	Istratehiya at <i>action plan</i> sa <i>IB enabling environment</i>	19
2.	Pag- <i>institutionalize</i> ng <i>IB promotion</i>	21
3.	Akreditasyon at pagrerehistro ng IB.....	21
4.	Paglunsad na kabatiran sa IB	23
5.	IB coaching para sa mga kompanya	24
6.	Mga insentibo sa IB <i>investment</i>	24
7.	Pagbawas sa epekto ng panganib sa pamumuhunan.....	25
8.	Pag-promote ng IB sa pampublikong <i>procurement</i>	26
9.	Pag-target sa IB sa umiiral na pribadong sektor at ibang programa sa pag-unlad...26	
10.	Pag-uugnay ng IB sa <i>social enterprise</i> at <i>corporate social responsibility agenda</i>27	
11.	Pagsubaybay at pag-ulat sa mga <i>IB result</i>	27
12.	Pagbuo ng mga <i>synergy</i> upang i-promote ang IB sa rehiyon at labas ng ASEAN....28	

Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN

A. Overview of Inclusive Business (IB) and Opportunities to Collaborate in the Philippines

1. **IB in the Philippines:** In 2013 the first IB landscape study was prepared for the Philippines with support from the Asian Development Bank. The report comprises an analysis of 20 Inclusive Business cases and makes recommendations on promoting a better enabling environment for IB in the country.
2. Philippines is the **first country in ASEAN that institutionalized IB policy promotion**, set up IB registration, and granted IB investment incentives under the Investments Priority Plan (IPP). The Philippines IB policy is anchored in the government's focus on poverty reduction through micro, small and medium enterprise (MSME) development by linking to the core business processes of the Medium and Large Enterprises (MLEs). Companies applying for IB incentives are expected to engage marginalized individuals as employees and/or micro and small enterprises as suppliers. In 2016, the government of the Philippines set up a dedicated IB unit at the Board of Investments (BOI) under the Department of Trade and Industry (DTI). The IB tax incentive aimed at businesses in the agribusiness and tourism sectors have been in place since early 2018. Five registered IB projects will provide a valuable contribution to the Base of the Pyramid (BoP), estimated at USD 55 million. In 2021, legislative measures were introduced to support IB in form of the House Bill No. 9316 or "An act to promote Inclusive Business to support and accelerate inclusive development at the national and local levels through private sector involvement" and the Senate Bill No. 2242: Inclusive Business Act or "An act to promote women's economic empowerment through Inclusive Business to support and accelerate inclusive development at the national and local levels through private sector involvement"
3. The Philippines has also been active in promoting IB in ASEAN and APEC, including as chair of APEC 2015 and of ASEAN 2017.

Contact

Ms. Maria Rosario Jotie Dominguez, Director III, Board of Investments, Email: RJDominguez@boi.gov.ph

Further information on IB in the Philippines

- Asian Development Bank (November 2013): Inclusive Business Landscape Study for the Philippines. <https://www.inclusivebusiness.net/node/103>
- Business Call to Action (2017): How Inclusive Business is Helping Achieve the SDGs in the Philippines. <https://www.inclusivebusiness.net/node/1873>
- UNDP (2017): Scaling Inclusive Business at the nexus of poverty and environment. <https://www.inclusivebusiness.net/node/1803>
- House Bill No 9316 and Senate Bill No. 2242
- (<https://congress.gov.ph/legisdocs/?v=billsresults#18>) and
- http://legacy.senate.gov.ph/lis/bill_res.aspx?congress=18&q=SBN-2242

B. Inclusive Business Promotion in ASEAN

4. **IB definition and overview in ASEAN:** ASEAN defines Inclusive Businesses as businesses that provide goods, services, and livelihoods on a commercially viable basis, either at scale or scalable, to people at the Base of the economic Pyramid (BOP), making them part of the value chain of companies' core business as suppliers, distributors, retailers, or customers¹. IB is implemented along three approaches, namely IB models, IB activities, and Social Enterprise initiatives.²

5. In 2017, the ASEAN leaders called for greater emphasis on creating an enabling environment for Inclusive Businesses and endorsed the **ASEAN IB Framework**. In 2018, the ASEAN Coordinating Committee on Micro, Small and Medium Enterprises (ACCMSME) took the lead to promote IB in the region. Since then, ASEAN and its member states have made significant progress in advancing the promotion of IB at both national and regional level through capacity building programmes, publication of reports and guidelines and development of national-level IB landscape studies. The regional **Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN** document was endorsed by the ASEAN Economic Ministers (AEM) at the 52nd ASEAN AEM Meeting in August 2020, providing a common non-binding reference document for ASEAN policymakers to further promote the IB agenda in the region. It provides an outline on how IB can be supported at the national level, and what institutional setup is required to do so, as well as provides recommendations on how to promote IB at the regional level.

6. The Inclusive Business (IB) agenda is a **triple win** for governments, businesses and people at the base of the economic pyramid, blending economic, commercial and social objectives and benefits. IB is a cross-cutting topic – its promotion and integration into national and regional policies require close collaboration with all relevant stakeholders from both the public and private sectors. It is thus pertinent that all stakeholders have the same understanding on the IB model, its potential avenues for applications as well as benefits to achieve a common objective in the promotion and integration of IB in national and regional policies.

7. **IB as part of the post-COVID 19 re-building:** IB can support efforts to rebound from the COVID-19 crisis and to build back better. Companies with IB models are innovative and their social impact is local. Many have established last-mile distribution and supplier outreach systems and understand the markets of the poor and low-income population. Governments providing financial support to the private sector in times of economic crisis are increasingly interested in linking their support to creating impact for the economy and building back a better future through encouraging changes towards inclusive business practices. Providing detailed information about the state of the IB sector generally would help lay the case for investors to re-engage with investments. Governments can also approach investors to discuss potential risk reduction strategies that could stimulate post-pandemic investments leveraging public sector spending.

¹ As per definition adopted in the ASEAN Inclusive Business Framework, which referred to the IB definition developed by the G20. <https://asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN-InclusiveBusiness-Framework.pdf>

² IB models integrate the poor into their core business, expect to realize market returns, and rely mainly on commercial funding. IB activities, on the other hand, integrate the poor into their value chain but only ancillary, such that the business may survive even without the IB activity. CSR activities often fall under this category. Finally, SE initiatives have explicit social impact objectives, but are not necessarily structured to maximize profit for investors.

C. 12 Policy Instruments to promote IB in ASEAN

8. The **Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN** introduces 11 policy instruments to promote IB at the national level³ and one (1) policy instrument on “creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond” to promote IB at the regional level. Description of each policy instrument appears in **ANNEX 1**.

D. Designing and implementing IB promotion policy instruments

9. **The process of formulating an IB promotion strategy:** The development of IB policy instruments, which has emerged in ASEAN, follows a three-step process consisting of (i) scoping, landscaping and strategy recommendation development in public-private engagement; (ii) consultation, awareness-building and promotion through public-private dialogues; and (iii) steering, technical assistance and strategy implementation. The aim of the collaborative and participatory multi-stakeholder approach is to build a convincing case for IB and to create ownership and commitment which supports the transformation of the strategy recommendations into official government and private sector approved policy instruments according to the country’s specific processes.

10. **Initial insights to implementing IB promotion policy instruments:** IB is a private sector activity therefore policymakers need to involve private sector representative in the development and implementation of IB strategies. Although there is so far only limited experience in the implementation of IB policies, coordination mechanisms for public and private sector focal points in form of, for example Steering Groups, have been initiated. The level of institutionalization, from establishing a government programme to promote IB to adopting specific legislation to promote IB, will be an indicator of the future sustainability and impact of the IB strategy. The promotion of IB requires a core government budget to support the IB unit and coordination efforts. Government funding can leverage private funding from companies and investors. In addition, development partners may be interested to fund some elements of the IB strategy. Some promotion activities could be part of existing programmes.

Important documents

- Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN (September 2020) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/6.-ASEAN-IB-Promotion-Guidelines-Endorsed-at-the-52nd-AEM.pdf>
- The ASEAN IB Framework (August 2017) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/ASEAN-Inclusive-Business-Framework.pdf>
- Advancing Enabling Policy Environment for Inclusive Businesses in Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) (September 2019) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/Advancing-Enabling-Policy-Environments-for-Inclusive-Businesses-in-ASEAN-1.pdf>

³ (i) strategy and action plan on IB enabling environment; (ii) institutionalisation IB promotion; (iii) IB accreditation and registration; (iv) IB awareness raising; (v) IB business coaching for companies; (vi) IB investment incentives; (viii) reducing impact investing risks; (viii) promoting IB in public procurement; (ix) targeting IB in existing private sector and other development programs; (x) linking IB to the social enterprise and corporate social responsibility agenda; (xi) monitoring and reporting on IB results

Annex 1: Policy Instruments to promote IB in ASEAN

The **Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN** introduces eleven policy instruments for AMS, followed by one for ASEAN (creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond), to encourage the widespread adoption of IB in the ASEAN region with the details are as follows.

1. Strategy and action plan on IB enabling environment

Strategy for an IB enabling environment (IBee⁴). Inclusive Business as a new and cross-cutting topic is distinguished from sector or MSME policies. Therefore, a specific strategic framework is required which rationalizes policy options, draws in commitment of various stakeholders, and includes an action plan with budget and institutional structure for implementing IB promotion. While no ASEAN Member State (AMS) has an approved IB strategy so far, six countries have recently prepared either full-fledged IB strategy proposals (Cambodia, Malaysia, Myanmar, Philippines, Viet Nam), sector specific IB recommendations (Indonesia), or an IB bill and roadmap (Philippines). IBee strategies typically describe directions and cohesive programs to be implemented by government in partnership with other organizations to create a better enabling environment for IB. In some countries IB strategies are also referenced in broader medium-term socio-economic development plans or industrial or SME development strategies.⁵

IB strategies aligned with MSME development strategies. The ASEAN SME Policy Index 2018 identified that industrial clusters create an environment conducive to productivity gains, which are a factor of growth, and so form a structure that helps enterprises meet the challenges of international competition. Without SMEs as subcontractors and suppliers of intermediate inputs to multinational corporations (MNCs) and domestic large enterprises, industrial growth may not be able to sustain increasing domestic value, employment, productivity and industrial linkages.

The point of convergence between MSME and IB development objectives, and responsible agencies' success indicators, is the linkage. As MSME look for access to market through large companies (bottom-up approach), IB companies look to engage with MSMEs throughout their value chain (top-down approach). To foster alignment of IB and MSME promotion strategies the following steps can be undertaken by the IB and the SME focal agencies⁶:

- a) A review of the current state of MSME development plans and programs relevant to IB promotion can reveal concrete opportunities of alignment, such as support programmes for SME financing and support services.

⁴ In Cambodia, the proposed strategy is named IBeeC (Inclusive Business enabling environment in Cambodia). This innovative naming refers to an active bee going around (enabling environment) collecting pollen (inputs) from different flowers (stakeholders) and transferring this into honey (IB support programs).

⁵ For example, in Malaysia IB is a strategy in the National Entrepreneurship Policy 2030 (NEP 2030) and being considered as a strategy under the 12th Malaysia Plan; in Cambodia in the National Development Plan 2019-2023; and in the Philippines in the National Socio-Economic Development Plan. In all three countries, IB is also a topic in the SME development strategies.

⁶ The Philippines' Department of Trade and Industry together with the Board of Investment developed in 2019/20 the Inclusive Business Roadmap with representative from the private, public and civil sector, which outlines alignment strategies of IB and MSME development.

- b) Such review can further identify national, provincial and local agencies-and their objectives - involved in MSME development, which could incorporate and implement IB strategy elements connected to MSME development.
- c) The following key strategic objectives have emerged to further promote inclusive business through convergence with MSME development programmes:
 - i. Encourage more provincial and local businesses to develop inclusive business models engaging with MSMEs.
 - ii. Coordinate the provision of support to build financial and technical capacities of IBs and MSMEs, for example by collaborating on MSME capacity development programmes.
 - iii. Build viable community partnerships that enable the emergence and growth of IB models and that provide access to markets for MSMEs.
 - iv. Facilitate the set-up of a central database/repository and a readily-accessible online portal for information and knowledge sharing as well as matching of IBs and MSME value chain partners.
 - v. Develop metrics or standards and a system to measure, monitor, and evaluate IB/MSME performance and impact.

Developing an IB strategy needs a committed champion: Because of the multi-sectoral character of IB, endorsing such strategies will require multi-agency support and engagement at high-level, both in the government’s cabinet and in business associations. To this end, it is particularly important to find a strong and active champion in the government. At government level the development of an IB strategy could involve ministries of economy and finance, industry and trade, investment boards, and a key sector ministry being responsible for agrobusiness (as most IB models address income poverty and are related to agrobusiness and crafts).

