

Importancia de la medición de impacto social como ventaja competitiva en las empresas colombianas como servicio de Measurement Matters

Carlos Arturo Sánchez Bautista

Facultad de Negocios Internacionales

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja

carlos.sanchezb@usantoto.edu.co

Resumen

Este artículo tiene como propósito exponer el trabajo realizado durante la práctica profesional realizada en la empresa Measurement Matters identificando factores presentes en la estrategia de negocio y al mismo tiempo dar a conocer los beneficios generados por la medición del impacto de valor social para generar un diferencial competitivo en las empresas colombianas y sus *stakeholders*.

Durante el mismo, se muestra cómo, a través del uso de algunas metodologías de análisis y planeación de estrategias como FODA, análisis interno y externo, PESTEL; así como de la investigación cualitativa y cuantitativa de las metodologías de medición de valor social tales como el uso de bases de datos y recursos informáticos, para identificar el estado actual de la medición de impacto en Colombia y como plantear estrategias para incentivar el uso de medición de impacto.

Se concluye, a través del trabajo realizado, que la inversión en materia social y ambiental puede generar un retorno en la inversión monetizada y medible en los inversores, lo cual demuestra y sostiene la utilidad de la implementación de los estudios de medición de impacto.

Palabras clave

Valor social, capital social, medición de impacto, SROI (Retorno Social de la inversión), marco lógico, teoría del cambio.

Abstract

The purpose of this article is to expose the work carried out during the professional practice carried out in the Measurement Matters company, identifying factors present in the business strategy and at the same time publicizing the benefits generated by measuring the impact of social value to generate a competitive differential. in Colombian companies and their stakeholders.

During it, it is shown how, using some methodologies of analysis and planning of strategies such as SWOT, internal and external analysis, PESTEL; as well as qualitative and quantitative research on social value measurement methodologies such as the use of databases and computer resources, to identify the current state of impact measurement in Colombia and how to propose strategies to encourage the use of measurement of impact.

It is concluded, through the work carried out, investment in social and environmental matters can generate a monetized and measurable return on investment for investors, which demonstrates and supports the usefulness of the implementation of impact measurement studies.

Keywords

Social value, social capital, impact measurement, SROI (Social Return on Investment), logical frame, theory of change.

Introducción

Measurement Matters es una empresa de consultoría enfocada en medir el valor social, ambiental y financiero generados mediante la realización de proyectos o inversiones en programas de desarrollo social y ambiental; es decir, los efectos positivos o negativos así como el impacto generado en programas comunitarios ejecutados por fundaciones, gobiernos, empresas, fondos de inversión o iniciativas entre varios aliados; la cual ofrece múltiples servicios como estudios de medición de impacto, sistemas de gestión de impacto, teoría de cambio, retorno social de la inversión, análisis de redes, así como talleres y capacitaciones que permiten la medición de impacto y la gestión de estrategias para la maximización del valor social de las organizaciones. (Matters, 2021)

A través de las capacitaciones y talleres teórico- prácticos se promueve y amplían los conocimientos de la gestión del valor social, medición y gestión de impacto, diseño de proyectos y el aprendizaje de la cuantificación y monetización del valor social con el método SROI prestando sus servicios en América Latina y Estados Unidos además de todo el territorio colombiano, en cada una de las organizaciones que han decidido hacer uso de la medición de impacto y al mismo tiempo monetizarlo a través de indicadores que facilitan la medición de los resultados, del mismo modo permitiendo que el ejecutor (empresas, gobierno, ONG) puedan determinar las mejores acciones o actividades más convenientes para ser ejecutadas y del mismo

modo disminuir remover el uso de aquellas menos efectivas, permitiendo que se genere un beneficio para todas las partes involucradas.

En este artículo se busca como objeto de estudio dar mayor visibilidad a la medición de impacto social y ambiental, ante la ausencia de conocimiento sobre cómo mediante el uso de este puede convertirse en una estrategia en el sector empresarial colombiano para mejorar la eficiencia del uso de los recursos, cuáles pueden ser las ventajas y desventajas obtenidas al momento de conocer el impacto generado por las empresas mediante sus intervenciones, proyectos o de su misma actividad comercial, tomando en cuenta que en los últimos años se ha venido intensificando el uso e implementación de medición del mismo en diferentes países del mundo, de este modo al dar a conocer el servicio de estudios de medición de impacto ofrecidos por Measurement Matters lograr la atención y captación de más clientes en Colombia, para esto plantear la medición del valor social y la construcción de capital social como un factor diferencial de las empresas que lo implementan, de este modo buscar alternativas que permitan al sector público y privado conocer la importancia y beneficios que puede llegar para las organizaciones realizar la medición del impacto, valor social y conocer el dimensionamiento de sus acciones y la proporción en que impacta en las comunidades, así mismo dar a conocer algunas de las herramientas y metodologías usadas en la evaluación y medición de los proyectos para poder permitir una cuantificación de los resultados obtenidos de los proyectos. También algunos hallazgos que se han identificado en los métodos de difusión de marketing para dar a conocer los servicios que pueden generar una disminución en los clientes locales en el territorio colombiano planteando algunas estrategias que al ser implementadas o tomadas en cuenta podrían mejorar en este aspecto.

Reflexión

Basados en el principio atribuido al físico y matemático William Thompson Kelvin “Todo lo que se puede medir, se puede mejorar” (Carnicer, 2012), en la cual se habla sobre las métricas como un elemento imprescindible de mejora para poder identificar desde aspectos básicos hasta otros más complejos que podrían influenciar en la manera como las empresas miden el valor social de sus actividades, esto permitiendo que se identifiquen oportunidades de mejora y el desarrollo de estrategias que permitan un mejor desempeño.

