

MEDICIÓN DEL VALOR SOCIAL: EL MÉTODO DEL RETORNO SOCIAL DE INVERSIÓN (SROI)

Por Jesús Zamudio Flores

La medición del valor social ha sido siempre un reto para todas aquellas organizaciones que generan este tipo de valor: fundaciones, ONG, empresas sociales, emprendimientos sociales y el Estado; y es que, muchas veces los beneficios de estas iniciativas son percibidos como intangibles o de naturaleza de largo plazo, lo cual hace que sean difíciles de medir (Epstein 2009: 143). La métrica del valor social muestra de forma cuantificable el valor de sus impactos y, así, facilita las decisiones de inversión y el rendimiento de cuentas a sus grupos de interés.

A pesar de que existe una gran cantidad de herramientas que intentan medir el valor social, muchas de ellas son ignoradas por la poca utilidad que ofrecen. Se necesitan herramientas que sean fuertes y a la vez flexibles, de esa forma serían usadas tanto para la toma de decisiones como para la evaluación (Mulgan 2010: 38 – 40). Es por ello que el principal error de fundaciones, ejecutivos sin ánimo de lucro y responsables políticos, entusiastas de medir el valor social, es el de asumir que el valor social es objetivo, fijado y estable, cuando en realidad no lo es. Las personas que abordan el valor social como subjetivo, maleable y variable, crean mejores métricas para capturar este valor (Mulgan 2010: 38).

El presente artículo tiene la intención de hacer un análisis de la medición del valor social y para ello, se empezará precisando la importancia de medir los impactos sociales con relación a conceptos como *valor compartido* y *sostenibilidad*. Después, se presentará una de las herramientas más adecuadas para la medición del valor social en base a lo ya descrito: Retorno Social de la Inversión (SROI por sus siglas en inglés). Por último, se describirán algunos de los principios para emprender una mejor medición de los impactos sociales.

Importancia de medir los impactos sociales

El objetivo de toda organización es crear valor, esto es claro. La única forma de saber si la organización está creando valor es midiendo su impacto en la sociedad en conjunto. Este concepto descansa en la premisa de *valor compartido*, la cual nos dice que: “[...] tanto el progreso económico como el social deben ser abordados usando principios enfocados en el valor”, y este valor se define por “[...] los beneficios en relación con los costos, no sólo por los beneficios” (Porter y Kramer 2011). De aquí se desprenden un par de puntos: primero, que el valor debe generar progreso tanto para las organizaciones como para la sociedad; segundo, que las organizaciones deben medir sus beneficios así como miden sus costos. Es decir, los impactos deben prestar atención a los objetivos organizacionales, pero también a los beneficios y los costos que generan en sus grupos de interés (sociedad).

La base de medida de los impactos debe ser una evaluación social, económica y ambiental del conjunto de acciones organizacionales, para de esta forma seguir los principios de *sostenibilidad* (Epstein 2009: 3). De esta manera se logrará determinar el verdadero impacto de los distintos resultados que genera una organización. Como se mencionó en la introducción, muchos resultados son percibidos como intangibles o de muy largo plazo haciendo difícil su medición. Sin embargo, estos resultados igual se convierten en impactos positivos o negativos para distintos grupos de interés y, por tanto, merecen ser medidos.

Generalmente, aquellos impactos no medidos son ignorados en el proceso de asignación de recursos (Epstein 2009: 286). La falta de recursos e interés asignado a distintos impactos sociales y ambientales por parte de diversos gestores imposibilita mejorar el desempeño en sus organizaciones tanto a nivel económico como social. Además, la medición de los impactos

socioeconómicos impulsa la colaboración de distintos socios con fines similares, que “también puede ayudar a empresas, gobiernos y sociedad civil a diseñar esquemas más eficaces de colaboración, ya que puede brindar información sobre el valor que es posible crear y los roles que pueden desempeñar los diferentes actores como parte de este esfuerzo” (WBCSD 2013: 38).

Por tanto, la medición de los impactos sociales a raíz de intervenciones nos permite entender qué productos y resultados son los que crean mayor valor, para así guiar y alinear las decisiones que se tomen.

SROI: Una metodología para la medición de valor social

El SROI (Retorno Social de la Inversión) es una metodología para medir y cuantificar los resultados (*outcomes*) sociales, económicos y ambientales de un cambio generado, usando términos monetarios para representar estos resultados (The Cabinet Office 2009: 8). Esta metodología se basa en un análisis de los costos y beneficios de los resultados de un cambio esperado, mediante las actividades y productos (*outputs*) que realiza un emprendimiento, proyecto, programa e incluso una organización entera.

Se sabe que existe una infinidad de resultados que no necesariamente tiene un valor de mercado o valor económico. Sucede que muchos de los resultados sociales caen dentro de esta categoría. Por ejemplo, citando el caso “Análisis del retorno económico y social de la inversión en el proyecto de agua y saneamiento en las comunidades de Palo de Lapa y Los Pocitos del municipio de León (Nicaragua)” (Castro 2014), impacto más destacado es el mejoramiento de la salud de las familias de las comunidades mediante las conexiones domiciliarias de agua potable. El valor monetario de este impacto social no puede ser medido de forma directa, por tanto se tiene que usar diversas herramientas (indicadores) para medir el grado de cumplimiento de los resultados (tal vez el principal, disminución de enfermedades de origen hídrico). En el caso específico, se tienen como principales indicadores para la medición el número de visitas al médico y el nivel de gasto por servicio sanitario. Posteriormente, se asigna un valor monetario a estos resultados que carecen de valor de mercado.