IB strategies aim at encouraging the transformation of mainstream business models into inclusive business models: To this end, the recommended incentives focus first on creating a clear understanding of IB (information dissemination, awards, accreditation, systemic impact monitoring, etc.), enhancing business readiness, and reducing business investment risks. In addition, they may call for smart and targeted incentives and for mainstreaming IB promotion through existing SME development, sectoral and poverty reduction programs. The strategies also emphasize partnership between multiple implementation actors, especially in government (economic and finance as well as industry and trade ministries and their investment promotion bodies), business associations and impact investors.

A multi-year IB action plan is developed from the IBee strategy: It describes the activities and inputs for implementing the objectives and targeted results of the IB strategy. The action plan includes a budget and explains the roles of the various stakeholders involved. It is linked to monitoring IB implementation and following up on commitments from government agencies, business associations, impact investors, business facilitators, development partners, and others.

2. Institutionalising IB promotion

Dedicated IB strategy implementation bodies: Alongside the strategy development and identifying the leading champion for IB promotion in the government, it is important to establish the right coordinating and initiating bodies for IB promotion. Three important bodies emerged in AMS to institutionalize IB:

- Most importantly a central IB coordinating unit under the IB champion in a ministry is needed to arrange the implementation of the strategy. This IB unit could be located in the respective strategy department of the ministry, and comprise 2-3 persons working part-time on IB. The IB unit could have a small budget for hosting workshops, establishing and then populating a country-wide IB website, conducting IB studies, and preparing and coordinating the implementation of the action plan.
- The IB coordination unit should work with officially nominated IB focal points in selected government agencies and business associations. The IB focal points (usually 6 to 12) should meet regularly to discuss IB implementation in their specific constituency.
- A broader IB steering group could be responsible for monitoring the implementation of the IB action plan. It could meet quarterly to guide the direction of IB implementation. Such steering group would comprise of the IB focal points plus other key stakeholders active in IB promotion. Representatives from impact investors, business facilitators and development partners could be selected on a rotating basis. To build wide ownership of IB promotion, the steering group would be responsible for endorsing the IB action plan.

Keeping the momentum: As part of the IB policy formulation process, various AMS have already or are in the process of establishing a steering group (e.g. Myanmar), coordination unit (e.g. Cambodia, Malaysia, Philippines, Viet Nam) and a focal point (Cambodia, Myanmar). For those countries that are finalizing their policies, the next step would be to formally endorse and communicate the institutional structure, and to establish regular meetings and working realities. The IB coordinating unit could serve as the secretariat to the steering group.

3. IB accreditation and registration

IB accreditation as core policy instrument: IB is a thematic concept that emphasizes impact and not company size or sector priorities as in other industry promotion policies. To endorse financial support to the private sector, the government needs a good rationale and targeting system. IB accreditation allows both by emphasizing that companies need to be viable (and hence government support is limited), achieve large scale social impact, and provide systemic and innovative contributions to development. IB is a new concept and terminologies of combining economic activities with social impact are often confusing, therefore a transparent and independent accreditation system is required to clearly identify such companies. Some AMS (like Cambodia, Malaysia, Myanmar, and Viet Nam) are currently exploring an IB accreditation scheme. Some (like Malaysia, Thailand, Singapore, Viet Nam) also have a social enterprise accreditation or registration system, which could be broadened to include also IB or linked to a separate IB accreditation (discussion in Malaysia and Viet Nam).

Principles of IB accreditation: Eleven basic principles to IB accreditation are outlined below:

- 1) Companies can apply voluntarily and IB accreditation shall be different from eventual IB registration for incentives.
- 2) The IB accreditation system assesses IB business lines (not the whole company) based on 40 more detailed criteria—see Annex 5 and Annex 6 of the guidelines document—and against sector benchmarks for small (offering the opportunity to integrate Social Enterprise (SE), and medium and larger companies).
- 3) The assessment is based on both past performance and the realistic application of a forward looking (3 years) business plan.
- 4) Furthermore, the IB accreditation is not given once for all, but needs to be confirmed every 3 years.

- 5) A composite rating tool⁷ with a set of transparent criteria, sector benchmarks reflecting different company sizes and country realities, and a common weighting⁸ and scoring⁹ principle is used to assess all business lines on their IB potential.
- 6) A company needs to pass some minimum score to be qualified as IB.¹⁰ Companies with environmental, social and governance (ESG) safeguard and responsible business standards below a certain threshold will be disqualified.
- 7) Companies with good IB strategic intent and ratings close to the minimum thresholds can be classified as potential IB, while others exceeding the minimum scores are classified as IB. Potential IB could have access to incentives (e.g. business coaching) but would qualify for financial incentives only, if the IB line's projected impact is achieved.
- 8) Small, medium and large companies are rated on the same criteria, but rating benchmarks consider the three company sizes.
- 9) The accreditation is based on a detailed assessment of the IB line through independent advisory firms. To enhance ownership among the business community, the final rating is jointly performed by representatives from government and business associations.
- 10) The results of IB accreditation are transparently publicized and IB awards being given to enhance branding of such companies.
- 11) IB rating is linked to receiving IB incentives. Recognition and awards are the minimum incentives a government can give. Other financial, technical, market, and input access incentives are further outlined below; AMS may decide which of these incentives they wish to open for IB.

Encouraging the transformation of potential IB: To this end, (a) applying a dynamic understanding and theory of change for reporting scale, depth and transformative character of the social impact, and (b) encouraging companies with potential IB models to make the transition towards IB are important. The accreditation system allows for identifying potential IB models, and such companies could receive specific support like business coaching. For the government and other actors in the ecosystem, transforming potential IB into fully matured IB models is the key for widespread adoption of IB.

IB registration as an enhanced policy instrument: In case a government decides to also provide financial incentives, companies with an inclusive business model need to undergo a registration process. Such a registration process can be a stand-alone process, or one that is integrated in registration processes for other investment promotion incentives (as in the Philippines).

⁷ The advantage of a composite rating tool against principles of assessment by exclusion, is that companies can be eligible for IB even if they are weak in some criteria. Another advantage is that all company sizes can be assessed under the same methodology, with different benchmarks used for small, medium or large companies.

⁸ Commercial and social ratings have similar weights with social rating slightly higher, while BoP innovation has a much smaller weight. While criteria are uniform for all AMS, the weights can be adjusted to the specific country conditions.

⁹ The assessment would rate each of the 39 criteria in high-medium-and low results which are transferred into numbers 1-6. These rates are then multiplied by the weights for each criterion to achieve a specific score.

¹⁰ A company's business line would qualify as IB, if it achieves minimum overall and section scores. An indicative overall score for IB could be 3.2, a minimum financial score 1.2 (sum of commercial score, business innovation and technology innovations), a minimum social score 1.5 (sum of social impact and social innovation), an innovation score 0.4, and an IB strategic intent score could be a minimum of 3.

4. IB awareness raising

Need to raise awareness of IB: Apart from an increasing number of IB thought leaders and public and private sector pioneers, IB is still not well known in most AMS among policy makers, businesses, or the public. Therefore, it is important to generate awareness at different levels, mostly among business leaders (so that they see the potential of IB markets) and among government agencies (so that they understand the role IBs can play in achieving their mandates, and how they may promote IB). Knowledge sharing and advocacy is therefore a critical component of IB promotion.

Business associations are best suited to undertake this towards the private sector. However, some government agencies are also well-placed to prepare and disseminate knowledge on IB through numerous activities, such as preparation and dissemination of information material—among others – multimedia, printed information and promotion materials, films and radio features as well as newspaper articles. Organisation and participation in workshops and seminars, capacity building programs, and international events could also be considered. Having a country-wide IB website, to which key stakeholders contribute and is linked to global IB platforms¹¹ could be a simple and highly effective way of awareness raising. Finally, recognising the achievement and societal contribution of IB companies through national IB Awards may also increase the understanding and awareness among the public and private sectors on the IB model. Proposed nomination and selection criteria appear in the Annex 7 of the guidelines document.

5. IB coaching for companies

Rationale for IB coaching: Impact investors suggest that the lack of investment readiness is the main bottleneck for investing in companies with IB models. This readiness is related to both commercial viability as well as social impact. At the same time, there are companies without IB models or already with potential IB models which would like to transition into IB but have not yet fully develop such business lines. A program of IB coaching is a tool to support such companies making the transition to IB, while helping to improve investment readiness, commercial viability and enhance social impact. The government could set up a business coaching facility, which helps companies through focused and practical technical assistance improving the IB model.

Content of IB coaching: IB coaching would comprise an overall strategic business discussion resulting in a general orientation for an IB focused business plan of the company. The target audience would typically be high-level decision makers in a company. Other forms of business coaching can comprise matchmaking with impact investors. Yet another component of business coaching could be marketing to the BoP, managing environmental and social risks through supply chain due diligence¹², or business processes advice, for which sector experts would be needed. These different coaching activities would require between 1 to 30 person-days of intermittent input with longer time support commitment. To meet the diverse requirements of expertise, a network of IB trained national and international experts could be established.

Delivering IB coaching and its costs: As one-on-one coaching is expensive, innovative cost-reducing approaches are required to make the coaching feasible. IBs coaching can be given to the company on a grant basis with a mechanism for the company to cost-share a certain percentage in case of successful IB business. That would create a revolving fund for making the IB coaching facility more

¹¹ such as www.inclusivebusiness.net.

¹² Such training could be based on internationally recognized instruments such as the [OECD Due Diligence Guidelines for Responsible Business Conductor](#) relevant sectoral OECD due diligence instrument.

sustainable. Given that business associations are very close to company clients, IB coaching could best be coordinated by one business association working in cooperation with other stakeholders, notably impact investors and development partners.

6. IB investment incentives

Include IB as a separate category in the existing investment incentives: Many countries have specific investment incentives for industries of high national priority. Such incentives typically include favorable tax regimes, import and export incentives, technology and foreign workers incentives, profit transfer regulations, benefits through industrial zones etc. Such financial incentives may be an important consideration for mainstream companies to begin the development of IB models. Including IB as a category in existing incentive packages is therefore a possible policy option if cost benefit or social benefit analysis confirms it. Eligibility schemes could be aligned with IB accreditation principles and adjusted to the specific incentives scheme in terms of context specific considerations. The Philippines' Board of Investments included the IB model as one of the preferred activities in its Investments Priority Plan 2017-2019, in which IB projects may qualify for income tax holiday. From its piloted IB assessment criteria, three impact targets and three innovation features were included in the registration requirements.¹³

IB can be used to rationalize incentives: In most AMS incentives are being given for investing in sectors identified by the government as priority for growth. IB is undertaken in many of those sectors but goes beyond the sector focus by being a societal priority for growth and development, and for creating greater inclusion. Including IB as a cross-cutting topic can so help AMS investment boards to further rationalize existing incentives and prioritize those companies that bring high social impact. IB accreditation would be a precondition for accessing such incentives.

7. Reducing impact investment risks

The rationale for investment support. MSMEs face challenges of obtaining financing due to the preference of the banks not to take the risk and the administrative preference to deal with larger companies. Most SME financing programmes address this challenge and establish separate credit lines for the SMEs. Companies with IB models, however, have potential access to financing for example from impact investors, provided they can present a strong business and social impact plan, and the potential investors finds ways of reducing its perceived investment risks. While IB support will address investment readiness through IB coaching, readiness of investors can be encouraged by establishing a risk reduction financing facility.

Investment risks of IB: There are two reasons, why financial institutions perceive the investment risks in IB companies as high: First, it is assumed that working with the BoP (having less capital and hence less purchasing power and less repayment capacity) may incline higher risks for doing business with or through them. Another reason is that risk mitigation measures IB companies put in place are not fully understood due to the unfamiliarity of IB among mainstream financial institutions. Hence, not a separate credit line for IB financing is recommended, but a facility that can help in reducing the risks of impact investors in IB. Such risk reduction facility would be welcomed by impact investor, development banks and even some commercial banks. Such facility would also reduce the costs for the government to stimulate IB financing while at the same time actively encourage investments in IB.

¹³ The targets encompass relevancy (% value of total cost of goods sold sourced from MSEs), reach (number of BoP engaged, of which at least 30% are women) and depth (% increase in average income). The innovation features comprise the provision of technical assistance, facilitation or provision of access to finance and provision of inputs and/or technology.