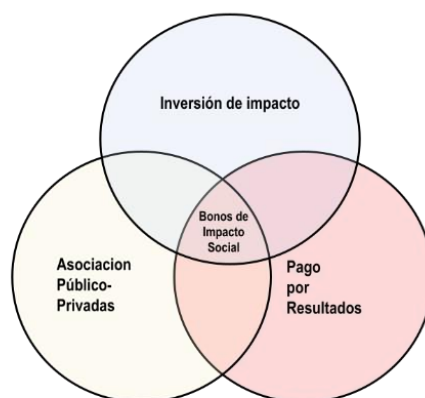
Se ha logrado identificar que conocer el efecto de las acciones tomadas y medir el impacto social y ambiental se ha relacionado muchas veces con objetivos de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) o únicamente con las empresas socialmente responsables, en las cuales se ha identificado un mayor interés por implementar estrategias y realizar actividades que impacten a la sociedad, pero sin conocer el alcance o la proporción del impacto generado de estas; de este modo solo las empresas con una mayor fuerza impulsada por la RSE tienden a enfocarse o interesarse por medir el impacto de sus acciones, sin tomar en cuenta que la medición del valor social puede llegar a generar una ventaja competitiva sobre otras compañías, además que involucra una gestión que requiere ser integrada en la organización y no sólo como acciones filantrópicas, sin dejar pasar desapercibido el impacto de estas acciones el cual puede ser medido, monetizado y al mismo tiempo generar diversos beneficios a través de un modelo de finanzas innovadoras impulsado por Measurement Matters (Mejías, 2018).

La medición del valor social aportado por las empresas permite atender brechas sociales y ambientales como modelo de negocio; dichas empresas incrementan ventas y rentabilidad a medida que amplían y profundizan su impacto partiendo que es precisamente la propuesta de valor al generar un círculo virtuoso en el cual todas las partes interesadas se ven beneficiadas de la existencia del negocio impulsando el crecimiento de las ventas. (Buchbinder, 2022). Del

mismo modo, a través de un diagrama de Venn obtenido de la documentación propia de Measurement Matters se logra visualizar la relación entre los elementos básicos de la medición de impacto para poder entender un poco más cómo está relacionado el modelo de negocio entre los actores y elementos involucrados para dar como resultado los bonos de Impacto los cuales son los principales ejes trabajados a lo largo de la experiencia, a través de este podemos identificar la manera en que está interconectada la asociación del sector público-privado, la inversión de impacto y el pago por resultado como un conjunto complementado.

Figura 1

Diagrama de Venn de relación entre los elementos de la medición de impacto realizada por Measurement Matters



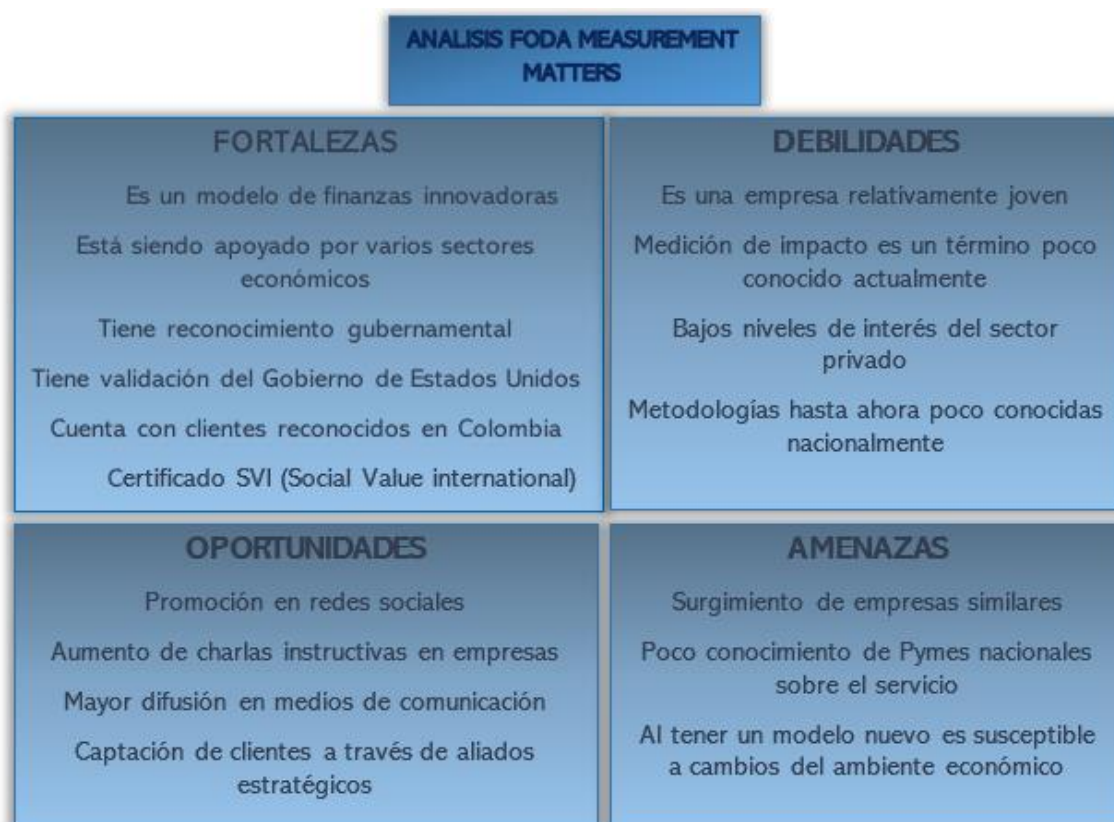
Por otro lado se evidencia que a pesar de que con el paso de los años y la evolución del valor social, muchas organizaciones en América Latina tienen un bajo nivel de conocimiento e incentivación sobre la importancia de saber en qué se está invirtiendo y sobre cómo está impactando en una comunidad sino en cómo sacar un mejor aprovechamiento de los recursos con los cuales se dispone, adicionalmente en muchas ocasiones no se identifican cuáles acciones pueden ser más útiles y cuáles no, así como la proporción en que las acciones repercuten dentro de las comunidades en donde se realizan las actividades para el desarrollo de los proyectos. Esto genera que muchas empresas que realizan proyectos, inversiones sociales o que sus actividades comerciales de producto no midan realmente el impacto generado de estas acciones y por ende la adquisición de servicios de consultorio para medir este impacto disminuye, con el fin de poder analizar un poco más la estrategia de negocio usada por Measurement Matters se ha realizado como fase inicial a través de la una matriz FODA para identificar algunas posibles fallas y también algunas oportunidades de mejora en el modelo de negocio y estrategias de promoción