Esta tarea se denomina monetización y los valores asignados son llamados ‘proxy’. Para el proyecto de agua y saneamiento, el ahorro en los costos de salud o médicos, generados por las mejoras de salud de las familias, es un ‘proxy’ que nos permite medir y cuantificar los beneficios recibidos por la comunidad, es decir una parte del valor social generado.

Al medir los resultados sociales, económicos y ambientales a través de una monetización, el SROI permite calcular un ratio que compara los beneficios que se generan con los costos. El cálculo es tan igual a la herramienta financiera del Retorno sobre la Inversión, con la diferencia de que adicionalmente se mide el valor social generado por la inversión que se hizo en la intervención. El usar términos monetarios para medir los resultados permite contabilizarlos. Contrastando esto con el costo que se tuvo por desarrollar los productos de la intervención, es decir, el dinero invertido se obtiene un ratio de costo-beneficio. Por ejemplo, un ratio de 3:1 muestra que por cada \$1 invertido se genera \$3 de valor social.

Algunos principios de toda medición del valor social

A continuación se presentarán tres de los principios más relevantes de la medición del valor social a ser aplicables en toda metodología o herramienta de medición:

- Las herramientas o metodologías de medición de valor deben ser flexibles, de forma que se adapten a la estrategia y naturaleza de la organización. Por tanto, deben ser constantemente actualizadas según las experiencias de sus usuarios (WBCSD 2013: 37).

- Es prioritario entender las relaciones causa-efecto de las intervenciones, identificando los vínculos existentes (Epstein 2009: 280). De esta manera podremos incluir aquello que es relevante, es decir, los cambios que en verdad son generados por la intervención, sin caer en el defecto ni el exceso.
- El valor que se obtiene es diferente para personas diferentes en situaciones diferentes (The Cabinet Office 2009: 45). Un resultado puede valer más o menos para un grupo de personas que para otros. Por tanto, la valoración que cada grupo de interés da a los resultados pueden ser muy distintas. Es así que es una prioridad el identificar a los múltiples grupos de interés involucrados en la intervención y entender cuáles son prioridades u objetivos, pues esto permitirá visualizar los límites de una intervención. Mediante el presente artículo evidenciamos la gran utilidad e importancia de una verdadera medición de los impactos sociales para todos aquellos que decidan emprender una iniciativa social.

Para empezar, la medición del valor social permitiría obtener mayores recursos para estas iniciativas, ya que la mayor parte de los inversores necesitan garantías medibles de que realmente se esté generando beneficios para sus diversos grupos de interés. También, medir el valor social guía las decisiones para obtener mejores resultados. Sin embargo, los beneficios deben ser contrastados con los costos que se generan para la sociedad, es por esto que la evaluación debe ser del tipo social, ambiental y económico, para así no dejar fuera ningún tipo de costo o beneficio que la iniciativa genere.

La medición del valor social también impulsa la colaboración entre distintos socios con fines similares ya que brinda mayor información acerca de los resultados que se generan, posibilitando identificar que muchos de los impactos perseguidos son los mismos. Es necesario utilizar una herramienta flexible para la medición del valor social, que no fije ni objetivice el valor social, sino tomarlo como algo subjetivo y variable, que permita crear una mejor métrica para capturar el valor social. Así también, es necesario que esta metodología o herramienta sea constantemente actualizada, reconozca los vínculos existentes de causa-efecto de sus resultados e identifique los grupos de interés y sus prioridades. En el presente artículo se escribió acerca de una herramienta acorde a las características necesarias ya descritas. Se espera que en el futuro se investigue más acerca de otras herramientas para una adecuada medición del valor social.

BIBLIOGRAFÍA

BEAUMONT, Martín (2016) *Gestión Social: Estrategia y creación de valor*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.

CASTRO LAMPÓN, Charles, Olga ARA DEL AMO y Wilmer RICKLY (2014) Análisis del retorno económico y social de la inversión en el proyecto de agua y saneamiento en las comunidades de Palo de Lapa y Los Pocitos del municipio de León (Nicaragua). Zaragoza: ECODES

CONSEJO EMPRESARIO MUNDIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (WBCSD) (2013) *Midiendo el impacto socioeconómico*. Ginebra: WBCSD.

EPSTEIN, Marc J. (2009) Sostenibilidad Empresarial. Traducción de Samuel A. Mantilla. Bogotá: Ecoe Ediciones.

MULGAN, Geoff (2010) "Measuring Social Value". *Stanford Social Innovation Review*. Palo Alto, volumen 26, número 3, pp. 38-43.

PORTER, Michael y Mark KRAMER (2011) "Creating Shared Value". Harvard Business Review. Consulta: 16 de mayo de 2016. <<https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>.

RETOLAZA EGUREN, Iñigo (2010) *Teoría de Cambio. Un enfoque de pensamiento-acción para navegar en la complejidad de los procesos de cambio social*. Guatemala: PNUD/ Hivos.

SOCIAL ENTERPRISE KNOWLEDGE NETWORK (SEKN) (2006) Gestión Efectiva de emprendimientos sociales. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo/ David Rockefeller Center for Latin American Studies/ Harvard University.

THE CABINET OFFICE (2012) *Guía para el Retorno Social de la Inversión*. Traducción de GRUPO CIVIS. Segunda Edición. Londres: Matter&Co.