Design as a pay-for-success blended finance facility: An innovative blended finance facility is different from a traditional guarantee instrument as it creates a modality where the public sector can co-invest equity or debt in a business of societal value without subsidizing that investment. The government – through the risk reduction facility – would co-invest with the investor. The financing will be used to reduce the investment risk and unleash financing from impact investors in accredited IB companies. In case the investment achieves the planned social outcomes but does not meet the agreed financial returns, the government investment will be converted into a grant. If the investment is commercially and socially successful, it will be paid back. Such risk reducing financing tools based on payment for outcome are used for example in Latin America by the Inter-American Development Bank in IB and are getting more common in Asia. Development partners and banks could be approached to initially finance the facility with long term (15-25 years) government repayment.¹⁴

8. Promoting IB in public procurement

Promoting procurement from companies with IB models and social enterprise (SE) initiatives: Public procurement is internationally an often-used, but controversial, policy instruments to benefit those delivering social or environmental benefits and passing minimum quality criteria. Typically, procurement rules emphasize cost effectiveness, quality and adequacy of delivery, as well as good governance and adhering to social and environmental safeguard standards by the firms. In result, many of those goods are imported instead of sourced locally. Alternatively, the government could also develop mechanisms giving preference to inclusive business and social enterprises, through targets or impact related selection criteria, while ensuring business integrity¹⁵ in the procurement process. Since procurement is often undertaken in a decentralized way, it would require a committed central agency to establish a general rule of IB targeting and then agree it with line agencies. So far, no AMS has such specific rules for IB or SE targeting in public procurement.

Public procurement in COVID-19 recovery program: If implemented, IB targeting in public procurement could create a major demand for products produced by the BoP, and hence generate big impact on new income generation opportunities for the poor. Especially in post COVID-19 recovery times, such IB targeting could create quick effects for the poor most seriously affected by the pandemic.

9. Targeting IB in existing private sector and other development programs

SME development programs: Many AMS have active and well-funded MSME development programs and effective administration to implement. As ACCMSME is the focal point for IB in ASEAN, several countries decided to bring the IB agenda under this MSME administration (for example, Cambodia, Malaysia, Philippines, Viet Nam). They are conscious that promoting IB is an effective way to reach MSMEs indirectly. To fully capitalize on the potential of IB in terms of inclusive growth, IB promotion is a task that needs to go beyond SME promotion objectives and institutional structure. AMS where IB

¹⁴ In preliminary discussions in Cambodia, Myanmar and Viet Nam for example, multilateral development banks like ADB and development partners like Agence Française de Développement (Afd), Department for International Development (DFID), Japan International Cooperation Agency (JICA), and Korea International Cooperation Agency (KOICA) showed initial interest in engaging in such risk reduction facility. However, this would require more active initial involvement by the AMS governments.

¹⁵ The Business Integrity Hub at the OECD provides specific guidance on integrity in procurement (see <https://www.oecd.org/corruption-integrity/Explore/Topics/business-integrity.htm>).

promotion is under SME agencies could immediately start with IB promotion if they would target IB in their own financed existing SME support programs.¹⁶

Poverty reduction programs: A similar assessment can be done for poverty reduction programs. As part of the landscape study for Malaysia, it was found that a 5-10% of the existing funding for SME and B40 inclusion programs could meaningfully be targeted for IB companies. Setting specific quota for IB in existing SME programs might also be an option, because the same agency would then promote IB and SME development. In general, AMS can review, which SME development and poverty reduction programs may be best suited to promote IB and how IB could be best targeted in such programs.

10. Linking IB to the social enterprise and corporate social responsibility agenda

Linking the social enterprises (SE) and corporate social responsibility (CSR) agendas to IB provides opportunities to scale-up impact: Since early 2010s various AMS engaged in discussions on how to promote SE, CSR, and more responsible business action, notably the middle-and higher-income countries. These developments are reflected in several ASEAN documents such as the ASEAN SME Policy Index 2018¹⁷ and the ASEAN Socio-Cultural, Economic, and Political-Security Community Blueprints 2025¹⁸. Some AMS have established specific SE regulations¹⁹, such as Thailand and Malaysia. Several AMS have integrated CSR into their national policies, strategies or laws, as well as into economic instruments²⁰. Developing a clear linkage between IB, SE and CSR policy instruments can guide companies towards higher economic growth and scaled up impact. For example, the IB accreditation system could be adjusted for use also for SEs. SE and CSR promotion agencies could be made aware of IB and synergies be explored. They could actively engage in providing information on IB and guidance on opportunities of transformation from non-profit SE into SE initiatives and from traditional CSR into IB activities and subsequently IB models.

11. Monitoring and reporting on IB results

What gets measured will be achieved: While IB is a rapidly emerging agenda all over Asia and globally, there is very little reporting on systemic results of IB beyond case studies of companies. On the other side, the success of IB solutions can be measured, since such results are related to business revenue, beneficiary reach, and structural changes such companies make to the quality of life of the poor and low-income people.

Regular reporting on national and ASEAN level: To further monitor the economic and social impact of IB and encourage transition to IB, regular reporting can be instrumental. This could be done by the IB unit based on inputs from various government agencies and business associations. It can also be linked to the reporting on the private sector's contribution to achieve the Sustainable Development Goals (SDGs). The landscape studies could be used as a benchmark against which developments can be

¹⁶ For example, Malaysia has discussed such approach, and some initial suggestions were made in the landscape study which programs would best suit including IB and how much funding (or companies) could be targeted.

¹⁷ [ASEAN SME Policy Index 2018](#) includes a chapter on Social Enterprises and Inclusive Entrepreneurship, which tracks the progress made by all 10 AMS, OECD

¹⁸ All ASEAN Socio-Cultural, Economic, and Political-Security Community Blueprints 2025 include references to CSR.

¹⁹ More on regulation for SE in [Compendium of good practices for SE](#), OECD

²⁰ For example, Thailand has developed a National Action Plan on Business and Human Rights; Myanmar 2016 Investment Law includes explicit objectives to responsible investment; the EU-Vietnam Free Trade Agreement includes a sustainability chapter.

compared. Regional exchange at ASEAN level on the results of such studies would further enhance learning from each other.

12. Creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond

ASEAN’s role to promoting IB to date: Since 2017, ASEAN and the ASEAN-BAC have been active in promoting knowledge exchange and IB examples through supporting ASEAN IB summits (2017 and 2019), and IB awards (2017). ASEAN has also supported work on the IB policy agenda by endorsing the ASEAN IB Framework (2017), conducting a capacity building initiative (2018-2019) and preparing the Guidelines for the Promotion of IB in ASEAN (2020). Some AMS actively used their role as chair of ASEAN to promote IB. Some countries also introduced the IB topic to the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) body when they chaired APEC.²¹ ASEAN is perhaps the most active regional body globally engaging in and promoting the IB agenda.

Connecting IB promotion to the ASEAN social development agenda: In ASEAN, IB is institutionally anchored under ACCMSME, the Coordinating Committee for Micro, Small, and Medium Enterprise, as part of the ASEAN Economic Community (AEC). So far, there is no link to the work of the ASEAN Socio-Cultural Community (ASCC), which is committed to “... lift the quality of life of the ASEAN people, ... reduce vulnerability and improve the opportunities and welfare of the socially less favorable and excluded...”.The ASCC Blueprint 2025 makes specific reference to the inclusive growth agenda under the AEC and the promotion of “... more equitable access to opportunities for all ASEAN people, including the vulnerable and marginalized groups...”. In addition to increasing income for the poor where most of the IB examples are active, IB also focus on delivering affordable and accessible goods and services with high relevance for the poor and low-income people. This second dimension is very much linked to the work of ASCC. There are many good examples, where the private sector supplements or even provides services for the poor and vulnerable people in an efficient, innovative, cost effective, valuable and inclusive ways. Programs implemented by AMS members of the ASCC especially for poverty reduction can make use of such innovations of the private sector delivered by IB companies. Hence there exists an opportunity to work closer with the various chapters under ASCC such as for sector policies (health, education, and social welfare and development) and for cross sectoral themes (rural development and poverty reduction, women empowerment, and labor). ACCMSME could reach out to ASCC institutions to start such dialog.

Connecting IB promotion to the SDG agenda: IB is one of the contributions of the private sector to achieving the SDGs. Due to its core feature of engagement with the BoP, IB contribute in the first instance to SDG 1 – No poverty. In addition and depending on the sector and the business, one or several other SDGs are also supported.

A new phase of ASEAN IB involvement: Going forward, at regional level, the following potential activities have been identified through which ASEAN could further support the promotion of IB:

- identifying a dedicated IB focal point in ACCMSME;
- continuing to host IB summits and IB awards. The nomination and selection criteria of ASEAN IB Award, which may be used to recognize IBs at both the national and regional level, appear as Annex 7 of the guidelines document;

²¹ For example, a regional IB study on APEC was done in 2016 and discussed during the 2017 APEC meetings.

- bringing together national IB focal points beyond the IB summits to exchange more deeply on IB policy implementation;
- facilitating the exchange of knowledge and approaches on IB, including on IB accreditation and on monitoring IB impact;
- continuing the collaboration with the private sector through ASEAN-BAC and its Joint Business Councils;
- committing to report on a biannual basis on advances made on the promotion of IB and the impact generated;
- establishing an ASEAN-wide IB website, linked to the national IB websites of AMS and global digital platforms;
- highlighting ASEAN achievements of IB promotion at regional and global level and actively participating in international discussions, representing Southeast Asia;
- engaging with development partners to secure technical and financial commitment for supporting AMS to implement IB policy development and promotion; and
- Furthermore, ASEAN and the AMS could share their good progress in IB promotion and achieving socio-economic results for the BoP through private sector solutions, with other regions through establishing South-South dialogues.²²

²² For example, back-to-back to the 2019 IB summit, such south-south dialogue was organized by iBAN together with Cambodia, Malaysia, Viet Nam and Nigeria. The government of Nigeria and its business associations very much welcomed that learning and are now in the process of doing a similar landscape studies with policy recommendations for IB promotion.

Overview of IB policy instrument and the potential roles of key stakeholders

The policy actions		the implementors					the supporters				
		companies	government	business associations	impact investors	business facilitators	development partners	academia, press	ASEAN		
1	Formulate IB strategy and action plan	companies with real and potential IB business lines (IB models, IB initiatives, and IB activities)	lead		finance landscape studies and strategy						
2	Institutionalizing IB support		IB unit	part of the IB focal points		involve IB steering committee			dedicated IB focal points for ACCMSME, ABAC, and ASCC		
3	IB accreditation		lead	co-lead		do the accreditation jointly					
4	IB awareness raising		finance and lead website	lead and co-finance, IB awards		participate	participate	support and co-finance	lead IB entrepreneurship programs and information		
5	IB business coaching		finance	coordinate		emphasize IB impact	implement	co-finance			
6	IB investment incentives		arrange, finance and implement	iseminate informatic							
7	Reducing impact investment risks		arrange and finance risk financing facility	implement in conjunction with own			co-finance				
8	Prioritize IB in public procurement		arrange with sector ministries								
9	Target IB in sector programs		arrange and implement with sector								
10	Link to the SE and CSR agenda		adjust legal and institutional framework	include IB information when doing CSR awards			emphasize more the IB business lines	create consistency in IB and CSR/SE discussions			
11	Monitor and report on impact		coordinate joint reporting	provide inputs	provide inputs	provide inputs	co-finance	provide inputs	consolidate for regional reporting		
12	Create synergies at regional level		regional IB awards					encourage and co-finance		lead	

5

Gabay para sa Promosyon ng Inclusive Business [Inklusibong Negosyo] sa ASEAN

Buod para sa Pilipinas

A. Pangkalahatang-ideya ng *Inclusive Business (IB)* at Pagkakataon na Makipagtulungan sa Pilipinas

1. **IB sa Pilipinas:** Noong 2013 ang unang pag-aaral ng *IB landscape* ay binuo para sa Pilipinas sa tulong ng Asian Development Bank (ADB). Ang ulat ay bumubuo ng pagsusuri ng 20 kaso ng *Inclusive Business* at ito'y nagmungkahi sa promosyon ng mas magandang pagkakataon ng IB sa bansa.
2. Ang Pilipinas ang **unang bansa sa ASEAN na nagtatag ng *IB policy promotion***, nagtayo ng *IB registration*, at nagbigay ng mga *IB investment incentive* sa ilalim ng *Investments Priority Plan (IPP)*. Ang *IB policy* ng Pilipinas ay nakaangkla sa layunin ng pamahalaan na bawasan ang kahirapan sa pamamagitan ng pagpapa-unlad sa mga *micro, small at medium enterprise (MSME)* at pag-uugnay sa kanila sa kaibuturan proseso ng negosyo ng *Medium at Large Enterprises (MLEs)*. Ang mga kumpanya na nag-a-aaply sa ilalim ng *IB incentive* ay inaasahang makikipag-ugnayan sa mga *marginalized* na indibidwal bilang mga manggagawa at mga *micro at small enterprise* bilang *supplier*.
3. Noong 2016, ang pamahalaan ng Pilipinas ay bumuo ng dedikadong IB unit sa *Board of Investments (BOI)* sa ilalim ng *Department of Trade and Industry (DTI)*. Simula pa noong 2018, ang *IB tax incentive* ay natutuo na sa mga negosyong *agribusiness* at turismo. Limang rehistradong *IB project* ang maglalaan ng mahalagang kontribusyon sa *Base of the Pyramid (BoP)*, na tinatayang USD 55 milyon.
4. Noong 2021, inilatag ang mga batas na tutulong sa IB sa anyo ng *House Bill No. 9316* o “*An act to promote Inclusive Business to support and accelerate inclusive development at the national and local levels through private sector involvement*” at ang *Senate Bill No. 2242: Inclusive Business Act* o “*An act to promote women’s economic empowerment through Inclusive Business to support and accelerate inclusive development at the national and local levels through private sector involvement*”.
5. Naging aktibo rin ang Pilipinas sa paglunsad ng IB sa ASEAN at APEC, kabilang ang pagiging pinuno ng APEC 2015 at ng ASEAN 2017.