del servicio. A pesar de que el estado general del posicionamiento en estudios de impacto por parte de MM se encuentra en vía de ser bien desarrollada, aún requiere de un mayor fortalecimiento en algunos aspectos de marketing y promoción, así como de algunas estrategias para atraer más clientes. Entre las cuales se puede destacar una mayor inversión de sus ingresos en la capacitación y talleres que eduquen a los empresarios sobre el contexto y las ventajas que traen adquirir el servicio de consultoría en la medición de impacto. Esto se puede plasmar en la matriz presentada a continuación para dar un contexto general de los hallazgos obtenidos.

Basados en la documentación sobre valor social, la metodología en la evaluación de proyectos, un listado de aliados estratégicos y así mismo de clientes que permitieron el análisis de esta información para poder identificar las amenazas y debilidades presentes a lo largo de los últimos años para lograr el desarrollo de la medición de impacto a través de estudios realizados por Measurement Matters, ya con este se podía contar con la identificación de factores que pueden estar afectando el desarrollo tales como el bajo nivel de interés del sector privado, el uso de metodologías aún son poco conocidas actualmente en América Latina, así mismo amenazas como el surgimiento de empresas encargadas de la medición del impacto que pueden ser competencia directa y también el contar con un modelo de negocio se puede volver susceptible ante los cambios económicos y políticos, sin embargo se identificaron oportunidades para ser implementadas así como resaltar las fortalezas presentes en este y poder fortalecerlas para poder hacer un balance actual de la situación y plantear estrategias planteadas en la matriz FODA de estrategias que permitan crear alternativas para solucionar las posibles fallas y poder fortalecer con los factores ya presentes y con los que ya se cuenta como es el uso de recursos de aliados estratégicos, apoyo de actores gubernamentales como lo es del estado colombiano y el estar validado por el gobierno estadounidense además de contar con certificación de SVI.

Figura 2.

Matriz FODA de análisis interno y externo



Nota: Matriz FODA usada al comienzo de la práctica para identificar posibles factores que afectan el modelo de negocio y también los cuales lo soportan para ser fortalecidos

A través de esta metodología se han podido identificar diferentes variables que pueden fortalecer los targets de Measurement Matters para plantear algunas posibles estrategias, fortalecer las ya existentes e identificar algunas posibles fallas que se podrían estar afectando en los objetivos de mercado propuestos por la compañía. A pesar que MM busca impulsar el crecimiento social y ambiental de las comunidades, sigue siendo una empresa de consultoría empresarial pensada para orientar a usar los recursos del sector público y privado de la manera más eficiente y mejor aprovechada posible, por lo tanto se deben tener en cuenta ciertas

estrategias comerciales para poder lograr el alcance de los objetivos propuestos en la captación de clientes y el incentivo para la inversión en dichos proyectos que impulsen la sostenibilidad social y ambiental. Por otro lado, a través de la metodología FODA se logró hacer una análisis interno y externo que permite el planteamiento de estrategias para afrontar y complementar los hallazgos obtenidos. Basados en la documentación sobre valor social, la metodología utilizada, un listado de aliados estratégicos y así mismo de clientes que permitieron el análisis de esta información para poder identificar las amenazas y debilidades presentes a lo largo de los últimos años para lograr el desarrollo de la medición de impacto a través de estudios realizados por Measurement Matters, ya con este se podía contar con la identificación de factores que pueden estar afectando el desarrollo y de este modo identificar oportunidades para ser implementadas así como resaltar las fortalezas presentes en este y poder fortalecerlas para poder hacer un balance actual de la situación y plantear estrategias que permitan crear alternativas para solucionar las posibles fallas y poder fortalecer con los factores ya presentes y con los que ya se cuenta.

Figura 3

Matriz FODA de estrategias

FODA INTERNOS / EXTERNOS	Estrategias FA Es un modelo de finanzas innovadoras Captación de interés con clientes potenciales Soporte gubernamental nacional e internacional Posicionamiento sostenible frente a la competencia	Estrategias DE Demostración de experiencia mediante clientes anteriores Capacitaciones y talleres para dar a conocer la metodología de medición Cobertura a nivel nacional para captar clientes de ciudades principales
	Estrategias OP Inversión de recursos para promoción en redes Capacitaciones en empresas Uso de aliados estratégicos como puente para captar mayor cantidad de clientes	Estrategias AM Fortalecimiento del valor agregado como ventaja competitiva Campañas publicitarias en ferias empresariales Generar planes de adaptación ante cambios económicos

Nota: Matriz FODA para identificar y plantear estrategias para afrontar las amenazas y debilidades de MM y reforzar las oportunidades y fortalezas presentes

Los métodos de difusión para dar a conocer los beneficios, la importancia y la utilidad de los estudios de impacto juegan un papel fundamental en la captación aunque parecen haber sido insuficientes para que algunas empresas lo tengan en cuenta o sean incentivadas a realizar estudios de impacto; generando que muchas de sus acciones mediante proyectos sociales o sus mismas actividades comerciales puedan llegar a generar impactos tanto positivos como negativos, pero sin conocer en qué proporción del alcance o cuáles de ellas funcionan realmente para beneficiar a las comunidades, permaneciendo en múltiples ocasiones únicamente como un sentido filantrópico realizado por muchas organizaciones y al mismo tiempo con una percepción errónea de que los impactos no podrían generar algún tipo de utilidad o ganancias para las compañías, lo cual puede ser causal de un bajo nivel de incentivación o un bajo nivel de interés por invertir o profundizar en el tema. Por lo tanto, se brinda como una estrategia complementaria

fortalecida en la difusión de charlas y capacitaciones que generen el interés de las empresas en hacer inversión en dichos proyectos, para las cuales como alternativa se pueden promocionar a través de redes sociales y foros de educación ambiental y social, de este modo por medio de un incremento progresivo se ha propuesto la publicidad para la promoción de medición de impacto; a través de redes sociales tales como el uso de LinkedIn, asistencia a ferias empresariales y foros de responsabilidad social.