Kontak

Bb. Maria Rosario Jotie Dominguez, *Director III, Board of Investments*, Email: RJDominguez@boi.gov.ph

Karagdagang impormasyon tungkol sa IB sa Pilipinas

- Asian Development Bank (Nobyembre 2013): *Inclusive Business Landscape Study for the Philippines*. <https://www.inclusivebusiness.net/node/103>
- *Business Call to Action (2017): How Inclusive Business is Helping Achieve the SDGs in the Philippines*. <https://www.inclusivebusiness.net/node/1873>
- UNDP (2017): *Scaling Inclusive Business at the nexus of poverty and environment*. <https://www.inclusivebusiness.net/node/1803>
- *House Bill No 9316* at *Senate Bill No. 2242*
http://legacy.senate.gov.ph/lis/bill_res.aspx?congress=18&q=SBN-2242

B. Promosyon ng *Inclusive Business* sa ASEAN

6. **Depinisyon ng IB at pangkalahatang-ideya sa ASEAN:** Ang *Inclusive Businesses*, ayon sa ASEAN, ay mga negosyong naglalaan ng mga paninda, serbisyo, at kabuhayan sa isang matagumpay na basehan, ito man ay *scale* o *scalable*, sa mga tao sa *Base of the economic Pyramid (BOP)*, ginagawa silang mahalagang bahagi sa negosyo ng mga kumpanya bilang mga *supplier, distributor, retailer, o customer*¹. Ipinapatupad ang IB kasabay ng tatlong paraan na tinatawag na mga *IB model, IB activity, at Social Enterprise* na iniyastibo.²

7. Noong 2017, ang mga pinuno ng ASEAN ay humiling ng mas pinaigting na pagtuon sa paglikha ng maayang kapaligiran para sa mga *Inclusive Business* at inindorso ang **ASEAN IB Framework**. Noong 2018, ang *ASEAN Coordinating Committee on Micro, Small and Medium Enterprises (ACCMSME)* ay namuno upang i-promote ang IB sa rehiyon. Simula noon, ang ASEAN at mga estadong kabilang dito ay nakagawa ng makabuluhang progreso sa pagpapaunlad ng promosyon ng IB sa parehong pambansa at rehiyunal na antas sa pamamagitan ng mga *capacity building programs*, paglathala ng mga ulat at gabay at ang pagpapaunlad ng mga pag-aaral sa *national-level IB landscape*. Ang “*Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN*” ay inindorso ng *ASEAN Economic Ministers (AEM)* sa ika-52 *ASEAN AEM Meeting* noong Agosto 2020. Ito ay isang dokumento na *non-binding reference* para sa ng mga gumagawa ng patatakaran o polisiya sa ASEAN upang lalong itaguyod ang mga adhikain ng IB sa rehiyon. Naglalaan ito ng balangkas kung paano susuportahan ang IB sa pambansang antas, at kung anong *setup* ng institusyon ang kailangan upang maisagawa ito, pati na rin ang paglalaan ng mga mungkahi kung paano i-promote ang IB sa rehiyunal na antas.

8. Ang adhikain ng *Inclusive Business (IB)* ay isang **triple win** para sa pamahalaan, negosyo at mga tao sa salik ng *economic pyramid*, pinaghahalo ang ekonomiko, komersyal at panlipunan na layunin at benepisyo. Ang IB ay isang malawakang paksa – ang kanyang promosyon at pagpapatupad sa pambansa at rehiyunal na mga patakaran ay nangangailangan ng malapit na pakikipag-ugnayan sa lahat ng mga angkop na *stakeholder* mula sa pampubliko at pribadong sektor. Kaya’t mahalaga na ang lahat ng mga *stakeholder* ay may parehong pang-unawa sa IB model, potensyal na paraan para sa aplikasyon nito pati na rin ng mga benepisyo upang makamit ang mithiin sa promosyon at integrasyon ng IB sa mga pambansa at rehiyunal na patakaran.

9. **Ang IB bilang bahagi ng post-COVID 19 re-building:** Maaaring tumulong ang IB sa mga pagkilos upang muling makabawi mula sa krisis ng COVID-19 at muling mabuhay nang mahusay. Ang mga kumpanya na may mga *IB model* ay makabago at ang kanilang epekto sa lipunan ay lokal. Marami ang bumuo ng *last-mile* na distribusyon at *supplier outreach system* at umunawa sa mga pamilyan ng mahihirap at populasyong may mababang-kita. Ang mga pamahalaan na naglalaan ng tulong pinansyal sa mga pribadong sektor sa panahon ng krisis ay may tumitinding interes sa pag-uugnay ng kanilang tulong sa pagkakaroon ng epekto para sa ekonomiya at pagbuo ng mas magandang hinaharap sa pamamagitan ng paghikayat ng mga pagbabago para sa mga *inclusive business practices*. Ang paglalaan ng detalyadong impormasyon tungkol sa estado ng sektor ng IB ay makatutulong sa paglatag ng kaso para sa mga namumuhunan na muling mamuhunan. Maaari ring himukin ng pamahalaan ang mga

¹ Bilang pinakahulugan na sinipi sa *ASEAN Inclusive Business Framework*, na tumukoy sa pakahulugan ng IB na binuo ng G20. <https://asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN-InclusiveBusiness-Framework.pdf>

² Isinasama ng mga *IB model* ang mga mahihirap sa kanilang pangunahing negosyo, umaasa na magkakaroon ng kita sa pamilyan, at pangunahing umaasa sa komersyal na pagpopondo. Ang mga *IB activity*, sa kabilang banda, ay isinasama ang mga mahihirap sa kanilang operasyon ngunit kaagapay lamang, upang ang negosyo ay mabuhay kahit na walang *IB activity*. Karaniwang nasa ilalim ng ganitong kategorya ang mga *CSR activity*. Sa huli, ang mga inisyatibo ng *SE* ay may nakikitang mga *social impact* na layunin, ngunit hindi ganap na naka-istraktura upang maaabot ang buong kita para sa mga namumuhunan.

namumuhunan na pag-usapan ang mga potensyal na istratehiya upang mabawasan ang mga panganib sa muling pagpapasigla ng *post-pandemic investments* na pakikinabangan ng pampublikong sektor.

C. 12 Mga Policy Instrument upang i-promote ang IB sa ASEAN

10. Ang **Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN** ay naglabas ng 11 policy instrument na patakaran upang i-promote ang IB sa pambansang antas³ at isang (1) policy instrument sa “creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond” upang i-promote ang IB sa antas ng rehiyon. Ang paglalarawan ng bawat patakaran ay makikita sa **ANNEX 1**.

D. Pag-disenyo at pagpapatupad ng IB *promotion policy instrument*

11. **Ang proseso ng paglikha ng isang IB *promotion strategy*:** Ang pagbuo ng mga IB *policy instrument*, na lumabas sa ASEAN, ay tumutupad sa tatlong-hakbang na proseso na binubuo ng (i) *scoping, landscaping* at pag-unlad ng rekomendasyon ng diskarte sa pampublikong-pribadong pakikipag-ugnayan; (ii) konsultasyon, pagbuo ng kamalayan at promosyon sa pamamagitan ng mga pampubliko-pribadong dayalogo; at (iii) *steering*, tulong panteknikal at pagpapatupad ng diskarte. Ang layunin ng pinagsama at nilahukan na *multi-stakeholder approach* ay ang bumuo ng nakahihikayat na kaso para sa IB at bumuo ng pagmamay-ari at pangako na tutulong sa pagbabago sa mga mungkahing istratehiya ng mga aprubadong instrumento sa polisiya ng pamahalaan at pribadong sektor na ayon sa mga natatanging proseso ng bansa.

12. **Mga unang pananaw sa pagpapatupad ng mga IB *promotion policy instrument*:** Ang IB ay isang gawain ng pribadong sektor kaya ang mga mambabatas ay kailangang isama ang kinatawan ng pribadong sektor sa pagbuo at pagpapatupad ng mga IB *strategy*. Kahit hanggang ngayon ay limitado pa ang karanasan sa pagpapatupad ng mga IB *policy*, ang mekanismo ng koordinasyon sa ugnayan ng pampubliko at pribadong sektor tulad halimbawa ng *Steering Groups ay nasimulan na*. Ang antas ng institusyonalisasyon, mula sa pagbuo ng programa ng pamahalaan, promosyon ng IB hanggang sa paggamit ng mga natatanging batas upang i-*promote* ang IB ang magiging indikasyon ng hinaharap ng pagpapanatili at epekto ng IB *strategy*. Ang promosyon ng IB ay nangangailangan ng badyet mula sa pamahalaan upang tumulong sa mga IB *unit* at gawain sa koordinasyon. Ang pondo ng pamahalaan ay maaring madagdagan ng mga pribadong puhunan mula sa mga kumpanya at namumuhunan. Bukod dito, maaari ring interesado ang mga *development partner* na mamuhunan sa ilang mga elemento ng IB *strategy*. Ang ilang mga gawain sa promosyon ay maaaring bahagi ng mga umiiral na programa.

³ (i) istratehiya at *action plan* sa IB *enabling environment*; (ii) institusyonalisasyon ng IB *promotion*; (iii) IB accreditation at registration; (iv) IB pagtaas ng kamalayan; (v) IB *business coaching* para sa mga kompanya; (vi) mga IB insentibo sa pamumuhunan; (viii) pagbawas sa panganib ng *impact investing*; (viii) pag-promote ng IB sa pampublikong *procurement*; (ix) pag-target ng IB sa umiiral na pribadong sektor at ibang mga programa sa pagpapa-unlad; (x) pag-ugnay ng IB sa *social enterprise* at *corporate social responsibility* na agenda; (xi) pagsubaybay at pag-ulat sa mga resulta na IB

Mahahalagang dokumento

- Ang *ASEAN IB Framework* (Agosto 2017) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/ASEAN-Inclusive-Business-Framework.pdf>
- *Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN* (Setyembre 2020) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/6.-ASEAN-IB-Promotion-Guidelines-Endorsed-at-the-52nd-AEM.pdf>
- *Advancing Enabling Policy Environment for Inclusive Businesses in Association of Southeast Asian Nations (ASEAN)* (Setyembre 2019) https://www.unescap.org/sites/default/files/Inclusive%20Business%20in%20ASEAN%20-%20Progress%20Report_ESCAP_iBAN_ASEAN.pdf

Annex 1: Mga Policy Instrument upang i-promote ang IB sa ASEAN

Ang **Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN** ay naglabas ng labing-isang *policy instrument* para sa AMS, kasunod ang isa pa para sa ASEAN (paglikha ng mga *synergy* upang i-promote ang IB sa rehiyon at labas ng ASEAN), upang hikayatin ang malawakang paggamit ng IB sa rehiyon ng ASEAN na may mga sumusunod na detalye.

1. Istratehiya at action plan sa IB enabling environment

Istratehiya para sa isang IB enabling environment (IBee⁴). Ang *Inclusive Business* bilang isang bago at malawak na paksa ay naiiba mula sa sektor o mga *MSME policy*. Dahil dito, kailangan ng tiyak na *strategic framework* na nagbibigay katwiran sa mga opsyon na polisiya, mga pangakong tulong ng iba't-ibang mga *stakeholder*, kabilang ang isang *action plan* na may badyet at *institutional structure* para sa pagpapatupad ng *IBpromotion*. Habang walang *ASEAN Member State (AMS)* na may aprubadong *IB strategy* sa kasalukuyan, anim na bansa ang kamakailang naghanda ng *full-fledged IB strategy proposal* (Cambodia, Malaysia, Myanmar, Philippines, Viet Nam), sa sektor na mga *IB recommendation* (Indonesia), o isang *IB bill at roadmap* (Philippines). Karaniwang inilalarawan ng mga *IBee strategy* ang direksyon at sama-samang programa na ipapatupad ng pamahalaan sa pakikipagtulungan sa ibang organisasyon upang lumikha ng mas mainam na kapaligiran para sa IB. Sa ilang mga bansa, ang mga *IB strategy* ay siya ring nakasangguni sa mas malawak na *medium-term socio-economic development plan* o *industrial* o mga *SME development strategy*.⁵

Ang mga IB strategy ay nakalinya sa mgaistratehiya sa pagpapa-unlad ng MSME. Tinukoy ng *ASEAN SME Policy Index 2018* na ang *industrial cluster* ay lumilikha ng kapaligiran na mainam para sa kita sa produksyon, na siyang salik sa pag-unlad, at siyang bumubuo ng istraktura na tumutulong sa mga negosyo na makatugon sa mga hamon ng pandaigdigang kumpetisyon. Kung wala ang mga *SME* bilang mga *subcontractor at supplier* ng *intermediate input* sa mga *multinational corporations (MNCs)* at malalaking lokal na negosyo, ang paglaki ng industriya ay maaaring hindi makatugon sa pagpapanatili ng pagtaas ng *domestic value*, empleyo, produksyon at mga ugnayang industriyal.

Ang punto ng pagsasanib sa pagitan ng *MSME* at mga layunin ng pagpapaunland ng IB, at palatandaan ng tagumpay ng mga responsableng ahensya, ay ang ugnayan. Habang ang *MSME* ay naghahanap ng daan sa pamilihan gamit ang mga malalaking kumpanya (*bottom-up approach*), hinahanap naman mga mga kumpanya na IB ang pakikipag-ugnayan sa mga *MSME* sa buo nilang *value chain (top-down approach)*. Upang makabuo ng alyansa ng IB at *MSME promotion strategy*, ang mga sumusunod na hakbang ay maaaring isagawa ng IB at mga *SME focal agency*:⁶

⁴ Sa Cambodia, ang panukalang istrategiya na may pangalan na *IBeeC (Inclusive Business enabling environment in Cambodia)*. Ang makabagong pangalan na ito at tumutukoy sa isang active bee na umiikot (pinagagana ang kapaligiran) pagkolekta ng mga *pollen* (mga input) mula sa iba't ibang mga bulaklak (mga *stakeholder*) at paglipat nito para maging pulot (mga *IB support program*).

⁵ Halimbawa, sa Malaysia ang IB ay isang istrategiya sa *National Entrepreneurship Policy 2030 (NEP 2030)* at isinasalang-alang bilang istrategiya sa ilalim ng ika-12 *Malaysia Plan*; sa Cambodia sa *National Development Plan 2019-2023*; at sa Pilipinas sa *National Socio-Economic Development Plan*. Sa lahat ng tatlong bansa, ang IB ay isa ring paksa sa mga *SME development strategy*.

⁶ Ang *Department of Trade and Industry* ng Pilipinas kasama ang *Board of Investment* ay bumuo noong 2019/20 ng *Inclusive Business Roadmap* na may kinatawan mula sa pribado, pampubliko at sibil na sektor, na bumabalangkas ng mga *alignment strategy* ng IB at pag-unlad ng *MSME*.

- a. Ang pagsusuri ng kasalukuyang kalagayan ng mga *MSME development plan* at programang kaugnay sa *IB promotion* ang maaaring magpatunay ng kongkretong pagkakataon ng alyansa, tulad ng tulong na mga programa para sa *SME financing* at mga serbisyong pang-suporta.
- b. Ang nasabing pagsusuri ay maaaring tumukoy sa pambansa, probinsyal at lokal na mga ahensya - at kanilang mga layunin - na kasangkot sa pagpapa-unlad ng *MSME*, na maaaring magsama at magpatupad ng mga *IB strategy element* na may kinalaman sa pagpapa-unlad ng *MSME*.
- c. Ang mga sumusunod na mahahalagang *strategic objective* ay nabuo upang lalong ma-promote ang *inclusive business* sa pamamagitan ng pagsasanib ng mga programa sa pagpapa-unlad ng *MSME*:
 - i. Hikayatin ang mas maraming probinsyal at lokal na mga negosyo upang bumuo ng mga *inclusive business model* na may pakikipag-ugnayan sa mga *MSME*.
 - ii. I-coordinate ang mga probisyon ng tulong upang bumuo ng pampinansyal at teknikal na kakayahan ng mga *IB* at *MSME*, halimbawa ay ang pagsasanib ng mga programa sa pagpapaunlad ng kakayahan ng mga *MSME*.
 - iii. Bumuo ng mga pakikipagtulugan sa pamayanan na nagpapahintulot sa paglitaw at paglaki ng mga *IB models na nagbibigay* daan sa mga pamilihan para sa mga *MSMEs*.
 - iv. I-facilitate ang pagbuo ng *central database/repository* at isang maaaring gamitin na *online portal* para sa impormasyon at pagbabahagi ng kaalaman pati na rin ang pagtutugma ng mga *IB* at *MSME value chain partner*.
 - v. Bumuo ng mga *metrics* o pamantayan at isang sistema upang sukatin, subaybayan, at tathahin ang pagganap at epekto ng *IB/MSME*.

Ang pagbuo ng *IB strategy* ay nangangailangan ng ganap na tutuon: Dahil sa *multi-sectoral* na karakter ng *IB*, ang pag-endorso ng nasabing mgaistratehiya ay mangangailangan ng suporta ng maraming ahensya at pakikipag-ugnayan sa mataas na antas, sa parehong gabinete ng pamahalaan at mga asosasyon ng negosyo. Sa layuning ito, sadyang mahalaga na makakita ng malakas at aktibong tutuon mula sa pamahalaan. Sa antas ng pamahalaan ang pagbuo ng isang *IB strategy* ay maaaring kabilangan ng mga ministro ng ekonomiya at pananalapi, industriya at kalakal, *investment board*, at mga mahahalagang sektor ng ahensya na responsable para sa *agro-business* (dahil ang karamihan ng mga *IB model* ay tumutugon sa kita ng mahihirap at may kaugnayan sa mga *agrobusiness at craft*).

Nilalayan ng mga *IB strategy* ang paghikayat sa pagbabago ng umiiral na modelo sa negosyo patungo sa mga *inclusive business model*: Sa layuning ito, ang iminungkahing insentibo ay nakatuon muna sa paglikha ng malinaw na pang-unawa ng *IB* (pagpapalawak ng impormasyon, gantimpala, akredistasyon, *systemic impact monitoring*, atbp.), pagpapayabong ng kahandaan sa negosyo, at ang pagbawas ng mga panganib sa pamumuhunan sa negosyo. Bukod dito, maaari silang humiling ng maganda at nakatarget na insentibo para sa pagpapalabas ng *IB promotion* gamit ang mga umiiral na pagpapa-unlad ng sector ng *SME* at mga programa sa pagbawas ng kahirapan. Ang mga istratihiya ay nagbibigay diin sa pakikipagtulungan sa mga nagpapatupad, lalo na sa pamahalaan (ekonomiko at pananalapi pati na rin sa industriya at kalakal na ministriya at kanilang mga ahensya sa promosyon ng pamumuhunan), asosasyon ng mga negosyo at *impact investor*.

Bubuuin ang isang *multi-year IB action plan* mula sa *IBee strategy*: Inilalarawan nito ang mga gawain at ibang pangangailangan para sa pagpapatupad ng mga layunin at tinatarget na resulta ng *IB strategy*. Kabilang sa *action plan* ang isang badyet at kapaliwanagan sa mga tungkulin ng iba't ibang mga kaugnay

na *stakeholder*. Ito ay nakaugnay sa pagsubaybay sa mga pagpapatupad ng IB at pagbisita sa mga pangako ng mga ahensya ng pamahalaan, mga asosasyon ng *negosyo*, *impact investor*, *business facilitator*, *development partner*, at iba pa.

2. Pag-institutionalize ng IB promotion

Nakatuong kinatawan sa pagpapatupad ng IB strategy: Bukod sa pagbuo ng istrategiya at pagtukoy sa pangunahing tutuon para sa *IB promotion* sa pamahalaan, mahalagang alamin ang wastong ahensya para sa koordinasyon at pagsulong ng promosyon ng IB. Lumilitaw ang tatlong mahahalagang kinatawan sa *AMS* upang ma-*institutionalize* ang IB:

- Ang pinakamahalaga ay ang sentral na *IB coordinating unit* sa ilalim ng *IB champion* sa isang kagawaran ang kailangan upang maisaayos ang pagpapatupad ng istrategiya. Ang *IB unit* na ito ay maaaring matagpuan sa kani-kanilang *strategy department*, at binubuo ng 2-3 katao na nagtatrabaho nang *part-time* sa IB. Maaaring magkaroon ng maliit na badyet ang *IB unit* para sa pagsasagawa ng mga *workshop*, pagbuo at pagpapalaganap ng pambansang *IB website*, pagsasagawa ng mga pag-aaral sa IB, at paghahanda ng pagkikipag-ugnayan sa pagpapatupad ng *action plan*.
- Ang *IB coordination unit* ay dapat makipag-ugnayan sa opisyal na itinakda na mga *IB focal point* sa mga piling ahensya ng pamahalaan at mga asosasyon ng *negosyo*. Ang mga *IB focal point* (kadalasang nasa 6 hanggang 12) ay dapat palagiang magtipon upang magtalakay ng pagpapatupad ng IB sa kanilang mga nasasakupan.
- Isang mas malawak na *IB steering group* ang maaaring responsable sa pagsubaybay ng pagpapatupad ng *IB action plan*. Maaari itong magtipon nang *quarterly* upang magabayan ang direksyon ng pagpapatupad ng IB. Ang nasabing *steering group* ay bubuohin ng mga *IB focal point* kabilang ang ibang mahahalagang *stakeholder* na aktibo sa *IB promotion*. Maaaring piliin ang mga kinatawan mula sa mga *impact investor*, *business facilitator* at *development partner* na batay sa paikot na basehan. Upang bumuo ng malawakang pagmamay-ari ng *IB promotion*, ang *steering group* ang magiging responsable sa pag-endorso ng *IB action plan*.

Pagpapanatili ng momentum: Bilang bahagi ng proseso sa pagbuo ng *IB policy*, ang iba't-ibang mga *AMS* ay mayroon na o nasa proseso ng pagbuo ng isang *steering group* (hal. Myanmar), *coordination unit* (hal. Cambodia, Malaysia, Philippines, Viet Nam) at isang *focal point* (Cambodia, Myanmar). Para sa mga bansa na tinatapos ang kanilang mga patakaran, ang susunod na hakbang ay i-endorso at makipag-ugnayan sa mga istruktura ng institusyon, at bumuo ng palagiang pagtitipon at patunay sa pagtatrabaho. Ang *IB coordinating unit* ay maaaring magsilbi bilang *secretariat* sa *steering group*.

3. Akreditasyon at pagrerehistro ng IB

Ang akreditasyon ng IB bilang core policy instrument: Ang IB ay isang konsepto na may tema na tumutuon sa epekto at hindi sa laki ng kumpanya o prayoridad ng sektor tulad ng ibang *industry promotion policy*. Upang i-endorso ang tulong pinansyal sa pribadong sektor, nangangailangan ang pamahalaan ng magandang layunin at *targeting system*. Hinahayaan ng *IB accreditation* ang pareho sa pamamagitan ng pagbibigay diin na kailangan ng mga kumpanya na mabuhay (kaya't ang tulong ng pamahalaan ay limitado), makamit ang malawakang *social impact*, at maglaan ng sistematiko at makabagong kontribusyon sa pag-unlad. Ang IB ay isang bagong konsepto at ang terminolohiya ng pagsasanib ng mga ekonomikong gawain na may *social impact* ay karaniwang nakakalito, kung kaya ang isang malinaw at malayang *accreditation system* ay kailangan upang madaling matukoy ang mga nasabing kumpanya. Ang ilang mga *AMS* (tulad ng Cambodia, Malaysia, Myanmar, at Viet Nam) ay kasalukuyang pinag-aaralan ang *IB accreditation scheme*. Ang ilang (tulad ng Malaysia, Thailand,

Singapore, Viet Nam) ay mayroong *social enterprise accreditation o registration system*, na maaaring palawakin para isama rin ang IB o iugnay sa isang hiwalay na *IB accreditation* (talakayan sa Malaysia at Viet Nam).