Por otra parte, a través de la metodología del análisis PESTEL se permitió hacer un análisis de manera más macroeconómica para poder determinar algunos factores externos que pueden también influenciar en el desarrollo de las estrategias, entre los cuales se pueden ubicar como más imperativos la devaluación del dólar el cual puede ser causal de un decrecimiento de la inversión extranjera, la ausencia de normas comunes para medición de impacto social que puede generar incertidumbre de inversión y cambios en las políticas locales que pueden obstaculizar la ejecución de algunos proyectos.

Tabla 1*Analisis PESTEL de Measurement Matters*

FACTORES TECNOLÓGICOS Niveles de innovación Avances tecnológicos	FACTORES ECOLÓGICOS Cambios en la normatividad ambiental Niveles de contaminación Niveles de reforestación	FACTORES LEGALES Normatividad para consultoría Estándares variables para medición Ausencia de normas comunes
FACTORES POLÍTICOS Políticas locales Cambios de gobierno Cambios estrategias de gobierno	FACTORES ECONÓMICOS Estabilidad económica Presupuestos para inversión Devaluación de la moneda	FACTORES SOCIALES Comunicación con los grupos de interés Cambios de las necesidades

Nota: Análisis PESTEL para la identificación de fuerzas de carácter macroeconómico influenciando actualmente

Así mismo, tomando en cuenta que en los últimos años, los sectores público y privado han venido tomando acciones sobre las diferentes comunidades para mitigar o disminuir la desigualdad social y la crisis ambiental a la cual nos enfrentamos en las últimas décadas, por ende se ha venido generando la necesidad de realizar y tomar acciones que beneficien a las comunidades, de ese modo también que las empresas puedan destinar recursos pero que logren mantener el balance entre el valor financiero y el social para que se genere un beneficio mutuo entre los involucrados, es decir incluyente para las compañías interesadas en invertir en programas y proyectos sociales. Como punto de partida es necesario contextualizar que es el valor social, algunos métodos y herramientas utilizadas en la evaluación y cómo las empresas podrían llegar a contribuir en pro del desarrollo social mediante proyectos, inversión social y del

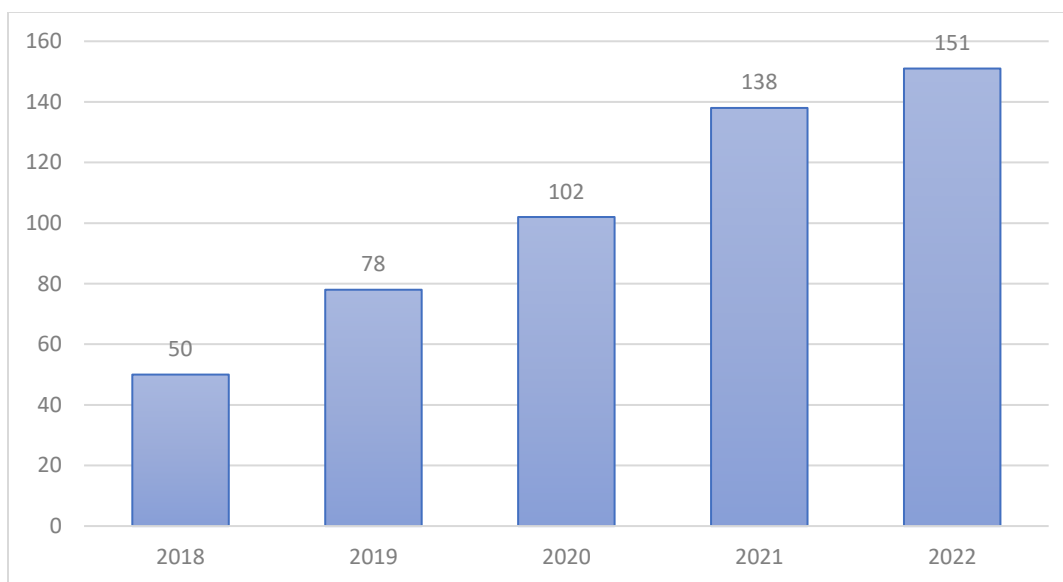
mismo modo poder medir mediante indicadores cuáles de esos aportes impactan de manera positiva o negativa y cuál es la proporción en que lo hacen, del mismo modo el conjunto de herramientas que funcionan como un mecanismo para generar la planeación, desarrollo, medición y evaluación de los resultados todo esto con el fin de lograr realizar aportes sociales que generen una distinción de otras empresas pero del mismo modo que las mismas empresas se vean beneficiadas a mediano y largo plazo que pueden llegar a ser monetizados con el apropiado desarrollo, lo cual se puede ofrecer como una propuesta de valor y uno de los principales pilares de distinción comercial.

Así mismo, por medio de un plan de estudio de mercados para poder captar fondos y financiación de los proyectos que pertenecen al portafolio de los Bonos de Impacto Social del año 2021, en el cual se pudo localizar los principales sectores económicos del país que están invirtiendo actualmente en proyectos sociales y ambientales para poder convertirlos en posibles clientes. Adicionalmente, se adelantaron estrategias en la formulación de los proyectos, de este modo se orientaban los proyectos de manera más atractiva para captación de fondos y de ese modo permitir la financiación por parte del sector privado, sector público y ONG, como principal característica la estandarización de indicadores para la medición del impacto generado a partir de las actividades propuestas en el desarrollo de los proyectos para fomentar el retorno social de la inversión, la cual es una de las principales ventajas propuestas en el modelo de negocio. Lo anterior, permitió obtener un balance actual de los inversores y posibles aliados corporativos que pueden ser incluidos en la financiación de estos. A continuación, basados en el índice de Inversión Social Privada de Jaime Ortega y Asociados, se ha podido realizar una gráfica basada en un índice de empresas participando en inversión social, este es un análisis del comportamiento aproximado de la inversión en proyectos sociales y medioambientales por parte del sector

privado, en este se identifica el incremento en el número de empresas presentado por año a partir del año 2018 hasta el 2022, en esta se puede notar como la participación de las empresas ha venido incrementando significativamente siendo triplicada del inicio del índice hasta el más reciente, esto permite evidenciar la existencia de clientes potenciales para realizar los estudios de impacto y como la inversión en mediadas de carácter social y ambiental en Colombia vienen aumentando en los últimos cinco años. (Analitik, 2022)

Figura 4

Cantidad de empresas participantes en medición del índice de inversión social



Nota: Índice de inversión social privada adelantada por Jaime Ortega y Asociados en la se plasma el incremento por año en la cantidad de empresas inversoras

Por otro lado, a través de la investigación cuantitativa y cualitativa lo cual se tomó como foco fundamental a lo largo de la pasantía, en la cual se logró poner en práctica diferentes metodologías de la investigación aprendidas en el proceso académico, para ello se lograron a para lograr estructurar información cualitativa un marco teórico en el cual a través de la

identificación de una problemática como objeto de estudio elaborado a través de la revisión de la literatura disponible en diferentes fuentes con lo cual se permite hacer una definición de variables, crear hipótesis, obtener datos a través de entrevistas y por medio de la creación de encuestas e implementación de las mismas que permiten encontrar datos que en muchos casos son imperativos para el desarrollo de las actividades y alcanzar los objetivos; (Collado, 1991), así mismo para poder obtener información y realizar una investigación cuantitativa para la captación de datos y estadísticas el uso de herramientas para crear un el mapeo de actores lo cual fue una de las herramientas principales identificando actores gubernamentales, empresas del sector privado y también organizaciones que pueden ser incluidos dentro de los proyectos como apoyo y en algunos casos como posibles inversionistas. Así también identificando los recursos más viables para poder captar información de la realidad dentro de las comunidades así poder tener una cercanía con las cifras reales mediante un sondeo de datos y poder entender de mejor manera los problemas principales de las comunidades, entender la relación individuos con los grupos, los posibles obstáculos y variables que se pueden encontrar dentro del entorno en el cual se enfoca el desarrollo de los proyectos. Para ello basados en una guía de PACA Field se lograron proponer algunas herramientas más viables para el desarrollo de relaciones como un mapeo comunitario, calendarios estacionales, mapeo de redes sociales y también para lograr encontrar nuevos hallazgos el uso de un mapeo de activos y déficit (*asset and deficit mapping*), *storytelling*, un *análisis SWOT* el cual permite identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas dentro de las comunidades, para ser usadas en la recolección de estos datos (The PACA field Guide for Volunteers, 2018) para poder dar rumbo a los proyectos adelantados y poder llevar a cabo algunas de las estrategias planteadas durante el análisis de la situación actual en la etapa inicial, de ese modo orientarlos para realizar una investigación de mercados para poder captar la

atención de los posibles clientes y del mismo modo lograr hacer un posicionamiento en el mercado frente a los estudios de medición de impacto, de este modo se permite dar un contexto a los clientes para poderles dar a conocer los beneficios y el valor agregado ofrecido por la medición de impacto, para ello a continuación se dará un contexto de las barreras, metodologías de construcción de los proyectos que permiten dar una vértice al momento de buscar financiación y que sean soportados a través de indicadores.

A lo largo de la pasantía se estuvo en constante contacto con los representantes de los grupos de interés de los proyectos en desarrollo que para el comienzo de las actividades se encontraban en la etapa inicial de planeamiento; por medio de reuniones semanales se exponían los hallazgos encontrados durante la semana y de este modo contribuir a la construcción de los insumos requeridos, actividades, y las construcción de indicadores de medición de los resultados esperados, así mismo los grupos de interés aportan información del lado de su experiencia y la de sus comunidades así mismo se mantenía búsqueda constante con inversores por parte del sector privado como petroleras, empresas de minería, aerolíneas, entre otras y así mismo con organizaciones del estado colombiano como gobernaciones, alcaldías, corporaciones autónomas y en múltiples ocasiones con los ministerios de protección social y de medio ambiente. Esto permitía darles un contexto del valor social y hacía donde van direccionados los proyectos adelantados para generar la atención de estos en pro de la captación de fondos. De este modo en la búsqueda de captación de clientes y de captación de fondos para la financiación se expusieron mediante encuentros virtuales con actores públicos como la gobernación de Casanare, alcaldía de Paz de Ariporo, y el Ministerio de Protección social y el de medio ambientes en un periodo comprendido entre el mes de diciembre a enero de 2021, lo cual permitió dar a conocer el trabajo realizado e incentivar a la inversión en los proyectos.

Por otro lado, mediante capacitaciones, talleres, charlas brindadas por la CEO de Measurement Matters Teryn Wolfe, así como por medio de un curso virtual totalmente en inglés en la Philanthropy University para la captación de fondos, en la cual se lograron adquirir conocimientos que permitan impulsar el trabajo de las organizaciones sin ánimo de lucro en el mundo (University Philanthropy, 2021). Esto permitió entender de manera más enfática los conceptos de valor social y la construcción de capital social que más adelante serán expuestas durante el artículo. al mismo tiempo conociendo estrategias que pueden cautivar la atención de los inversores, entre los elementos más destacables de los proyectos, garantizando que se justificará cada dólar o euro usado permitiendo la maximización de los recursos captados, de esta manera estos cursos y capacitaciones permitieron que a través de la correcta formulación de estrategias la captación de fondos sea realizada de manera más efectiva, como ofrecer los proyectos de una manera específica, bien ilustrada, pensar en posibles interrogantes que puedan haber en los proyectos y formulando posibles respuestas, así como formular los proyectos en un tiempo adecuado tomando en cuenta que los objetivos sean alcanzables en esa medida de tiempo para poder ser oportunos y medidos.