Mga prinsipyo ng akreditasyon ng IB: Ang labing-isang pangunahing prinsipyo ng akreditasyon ng IB ay nakabalangkas sa ibaba:

- 1) Maaaring mag-apply nang boluntaryo ang mga kumpanya at ang *IB accreditation* ay dapat iba sa *IB registration* para sa mga insentibo.
- 2) Tinatasa ng *IB accreditation system* ang IB business lines (hindi ang buong kumpanya) batay sa 40 o higit pang detalyadong pamantayan—tingnan ang Annex 5 at Annex 6 ng dokumentong gabay-at ikumpara sa mga *sector benchmark* para sa mga *small* (nag-aalok ng pagkakataon na isama ang mga *Social Enterprise (SE)*, at *medium at larger enterprises*).
- 3) Ang pagtatasa ay batay sa parehong nakalipas na pagganap at ang makatotohanang aplikasyon ng panghinaharap (tatlong taon) na business plan.
- 4) Dagdag pa rito, ang *IB accreditation* ay hindi ibinibigay nang minsan para sa lahat, ngunit kailangan na makumpirma kada tatlong taon.
- 5) Isang composite rating tool⁷ na may malinaw na pamantayan, *benchmark* ng sektor na nagpapakita ng iba't-ibang laki ng kumpanya at realidad ng isang bansa, at parehong prinsipyo sa pagkalkula⁸ at pagmarka⁹ ang ginagamit upang suriin ang lahat ng mga linya ng negosyo sa kanilang *IB potential*.
- 6) Kailangan makamit ng kumpanya ang ilang minimum na iskor upang maging kwalipikado bilang IB.¹⁰ Ang mga kumpanya na may *environmental, social at governance (ESG) safeguard* at responsableng pamantayan sa negosyo na mas mababa kaysa sa itinakdang puntos ay diskwalipikado.
- 7) Ang mga kumpanya na may magandang istratohiyang layunin sa IB na malapit sa mga *minimum threshold* ay maaaring ituring na potential IB, habang ang iba na lampas sa mga *minimum score* ay ituturing na IB. Ang mga potential IB ay maaaring magkaroon ng sa *mga insentibo* (hal. *business coaching*) ngunit kwalipikado lamang para sa mga insentibong pang pinansyal kung ang linya ng *IB projected impact* ay nakamit.

⁷ Ang benepisyo ng *composite rating tool* laban sa mga prinsipyo ng *assessment by exclusion*, ay ang mga kumpanya ay maaaring kwalipikado para sa IB kahit na sila ay mahina sa ilang mga pamantayan. Isa pang benepisyo ay ang lahat ng mga laki ng kumpanya ay maaaring suriin sa ilalim ng parehong metodolohiya, na may iba-ibang *benchmark* na ginagamit para sa *small, medium o large* na kumpanya.

⁸ Ang mga *commercial at social rating* ay may parehong timbang kasama ng *social rating* na mas mataas nang bahagya, habang ang *BoP innovation* ay mayroong mas mababang timbang. Habang ang pamantayan ay pare-pareho para sa lahat ng *AMS*, maaaring ayusin ang mga timbang para sa natatanging kondisyon ng bansa.

⁹ Ang pagsusuri ay magmamarka sa bawat isa nang 39 na pamantayan gamit ang *high-medium-at low* na resulta na ililipat sa mga numerong 1-6. Ang mga *marking* nito ay siyang imu-multiplied sa timbang para sa bawat pamantayan upang makamit ang isang tiyak na iskor.

¹⁰ Ang linya ng negosyo ng kumpanya ay maaaring maging kwalipikado bilang IB, kung ito ay makakukuha ng pinakamababang pangkalahatan at iskor ng seksyon. Ang nagsasabing pangkalahatang iskor para sa IB ay maaaring 3.2, ang pinakamababang iskor pinansyal ay 1.2 (kabuuan ng *commercial score, business innovation* at mga *technology innovation*), ang pinakamababang social score 1.5 (kabuuan ng *social impact at social innovation*), ang *innovation score* 0.4, at isang *IB strategic intent score* ay maaaring pinakamababa na 3.

- 8) Ang mga *small, medium at large* na kumpanya ay pinupuntusan sa kaparehong pamantayan, ngunit ang *rating benchmark* ay isasaalang-alang ang tatlong laki ng kumpanya.
- 9) Ang akreditasyon ay batay sa detalyadong pagsusuri ng *IB line* sa pamamagitan ng malayang tanggapan ng tagapayo. Upang mapagbuti ang pagmamay-ari sa mga pamayanan ng negosyo, ang *final rating* ay sama-sama na isasagawa ng mga kinatawan mula sa pamahalaan at mga asosasyon ng negosyo.
- 10) Ang resulta ng *IB accreditation* ay malinaw na isinasapubliko at ang mga *IB award* ay ibinibigay upang pag-ibayuhin ang tatak o pagkakakilanlan ng mga nasabing kumpanya.
- 11) Ang *IB rating* ay nakaugnay sa pagtanggap ng mga insentibo sa IB. Ang pagkilala at gantimpala ang mga *minimum incentive* na maaaring ibigay ng pamahalaan. Ang ibang insentibong pinansyal, teknikal, pamilihan, at *input access* ay ibinalangkas sa ibaba; maaaring magpasya ang *AMS* kung alin sa mga insentibong ito ang nais nilang buksan para sa *IB*.

Paghikayat sa pagbabago ng potensyal na IB: Sa layuning ito, mahalaga ang (a) pagpapatupad ng matinding pang-unawa at teorya ng pagbabago para sa *reporting scale*, lalim at karakter ng pagbabago ng *social impact*, at (b) paghikayat sa mga kumpanya na may mga potensyal na *IB model* na magsagawa ng pagbabago upang maging *IB*. Hinahayaan ng *accreditation system* ang pagtukoy sa mga potensyal na *IB model*, at ang mga nasabing kumpanya ay maaaring makatanggap ng tiyak na tulong tulad ng *business coaching*. Para sa pamahalaan at ibang gumaganap sa *ecosystem*, ang paglipat ng potensyal na *IB* sa pagiging ganap na mga *IB model* ang susi para sa malawakang paggamit ng *IB*.

Rehistrasyon ng *IB* bilang pinagbuti na *policy instrument*: Sa pagkakataon na magpasya ang pamahalaan na maglaan din ng mga insentibong pang pinansyal, ang mga kumpanya na may *inclusive business model* ay kailangang sumailalim sa isang *registration process*. Ang nasabing *registration process* ay maaaring *stand-alone process*, o isang kalakip na *registration process* para sa ibang mga *investment promotion incentive* (tulad ng sa Pilipinas).

4. Paglunsad na kabatiran sa *IB*

Kailangan ilunsad ang kamalayan sa *IB*: Maliban sa pagdami ng mga lider na nangunguna sa *IB* mula sa publiko at pribadong sektor, hindi pa rin masyadong kilala ang *IB* ng karamihan ng mga mambabatas, negosyo, o publiko sa mga *AMS*. Dahil dito, mahalaga na bumuo ng kamalayan sa iba-ibang antas, lalo na sa mga pinuno ng negosyo (upang makita nila ang potensyal ng mga *IB market*) at sa mga ahensya ng pamahalaan (upang kanilang maunawaan ang papel ng mga *IB* sa pagkamit ng kanilang kautusan, at kung paano nila i-*promote* ang *IB*). Samakatuwid, ang pagbabahagi ng kaalaman at adbokasiya ay isang kritikal na bahagi ng *IB promotion*.

Ang mga *business association* ang mga pinakamainam na magsagawa nito para sa pribadong sektor. Subalit, may ilang mga ahensya ng pamahalaan ang siya ring nakatakda upang paghandaan at ipakalat ang kaalaman sa *IB* gamit ang maraming aktibidad, tulad ng paghanda at pagpapakalat ng materyal na impormasyon – kasama ng iba pa – *multimedia*, nakasulat na impormasyon at mga *promotion material*, pelikula at mga *radio feature* pati na rin mga artikulo sa pahayagan. Ang pagbuo at pakikilahok sa mga *workshop* at *seminar*, mga programang mag-aangat ng kakayahan, at pandaigdigang kaganapan ay maaari ring isaalang-alang. Ang pagkakaroon ng *IB website sa bansa*, kung saan ang mga mahahalagang *stakeholder* ay nag-aambag at inuugnay sa mga pandaigdigang *IB platform*¹¹ ang mga simple at pinaka

¹¹ tulad ng www.inclusivebusiness.net.

epektibong paraan ng pagbibigay kamalayan. Sa panghuli, ang pagkilala sa mga nakamit na kontribusyon sa lipunan ng mga kumpanya ng IB sa pamamagitan ng pambansang IB Award ay maaari ring pataasin ang pang-unawa at kamalayan ng publiko at pribadong sektor sa IB *model*. Ang iminungkahing pamantayan ng nominasyon at seleksyon para sa IB Award ay matatagpuan sa Annex 7 ng *Guidelines*.

5. IB coaching para sa mga kumpanya

Katwiran para sa IB coaching: Sinasabi ng mga *impact investor* na ang kawalan ng kahandaan sa pamumuhunan ang pinaka pinamahirap para mamuhunan para sa mga kumpanya na may mga IB *model*. Ang kahandaang ito ay may kinalaman sa *commercial viability* at *social impact*. Samantala, mayroong mga kumpanya na walang mga IB *model* o di kaya ay mayroon nang potensyal na IB *model* na nais maging IB ngunit hindi pa ganap na buo ang mga nasabing linya ng negosyo. Ang programa ng IB *coaching* ay maaring gamitin upang tulungan ang mga kumpanyang nais maging IB, habang tumutulong sa pagpapahusay ng kahandaan sa pamumuhunan, *commercial viability* at *social impact*. Maaaring bumuo ang pamahalaan ng pasilidad para sa *business coaching*, na tutulong sa mga kumpanya sa pamamagitan ng nakatuon at praktikal na *technical assistance* sa pagpapayabong ng IB *model*.

Nilalaman ng IB coaching: Bubuuin ang IB coaching ng pangkalahatang *strategic business discussion* na resulta ng pangkalahatang oryentasyon para sa isang IB *focused business plan* ng kumpanya. Ang nilalayong tagapakinig ay karaniwang mga *high-level decision maker* sa kumpanya. Ang ibang uri ng *business coaching* ay ang paggawa ng tugmaan sa mga *impact investor*. Isa ring bahagi ng business coaching ay ang *marketing* sa *BoP*, pamamahala sa panganib sa kapaligiran at panlipunan sa pamamagitan ng *supply chain due diligence*¹², o *business processes advice*, kung saan kailangan ng mga eksperto sa sektor. Ang iba't ibang mga gawain sa *coaching* ay mangangailangan ng nasa pagitan ng 1 hanggang 30 katao-araw ng panaka-nakang input na may pananagutan na mas mahabang oras na tulong. Upang makamit ang iba't-ibang pangangailangan ng kahusayan, isang network ng nasanay na pambansa at internasyunal na eksperto sa IB ang maaaring itatag.

Ang paghahatid ng IB coaching at kanyang mga gastusin: Dahil mahal ang *one-on-one coaching*, kailangan ng mga makabagong paraan sa pagbabawas ng gastos upang maisakatuparan ang *coaching*. Ang IB *coaching* ay maaaring ibigay sa kumpanya bilang isang *grant* na may mekanismo para sa kumpanya na makibahagi sa gastusin ng ilang porsyento sa kaso ng matagumpay na IB *business*. Ito ay bubuo ng pondong maaring ipakilot upang ang IB *coaching* ay patuloy na maisagawa. Dahil ang mga *business association* ay malapit sa mga kliyente ng kumpanya, ang IB *coaching* ay mas maisasagawa sa pakikipag-ugnayan sa mga *business association* at pakikipagtulungan sa ibang mga *stakeholder*, lalo na sa mga *impact investor* at *development partner*.