El valor social

El valor social está definido como el resultado generado cuando los recursos, procesos y políticas se combinan para generar mejoras en la vida de las personas o de la sociedad en conjunto, de este modo todas las acciones adelantadas por una compañía tienen un efecto entre las personas (Contreras, 2010). Cuando este valor social no puede ser medido o no se conoce la magnitud sobre el valor del esfuerzo aplicado, el impacto sobre la sociedad y así mismo sobre el planeta, por esta razón conocer cuál es el alcance de las acciones llevadas a cabo por las actividades de una organización la medición de valor social se vuelve relevante para determinar

cuáles acciones valen la pena y cuáles no para continuar siendo llevadas a cabo, así mismo determinar el efecto tanto positivo como negativo de estas mismas, de este modo través de diferentes metodologías de la investigación se lograron identificar los principales factores que pueden generar valor social en los proyectos adelantados.

Pasando de la filantropía a conceptos más amplios y sofisticados como la Inversión de Impacto, no concentrándose únicamente en visiones de Responsabilidad Social corporativa, Negocios inclusivos o el Valor compartido, de este modo las empresas se ven comprometidas a implementar y desarrollar estrategias dentro de las cuales conocer y medir el impacto de sus acciones hacen parte, comprometiéndose a ser socialmente responsable pero al mismo tiempo a ser conscientes sobre cuáles de sus acciones están beneficiando realmente a las comunidades, la proporción y del mismo modo cuales vale la pena seguir poniendo en marcha. (ANDI, 2017) Se ha logrado identificar que la manera en que las compañías abordan los temas sociales ha venido sufriendo cambios notorios y acelerados en la manera en que asumen un papel vertebrador buscando no únicamente minimizar los impactos negativos sino impactar positivamente. (VILLENA, 2021)

Mediante la investigación cualitativa y la información basada en la experiencia de medición de impacto se abordó la problemática mencionada, se estableció el marco técnico sobre el valor social, las metodologías y diferentes herramientas aplicadas, así como la función de dar a conocer su función y generar posibles estrategias que podrían ser una alternativa para disminuir el problema en mención. A lo largo de la experiencia con MM se ha logrado dar una definición al valor social, para poder impulsar un mayor valor agregado al servicio de consultoría y que este pueda ser reconocido y ser más atractivo para estos mercados, del mismo modo aprender diferentes metodologías en la evaluación y la medición del impacto.

En adición, la medición del valor social permite a las empresas conocer cuáles son las fallas o cuales son las actividades que no generan el impacto suficiente como para poder crear un efecto duradero en el tiempo en la vida de las comunidades, permitiendo que las empresas no pierdan dinero en actividades que no son suficientemente útiles y por el contrario los recursos de estos sean usados como refuerzos para aquellas de mayor impacto. Cuando todos los costes o beneficios no entran en el análisis la información será incompleta haciendo que un proyecto o actividad no sea elaborada óptimamente generando una desventaja frente a la competencia cuando deben someterse a un proceso de selección para conseguir fondos; así que cuando el valor social se incluye como un elemento ya valorado nos permitirá incluir en la estructura de costes y beneficios, así como los costes sociales y medioambientales, generando que las organizaciones puedan demostrar una administración de manera más eficiente de los recursos disponibles. Se obtienen cuatro elementos en la medición de valor, los cuales haciendo uso de ellos permiten utilizar ese conocimiento en diferentes ámbitos de la gestión económica y social, en la búsqueda de objetos concretos, de esta forma se logra ver que al conseguir que sean medidos los resultados mejorarán la manera en que para las partes interesadas logren conocer la realidad de su aportación. El orden en que se da no es casual, sino que es de acuerdo al orden de impacto generado partiendo de la que genera menor impacto social para ello se determinó una manera estratégica en la cual los proyectos organizan y demuestran la medición de valor, haciendo uso de estos en los proyectos pueden asegurar una participación de los actores involucrados y garantizar que de llegar a obtener los resultados propuestos se creará valor para la necesidad a ser tratada (Gobierno de España, Ministerio de empleo y seguridad social, 2014):

- ***Justificación de la inversión:*** la cual es considerada como la encargada en despertar el interés de inversión. Al existir una limitación de fondos y al ser más difícil la obtención

para la financiación de diferentes proyectos e iniciativas se ve la necesidad de que cualquier gestor de fondos deba crear una base sólida para argumentar cómo se realizará de manera óptima y correcta la distribución de estos, por lo tanto en la base inicial la medición de este factor facilita tomar la decisión correcta sobre los proyectos destinatarios de los fondos cuando un gestor debe proporcionar sus recursos en diferentes opciones similares que impacten socialmente a las comunidades, además que mejora la toma de decisiones orientando a elegir las mejores opciones con mayores posibilidades de acierto, de este modo la medición facilita la comparación de los proyectos y aporta objetividad para tomar la decisión final, por otro lado cuando los proyectos han sido ejecutados proporciona la justificación del inversor conociendo el resultado y el valor generado así como relacionarlo con el volumen de recursos aportados permitiendo conocer la relación entre lo invertido y lo generado. De este modo Measurement Matters emplea el diseño y orientación de los proyectos para que el valor social sea medible y los recursos requeridos en el proceso de captación de fondos vayan de acuerdo con lo requerido para llevar a cabo los objetivos y resultados esperados, sin exagerar los costos y escatimando lo máximo posible, de este modo visibilizar los proyectos y que los gestores de los fondos opten por considerar los proyectos sobre otros que no cuentan con esta herramienta tan explícitamente.

- **Mejora de la comunicación:** hacer que el lenguaje usado sea de manera en que la información quede clara para la comprensión y el entendimiento, para que en los actores empresariales, ONG y actores estatales no se generen vacíos de información y quede clara para cada uno de ellos, de este modo la homogeneización del lenguaje facilita a todos los actores partícipes en un proyecto ubicarse ante una necesidad en común para

poder aportar una solución de valor compartido; lo cual permite que se evalúe la necesidad principal desde múltiples perspectivas permitiendo generar soluciones más óptimas. La medición *valora* y *valoriza* los aportes sociales y medioambientales desde una acción o un conjunto de estas, esto permite que los datos tanto empresariales, administrativos y de las entidades sociales sean tomados en cuenta unificando esfuerzos, para lograr un valor compartido es necesario tener en cuenta la perspectiva del problema desde los diferentes ángulos que puedan explicarlo desde las diferentes realidades para direccionar de mejor manera los objetivos propuestos permitiendo que se facilite la identificación de los retornos de la inversión y se pueda considerar haber generado un aporte para solucionar o mitigar el problema planteado cerrando un ciclo desde los criterios de justicia y de equidad, el cual se conoce como ciclo del valor social, *Conocer – Reconocer – Valorar – Valorizar – Retornar* permitiendo hacer una mejor elección de la metodología que mejor se ajuste para la medición del objetivo.

- ***Gestión de la eficiencia:*** A partir de este punto se puede empezar a determinar la eficiencia de las actividades o acciones realizadas, es decir que se puede determinar si las acciones planteadas pueden llegar a funcionar y conllevar al logro de los objetivos y resultados propuestos, esto permite evitar gastar demasiados recursos en el uso de insumos o actividades para lograr indicadores que no pueden aportar información de cambio ni rentabilidad social de la inversión como para determinar si hubo un impacto real suficiente, buscando constantemente alcanzar tanto los objetivos como resultados y la generación del valor social asegurando la maximización del resultado social. De esta forma cuando se habla de gestionar eficientemente se puede lograr la reducción de los costes, la posibilidad de mejorar los procesos más acertadamente, la optimización de los

recursos y por ende la mejora del resultado final. Cuando el criterio se extiende a nivel macro este permite evitar duplicaciones de procesos debido a que muchas veces pueden ser dos procesos diferentes, pero con el mismo resultado que técnicamente lo que se lograría sería lo mismo, facilitando una mejora en la coordinación de las actividades y también la especialización de los actores aportando cada uno de ellos al proceso en donde más valor se pueda crear.

- ***Gestión integral de la economía:*** En este factor se busca que haya un equilibrio entre el beneficio financiero y en cómo este beneficio se consigue y como habrá un impacto sobre la comunidad y el medio ambiente. De este modo se pretende que el beneficio vaya direccionado a la sostenibilidad, es decir que a través de la medición del valor social se busca que el beneficio no sea únicamente para la comunidad sino también un beneficio financiero para los inversores lo que puede llegar a ser como un complemento entre ellos, esto a través de la gestión coste/ beneficio maximizando los recursos e identificando en que será invertido durante los proyectos, esta metodología es posible e innovadora socioeconómicamente hablando. (Gobierno de España, Ministerio de empleo y seguridad social, 2014).

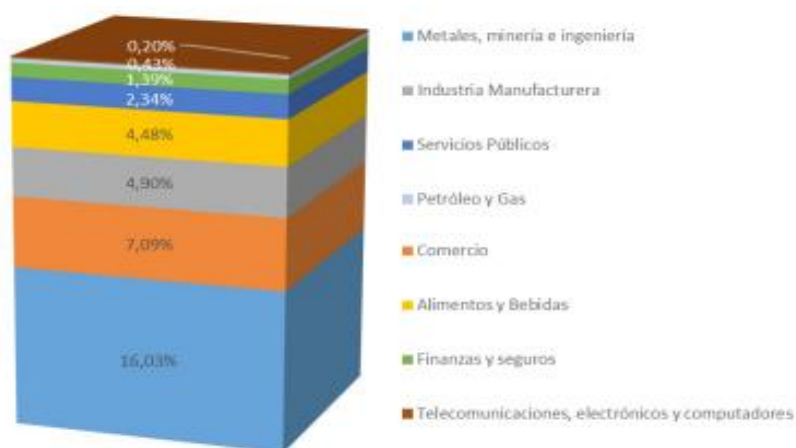
De esta manera basados en estos principios los proyectos fueron formulados estando fielmente apegados a ellos y siguiendo los parámetros solicitados para poder direccionarlos de una manera más atractiva para generar inversión, que fuesen demostrables a través de indicadores medibles, justificando el uso de los recursos en las actividades planteadas, siendo comprensibles para todas las partes interesadas e involucradas manejando un lenguaje homogéneo y garantizando que el uso de los recursos sea usado de manera eficiente cubriendo un equilibrio entre el beneficio recibido entre las comunidades y los inversores, en lo cual se

puede traducir que habrá un beneficio de carácter financiero relacionado con el retorno social de la inversión, maximizando recursos y esfuerzos aportados.

Por otro lado, la investigación cuantitativa permitió encontrar los principales sectores en los cuales las empresas realizan el reporte del valor de su inversión social en Colombia por sobre otros sectores, por lo cual se localizó un promedio del porcentaje de la utilidad antes de impuestos en los programas sociales; esto permite tener una perspectiva más clara sobre el estado actual de la inversión social por parte del sector privado. Entre los tres principales sectores está encabezado por el sector de metales, minería e ingeniería con el 16.03%, seguido del comercio con el 7.09% y finalmente con la industria manufacturera con el 4.90% (ANDI, 2016) esto permite tener un panorama más claro sobre hacia cuáles sectores se deberían enfocar mayores esfuerzos para captar su interés y por ende ubicarlos en el mapeo de actores principales para buscar la financiación de proyectos y de este modo apoyo técnico y legal para los mismo, ubicándolos por jerarquía en cada proyecto, a nivel general y evaluadores externos.