6. Mga insentibo sa IB investment

Isama ang IB bilang isang hiwalay na kategorya sa umiiral na mga investment incentive: Maraming mga bansa ang mayroong natatanging *investment incentive* para sa mga industriya na *high national priority*. Ang nasabing mga *incentive* ay karaniwang kinabibilangang ng paborableng *tax regime*, *import* at *export incentive*, *technology* at *foreign workers incentive*, *profit transfer regulation*, benepisyo sa pamamagitan ng mga *industrial zone* atbp. Ang nasabing mga *financial incentive* ay maaaring mahalagang konsiderasyon para sa malalaking kumpanya upang masimulan ang mga pag-unlad ng IB

¹² Ang nasabing pagsasanay ay maaaring nakabawe sa pandaigdigang kinikilalang instrumento tulad ng [OECD Due Diligence Guidelines for Responsible Business Conductor](#) relevant sectoral OECD due diligence instrument.

model. Ang pagsama sa IB bilang isang kategorya sa umiiral na *incentive package* ay samakatuwid isang posibleng opsyon sa patakaran kung makukumpirma ito ng *cost benefit* o *social benefit analysis*. Ang mga iskema ng pagiging karapat-dapat ay maaaring ilinya sa mga prinsipyo ng IB *accreditation* at itama sa natatanging iskema ng mga incentive ayon sa konteksto ng mga natatanging konsiderasyon. Ang *Board of Investments* ng Piipinas ay nagsama sa IB *model* bilang isang ninanais na gawain sa kanyang *Investments Priority Plan 2017-2019*, na kung saan ang mga IB *project* ay maaaring ma-kwalipikado para sa *income tax holiday*. Mula sa naunang ginamit na pamantayan ng IB *assessment*, naibilang ang tatlong *impact target* at tatlong *innovation feature* sa mga pangangailangan sa rehistrasyon.¹³

Maaring gamitin ang IB upang patotohanan ang mga insentibo: Sa karamihan ng AMS ang mga insentibo ay ibinibigay para sa pamumuhunan sa mga sektor na tinukoy ng pamahalaan bilang prayoridad sa pag-unlad. Isasagawa ang IB sa maraming sektor na iyon ngunit higit pa rito, kabilang rin ang pagiging isang *societal priority* at ang pagkakaroon ng mas malawak na *inclusion*. Ang IB bilang isang malawak na paksa ay maaari ring makatulong sa mga *AMS investment board* upang mas patatagin ang umiiral na insentibo at unahin ang mga kumpanya na nagdadala ng malawakang *social impact*. Ang IB *accreditation* ay magiging isang paunang kondisyon para sa pagtasa ng nasabing mga insentibo.

7. Pagbawas sa epekto ng panganib sa pamumuhunan

Ang dahilan para sa tulong sa pamumuhunan. Humaharap ang mga *MSME* sa mga hamon ng pagkuha ng *financing* dahil sa mas nais ng mga bangko na hindi magkaroon ng panganib at ang administratibong pagnanais nito na makitungo sa mas malalaking kumpanya. Karamihan ng mga *SME financing program* ay tumutugon sa hamon na ito at bumubuo ng hiwalay na mga *credit line* para sa mga *SME*. Sa kabila nito, ang mga kumpanya na may mga IB *model*, ay may potensyal na makautang halimbawa sa mga *impact investor* kung sila ay makapagbibigay ng mainam na plano na may *social impact*, at makakikita ang mga potensyal na mga mamumuhunan ng mga paraan sa pagbawas ng kanilang mga nakitang panganib. Kung ang IB *support* ay tutugon sa kahandaan sa pamumuhunan sa pamamagitan ng IB *coaching*, maaaring himukin ang kahandaan ng mga mamumuhunan gamit ang pagtatag ng *risk reduction financing facility*.

Panganib sa pamumuhunan sa IB: Mayroong dalawang dahilan, kung bakit sa tingin ng mga pinansyal na institusyon na mataas ang panganib sa pamumuhunan sa mga kumpanyang IB: Una, ipinagpapalagay nito na ang pakikipagtrabaho sa BoP (mayroong mas mababang kapital kaya mas mababa ang kakayahang gumastos at makapagbayad) ay maaaring mas mapanganib para magsagawa ng pakikipag negosyo sa kanila o gamit sila. Isa pang dahilan ay ang mga hakbang na nagpapagaan ng panganib sa pagpapautang sa mga kumpanyang IB ay hindi pa ganap na nauunawaan ng mga institusyong pang pinansyal. Dahil dito, hindi iminumungkahi ang isang hiwalay na *credit line* para sa IB *financing* kung hindi isang pasilidad na maaaring makatulong sa pagbawas ng mga panganib ng *impact investors* sa IB. Ang *risk reduction facility* na ito ay tatanggapin ng mga *impact investor*, *development bank* at ilang mga *commercial bank*. Ang nasabing pasilidad ay makababawas din sa mga gastusin ng pamahalaan upang ipakilala ang IB *financing* habang kasabay ang aktibong paghihikayat ng mga pamumuhunan sa IB.

Nakadiseno bilang *pay-for-success blended finance facility*: Ang isang *innovative blended finance facility* ay kakaiba sa tradisyunal na *guarantee instrument* dahil ito ay lumilikha ng *modality* kung saan

¹³ Kabilang sa mga target ang *relevancy* (% halaga ng kabuuang presyo ng mga gamit na binibenta mula sa mga *MSE*), naabot ang (bilang ng mga *BoP* na kasapi, na kung saan mahigit 30% ay mga kababaihan) at lalim na (% pagtaas sa karaniwang kita). Binubuo ang *innovation feature* ng probisyon ng tulong pangteknikal, *facilitation* o probisyon ng *access* sa pinansyal at probisyon ng mga *input* at/o teknolohiya.

ang pampublikong sektor ay maaaring magco-invest o magpautang ng *equity* sa negosyo na may *societal value* nang hindi nasa-*subsidize* ng nasabing pamumuhunan. Ang pamahalaan—gamit ang *risk reduction facility* ay kasamang mamumuhunan sa *investor*. Ang pagpondo ay gagamitin upang mabawasan ang panganib sa pamumuhunan at ilabas ang pondo ng mga *impact investor* sa mga *accredited* na kumpanya ng IB. Sa pagkakataon na makamit ng mamumuhunan ang nakaplanong resultang panlipunan ngunit hindi nakamit ang pinagsang-ayunang *financial return*, ang pamumuhunan ng pamahalaan ay gagawing *grant*. Kung ang pamumuhunan ay naging matagumpay *commercially and socially*, ito ay mababayaran. Ang nasabing mga *risk reducing financing tool* batay sa kabayaran ng resulta ay ginagamit halimbawa sa Latin America ng Inter-American Development Bank sa IB at nagiging mas karaniwan sa Asya. Maaaring lapitan ang mga kasosyo sa pagbuo at bangko upang paunang pondohan ang pasilidad nang pangmatagalan (15-25 na taon) na muling babayaran ng pamahalaan.¹⁴

8. Pag-promote ng IB sa pampublikong procurement

Pag-promote ng procurement mula sa mga kumpanyang may mga IB model at social enterprise (SE) na inisyatibo: Ang pampublikong *procurement* ay karaniwang ginagamit sa pandaigdigang, ngunit kontrobersyal na *policy instrument* upang magtamasa ang mga naghahatid ng panlipunan at *environmental* na benepisyo at pumapasa sa pinakamababang pamantayan sa kalidad. Ang mga alituntunin ng *procurement* ay karaniwang tumutuon sa pagiging epektibo sa gastos, kalidad at sapat ng paghahatid, pati na rin ng mabuting pamamahala at pagtupad sa mga *social* at *environmental safeguard standard* ng mga kumpanya. Ang resulta, marami sa mga kalakal ang *imported* kaysa lokal. Ang pamahalaan ay maaring gumawa ng mekanismo na magbibigay preperensya sa mga *inclusive business* at *social enterprise*, sa pamamagitan ng mga target o epekto na may kaugnayan sa pamantayan sa pagpili, habang tinitiyak ang integridad ng negosyo¹⁵ sa proseso ng *procurement*. Dahil ang *procurement* ay karaniwang ginagawa sa isang *decentralized* na paraan, mangangailangan ito ng isang dedikadong *central agency* upang mabuo ang pangkalahatang alituntunin ng IB *targeting* at itugma ito alinsunod sa mga ahensya. Sa kasalukuyan, wala pang AMS ang mayroon nang nasabing alituntunin para sa IB o SE *targeting* sa pampublikong *procurement*.

Ang pampublikong procurement sa COVID-19 recovery program: Kung maipatutupad, ang IB *targeting* sa pampublikong *procurement* ay maaaring lumikha ng malaking pangangailangan para sa mga produkto na gawa ng *BoP* kaya ito ay magdudulot ng malaking epekto sa pagbibigay ng bagong pagkakakitaan para sa mga mahihirap. Lalo na sa katapusan ng panahon sa pagbawi sa COVID-19, ang nasabing IB *targeting* ay maaaring lumikha ng mabilis na epekto para sa mga mahihirap na ganap na naapektuhan ng pandemiko.

9. Pag-target sa IB sa umiiral na pribadong sektor at ibang programa sa pag-unlad

Mga SME development program: Maraming mga AMS ang mayroong aktibo at may sapat na pondo at may epektibong administrasyon para ipatupad ang kanilang mga *MSME development program*. Dahil ang ACCMSME ang focal point para sa IB sa ASEAN, ilang bansa ang nagpasyang ilagay ang

¹⁴ Sa paunang talakayan sa Cambodia, Myanmar at Viet Nam halimbawa, ang mga *multilateral development bank* tulad ng ADB at *development partners* tulad ng Agence Française de Développement (Afd), Department for International Development (DFID), Japan International Cooperation Agency (JICA), at Korea International Cooperation Agency (KOICA) ay nagpakita ng inisyal na interes sa pakikilahok sa nasabing *risk reduction facility*. Subalit, ito ay mangangailangan ng mas maraming aktibong paunang pakikilahok ng mga pamahalaan ng AMS.

¹⁵ Ang *Business Integrity Hub* sa OECD ay naglalaan ng tiyak na gabay sa katapatan sa *procurement* (tingnan ang <https://www.oecd.org/corruption-integrity/Explore/Topics/business-integrity.htm>).

kanilang IB *agenda* sa ilalim ng MSME administration (halimbawa, Cambodia, Malaysia, Philippines, Viet Nam). Batid nila na ang promosyon ng IB ay isang epektibo at alternatibong paraan upang matulungan ang mga MSME. Upang ganap na magamit ang potensyal ng IB sa alintuntunin ng inclusive growth, ang promosyon ng IB ay isang tungkuling higit pa sa layunin at *institutional structure* ng *SME promotion*. Ang promosyon ng IB, kung saan ay nasa ilalim ng mga *SME agency* ay maaaring agarang magsimula sa promosyon ng IB gamit ang kanilang sariling pinondohang mga *SME support program*.¹⁶

Mga programa sa pagbawas sa kahirapan: Isang katulad na pagsusuri ang maaaring gawin para sa mga programa sa pagbabawas ng kahirapan. Bilang bahagi ng pag-aaral sa Malaysia, nakita na ang 5-10% ng umiiral na pondo para sa SME at *B40 inclusion program* ay mahalagang mai-target para sa mga kumpanyang IB. Ang pagtakda ng tiyak na *quota* para sa IB sa mga umiiral na mga *SME program* ay maaari ring maging opsyon dahil ang parehong ahensya ang gagawa ng promosyon ng IB at pagpapaunland ng SME. Sa pangkalahatan, maaaring tasahin ng *AMS* kung anong mga programa sa pagpapaunland ng SME at pagbabawas ng kahirapan ang pinaka akma sa promosyon ng IB at kung paano mas mata-target ang IB sa mga programang ito.

10. Pag-uugnay ng IB sa social enterprise at corporate social responsibility agenda

Ang pag-uugnay ng *social enterprise* (SE) at *corporate social responsibility* (CSR) na mga *agenda* sa IB ay naglalaan ng pagkakataon upang pataasin ang epekto: Mula sa umpisa ng 2010 iba't ibang mga AMS ang tumalakay kung paano i-promote ang SE, CSR, at marami pang responsableng aksyon sa negosyo, lalo na ng mga bansang may *middle-at higher-income*. Ang mga ito ay matatagpuan sa ilang mga dokumento ng ASEAN tulad ng *ASEAN SME Policy Index 2018*¹⁷ at *ASEAN Socio-Cultural, Economic, and Political-Security Community Blueprints 2025*¹⁸. Ang ilang AMS ay nagkaroon ng tiyak na mga regulasyon sa SE¹⁹, tulad ng Thailand at Malaysia. Ang ilang AMS ay isinama ang CSR sa kanilang mga pambansang patakaran, istrategiya o batas, pati na rin sa mga *economic instrument*²⁰. Ang pagbuo ng malinaw na ugnayan sa pagitan ng IB, SE at CSR *policy instrument* ay maaaring maging gabay sa mga kumpanya na magkaroon ng mas mataas at mas malawakang *impact*. Halimbawa, ang IB accreditation system ay maaaring ayusin upang magamit din ng mga SE. Maaaring ipabatid sa mga SE at CSR *promotion agency* ang IB at tuklasin ang pagsasanib. Maaari silang aktibong makilahok sa pagbibigay ng impormasyon tungkol sa IB at magbigay ng gabay sa mga oportunidad ng pagbabago mula sa pagiging non-profit na SE tungo sa SE *initiative* at mula sa tradisyunal na CSR sa pagiging *IB activity* hanggang maging isang ganap na mga *IB model*.

11. Pagsubaybay at pag-ulat sa mga IB result

Matatamo ang sinusukat: Habang ang IB ay mabilis na nagiging mahabang agenda sa buong Asya at mundo, kaunti lamang ang may ulat sa sistematikong resulta ng IB maliban sa mga kaso ng mga

¹⁶ Halimbawa, tinalakay ng Malaysia ang nasabing *approach*, at ilang paunang mungkahi ang ginawa sa *landscape study* na kung saan ang mga programa ay pinakamainam kabilang ang IB at kung gaano kalaking pondo (o kompanya) ang maaaring ma-target.

¹⁷ [Ang ASEAN SME Policy Index 2018](#) ay kinabibilangan ng kabanata sa *Social Enterprises at Inclusive Entrepreneurship*, na sumusubaybay sa progresong ginawa ng lahat 10 AMS, OECD

¹⁸ Ang lahat ng ASEAN Socio-Cultural, Economic, and Political-Security Community Blueprints 2025 ay mayroong sangguni sa CSR.

¹⁹ Mas marami pa sa regulasyon para sa SE sa [Compendium of good practices for SE](#), OECD

²⁰ Halimbawa, bumuo ang Thailand ng National Action Plan on Business and Human Rights; Myanmar 2016 Investment Law kabilang ang makikitang layunin sa responsableng pamumuhunan; ang EU-Vietnam Free Trade Agreement kasama ang kabanata sa sustainability.

kumpanya. Sa kabilang banda, ang tagumpay ng mga IB *solution* ay maaaring masukat, dahil ang nasabing mga resulta ay may kaugnayan sa sa mga kita sa negosyo, mga naabot ng benepisyo, at pagbabagong *structural* na ginagawa ng mga nasabing kumpanya upang magkaroon ng kalidad ang buhay ng mga mahihirap at mga taong may mababang kita.

Palagiang pag-uulat sa pambansa at ASEAN na antas: Mahalaga at makatutulong ang palagiang pag-uulat upang lalong masubaybayan ang *economic* at *social impact* ng IB at mahikayat ang pagbabago sa IB. Maaari itong gawin ng IB *unit* batay sa mga *input* mula sa iba't ibang ahensya ng pamahalaan at samahan ng negosyo. Maaari rin itong iugnay sa pag-ulat sa kontribusyon ng pribadong sektor upang makamit ang mga *Sustainable Development Goal* (SDG). Magagamit ang mga *landscape study* bilang isang *benchmark* kung anong pag-unlad ang maaaring ikumpara. Ang rehiyunal na palitan sa antas ng ASEAN ukol sa mga resulta ng nasabing mga pag-aaral ay ay makatutulong upang matuto sa isa't isa ang mga AMS.

12. Pagbuo ng mga synergy upang i-promote ang IB sa rehiyon at labas ng ASEAN

Ang tungkulin ng ASEAN sa promosyon ng IB sa ngayon: Mula 2017, ang ASEAN at ang ASEAN-BAC ay aktibong nagpro-promote kaalaman at halimbawa ng IB sa pamamagitan ng pagsuporta sa mga ASEAN IB Summit (2017 at 2019), at mga IB award (2017). Tumulong din ang ASEAN sa Gawain ng IB policy agenda sa pamamagitan ng pag-endorso ng *ASEAN IB Framework* (2017), pagsasagawa ng *capacity building initiative* (2018-2019) at paghahanda ng *Guidelines for the Promotion of IB in ASEAN* (2020). Aktibong ginagamit ng ilang mga AMS ang kanilang mga tungkulin bilang mga pinuno ng ASEAN upang i-promote ang IB. Ipinakilala rin ng ilang mga bansa ang *IB topic* sa Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) noong pinamunuan nila ang APEC.²¹ Ang ASEAN ay pinaka-aktibong rehiyunal na kinatawan na pandaigdigang na kumikilos sa promosyon ng IB *agenda*.

Pag-uugnay ng promosyon ng IB sa ASEAN social development agenda: Sa ASEAN, ang IB ay ganap na nakatanim sa ilalim ng ACCMSME – ang *Coordinating Committee* para sa *Micro, Small, at Medium Enterprise*, bilang bahagi ng *ASEAN Economic Community* (AEC). Sa ngayon, walang ugnayan sa trabaho ng *ASEAN Socio-Cultural Community* (ASCC), na may pananagutan sa "... pag-angat ng kalidad ng buhay ng mga tao sa ASEAN, ... pagbawas sa kahinaan at paghusayin ang pagkakataon at kapakanan ng mga *socially less favorable* at nakahiwalay..." Ang ASCC Blueprint 2025 ay nakabatay sa *inclusive growth agenda* sa ilalim ng AEC at ang promosyon ng "... mas makatao na daan sa mga pagkakataon para sa lahat ng tao sa ASEAN, kasama ang mahina at nakahiwalay na grupo..." Bukod sa pagtaas ng kita para sa mga mahihirap kung saan ang karamihan ng mga IB example ay aktibo, tumutuon din ang IB sa paghahatid ng abot-kayang kalakal at serbisyo na mahalaga sa mga mahihirap at mga taong may mababang kita. Ang pangalawang *dimension* na ito ay nakaugnay sa trabaho ng ASCC. Maraming magagandang halimbawa kung saan ang pribadong sektor ay tumutulong o naglalaan ng mga serbisyo para sa mga mahihirap at mahihinang tao sa mahusay, makabago, matipid, mahalaga at *inclusive* na paraan. Ang mga programang ipinatupad ng mga miyembro ng ASCC lalo na ang pagbawas sa kahirapan ay maaaring gumamit ng mga ganitong inobasyon ng pribadong sektor na ibinibigay ng mga kumpanyang IB. Dahil dito, may mga oportunidad upang makipagtulungan sa iba't-ibang *chapter* sa ilalim ng ASCC tulad ng para sa mga patakaran ng sektor (kalusugan, edukasyon, at social welfare and development) at para sa mga temang *cross sectoral* (*rural development* at pagbawas sa kahirapan, *women empowerment*, at paggawa). Maaaring makipag-ugnayan ang ACCMSME sa mga institusyon ng ASCC upang simulan ang nasabing talakayan.

²¹ Halimbawa, ang rehiyunal na IB study sa APEC ay ginawa noong 2016 at tinalakay noong mga pagpupulong sa 2017 APEC.

Pag-uugnay ng promosyon ng IB sa SDG agenda: Ang IB ay isa sa mga kontribusyon ng pribadong sektor upang makamit ang mga SDG. Dahil sa kanyang salik na katangian ng pakikipag-ugnayan sa BoP, ang IB ay nagbibigay kontribusyon sa SDG 1 – Walang kahirapan. Bukod dito, ang isa or higit pang SDG ay nasusuportahan depende sa sektor ng negosyo.

Isang bagong yugto ng ASEAN IB involvement: Sa pagsulong sa rehiyunal na antas, natukoy ang mga sumusunod na potensyal na gawain na maaaring suportahan ng ASEAN upang lalo pang matulungan ang promosyon ng IB:

- pagtukoy sa dedikadong IB focal point sa ACCMSME;
- pagpapatuloy sa pagganap ng mga IB summit at IB award. Ang pamantayan ng nominasyon at seleksyon ng *ASEAN IB Award*, na maaaring magamit upang kilalanin ang mga IB sa parehong pambansa at rehiyunal na antas ay matatagpuan bilang Annex 7;
- ang pagsasama ng mga pambansang IB *focal point* sa labas ng IB *summit* upang higit na makipagpalitan ng kaalaman sa sa mga pagpapatupad ng IB *policy*;
- pagsasagawa ng mga palitan ng kaalaman at paraan sa IB, kabilang ang IB accreditation at sa pagsubaybay sa IB *impact*;
- patuloy na pakikipagtulungan sa pribadong sektor sa pamamagitan ng ASEAN-BAC at kanyang mga Joint Business Council;
- paggawa ng *bi-annual report* sa mga nangyaring pag-usad ng promosyon ng IB at mga nalikhang epekto nito.;
- pagbuo ng *ASEAN-wide* na IB *website*, na nakaugnay sa mga pambansang website ng IB ng AMS at mga pandaigdigang *digital platform*;
- pagpapakita ng ng mga nakamit ng ASEAN sa IB *promotion* sa rehiyunal at pandaigdigang antas at aktibong pakikilahok sa pandaigdigang talakayan, bilang kinakatawan ang *Southeast Asia*;
- pakikipag-ugnayan sa mga *development partners* upang makakuha ng teknikal at pinansyal na tulong para masuportahan ang AMS na ipatupad ang pag-unlad at promosyon ng IB; at
- Ang ASEAN at at AMS ay maaari ring magbahagi ng kanilang magandang progreso sa promosyon ng IB at pag-abot ng kanilang mga *socio-economic results* para sa BoP sa pamamagitan ng mga solusyon ng pribadong sektor kasama ang mga ibang rehiyon at pag-organisa ng mga dayalogong South-South.²²

²² Halimbawa, tulad ng ng 2019 *IB summit*, ang dayalogo na south-south ay magkasabay na inorganisa ng iBAN sa tulong ng Cambodia, Malaysia, Viet Nam at Nigeria. Malugod na tinanggap ng Nigeria at Ang pamahalaan ng Nigeria at ng kanyang *business associations* ay malugod na tinanggap ang nasabing kaalaman at ngayon ay nasa proseso na ng paggawa ng katulad na mga landscape study na may mga mungkahi sa patakaran para sa promosyon ng IB.

Overview ng IB policy instrument at ang potensyal na mga tungkulin ng mahahalagang stakeholder


Mga Policy Instrument		Mga Tagapagpatupad					Mga Supporter		
		Mga Kompanya	Pamahalaan	Mga asosasyon ng negosyo	Mga impact investor	Mga intermediary	Mga development	Academia, media	ASEAN
1	Bumuo ng IB strategy at action plan	Pinuno		Finance landscaping at strategy process					
2	Pag-institutionalize ng IB promotion	IB unit at mga focal point	IB focal point	Mga miyembro ng IB steering committee			Mga IB focal point ACCMSME, ASEAN-BAC, ASCC		
3	IB accreditation	Co-Lead agkasamang magsagawa ng IB accreditati							
4	IB awareness raising	Finance at lead website	Pinuno at co-finance, mga IB	Makilahok	Makilahok	Suporta at co-finance	Pangunahing IB program at		
5	IB coaching	Finance	I-coordinate	Contribute impact assessment	Ipatupad	Co-finance			
6	Mga insentibo sa IB investment	Finance at Ipatupad	ibahagi ang impormasyon						
7	Bawasan ang panganib ng impact investment	Ayusin at pondohan ang risk financing		Ipatupad at i-access		Co-finance			
8	Pag-prioritize ng IB sa public procurement	Ayusin ayon sa mga line							
9	I-target ang IB sa mga sector program	Ayusin ayon sa mga line ministries							
10	Iugnay sa SE at CSR agenda	I-adjust ang legal at institutional	Pagyabugin ang mga CSR award		Palawakin ang pagsasanay sa IB		Lumikha ng consistency sa IB at CSR/SE na talakayan		
11	Subaybayan ang iulat sa impact	Magkasamang i-koordinate ang	Maglaan ng mga inpu	glaan ng mga ir	glaan ng mga ir	Co-finance	aan ng mga	I-consolidate ang rehiyunal iulat	
12	Lumikha ng synergy sa antas rehiyunal	Mga Regional IB award				Himukin ang i-cofinance		Pinuno	



ASEAN: A Community of Opportunities for All

 ASEAN

 @ASEAN

 @asean

 www.asean.org



CO FINANCED BY THE EUROPEAN UNION



german cooperation
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT



giz
GIZ CONSULTING
INTERNATIONAL
AN DER UNIVERSITÄT
DUISBURG ESSEN