Figura 5

Distribución de sectores de compañías que reportan el valor de inversión social en Colombia



Gráfica 3. Análisis en 2014 por KPMG – ANDI sobre 30 compañías que reportan el valor de su inversión social en Colombia (ANDI, 2016)

Adicionalmente, a través de la investigación se pudieron localizar e identificar también algunas de las principales barreras u obstáculos a los que se enfrenta actualmente la medición de impacto para ser un servicio atractivo para las compañías inversoras, como lo es el gran reto de captar el interés por parte de las organizaciones para lograr promover e incentivar la medición del impacto y valor social de los proyectos que estas realizan. Existen algunas barreras que pueden generar un bajo interés para la medición y gestión de impacto social por parte de las diferentes compañías, entre las cuales se pueden encontrar la **no definición de los grupos de interés** para identificar y cuantificar las métricas que miden el cambio, la carente **medición de la atribución y la contribución** para localizar los cambios que la organización ha causado directamente gracias a su intervención así como la contribución sobre aquellos cambios que se produzcan; la **ausencia de estándares y normas comunes** para la medición a nivel global que implica se vuelva más complejo encontrar una guía única para todos, por otro lado la **falta de datos o datos no adecuados** partiendo que en la medición se busca dimensionar algunos aspectos intangibles que no son fácilmente evaluables ni cuantificables de manera objetiva pero que no significa que no puedan llegar a ser medidos, otra barrera a la cual se enfrenta la medición de impacto es la evidente **ausencia de cultura de la medición** genera que no se establezca aún un ecosistema organizacional para crecer y ampliar el número de organizaciones permitiendo algunos vacíos entre la cultura de medición y finalmente la **escasez de recursos (financieros y humanos)** tomando en cuenta que a pesar de que hay un crecimiento lento pero estable aún los niveles de medición se encuentran bajos causando que al existir una escasez de

recursos se deban usar metodologías que sean menos onerosas y más eficientes frente a otras que podrían ofrecer mejores resultados pero por ende son más caras. (Paula San Pedro, 2021)

Tomando en cuenta la medición del valor social se pueden ir generando ventajas mediante la creación de capital social, debido a que es un aspecto crucial de las redes y la integración, ya que los emprendedores o empresas sociales trabajan en conjunto para desarrollar nuevos lazos entre diferentes grupos sociales, generando redes sociales en curso al capital social que permite el intercambio de información y recursos, proporcionando un mecanismo de incorporación entre los miembros participantes pero que también conducen a la creación de capital social. (Jack, 2021)

Measurement Matters ha desempeñado un papel notable en pro del desarrollo sostenible y el emprendimiento social al hacer parte del Consejo Directivo de la Alianza 2030 para el progreso el cual cuenta con un ente articulador, la capacidad de dar acompañamiento a nodos regionales y un fondo de inversión para generar el progreso y desarrollo en las regiones (Forbes Colombia, 2020) esto ha permitido contar con un nivel de desempeño alto en la región para lograr un mejor alcance del desarrollo de las comunidades a través de la iniciativa y el liderazgo en diversos proyectos. También hace parte de las organizaciones impulsoras de las finanzas innovadoras en Colombia brindando instrumentos y metodologías que hasta hace un par de años se han venido implementando en América Latina sin embargo son metodologías utilizadas en gran parte del mundo principalmente en proyectos realizados en Asia y África. (ECODES, 2020). De igual manera en pro del desarrollo de los objetivos de desarrollo sostenible promovidos por la ONU, los cuales tienen como propósito crear estrategias y tomar medidas colectivas eficaces para prevenir y eliminar amenazas que pueden afectar negativamente al

alcance del bienestar económico, social, cultural o humanitario y en el estímulo del desarrollo de las comunidades. (ONU Guatemala, 2022)

Measurement Matters trabaja firmemente promoviendo iniciativas que fortalezcan el bienestar de las comunidades, sin dejar de lado los objetivos buscados por los inversores, de este modo con los estudios realizados se pretende mantener un equilibrio que vaya ligado a generar un impacto en las comunidades pero que así mismo genere algún tipo de beneficio a las empresas con las cuales trabajan para que se vea el beneficio obtenido sea incluyente para todos los participantes. De esta manera, las estrategias se esquematizan de acuerdo con los objetivos que buscan los inversores, no omitiendo que toda compañía desea invertir en diversos programas que beneficien pero que al mismo tiempo la compañía inversora pueda sacar algún tipo de beneficio también, generando un plus que promueva la inversión social.

Actualmente, se puede notar que uno de los principales retos es el desconocimiento del valor social aportado por cada uno de los actores que la conforman, es decir que en muchos casos no se sabe la proporción contribuida por los involucrados generando poca claridad para los inversores sobre en que se ha invertido y si realmente ha impactado en la vida de las comunidades para los cuales van direccionados, así mismo se puede generar que no se haga un máximo aprovechamiento y rendimiento a los recursos dentro de lo posible que aplican las organizaciones, para esto se requiere una cuantificación del valor social en la cual se pueda determinar si las actividades y los productos requeridos fue suficiente para alcanzar los objetivos deseados; y que al mismo tiempo se genere algún tipo de recuperación de los recursos y esfuerzos invertidos para que pueda ser más rentable para una compañía, además que al permitir ser medidos a través de indicadores permite una mejor proyecciones del alcance de un proyecto. (El Portal de la economía solidaria, 2010).

En la planeación estratégica de los proyectos formulados, medir los resultados a partir de indicadores es considerada una herramienta fundamental al momento de generar presupuestos para poder identificar y determinar el qué, cuánto, cómo y cuándo se va a ser uso de las materiales e insumos adquiridos además de cómo y cuándo serán ejecutadas las actividades establecidas en el proyecto para llegar a los resultados esperados, para todo ello se debe tener claro una cuantificación y saber que a los recursos se les está dando el mayor aprovechamiento posible, esto a través de unos indicadores. Para esto se da uso como primera fase a lo establecido como un *marco lógico* en el cual se plantean todos los recursos brindando una mejor visión y claridad de la orientación además de plantear cuales son las metas establecidas del proyecto.

Construcción de Capital Social:

El capital social es considerado como un recurso o alternativa para encaminar recursos que en conjunto con otros factores permite la generación de beneficios para aquellos que lo poseen, promoviendo la interacción social la cual puede llegar a potencializar las habilidades y conocimientos de los individuos, es decir con el trabajo en conjunto y la puesta en marcha de acciones puede permitir un mejor desarrollo de los recursos presentes para lograr conseguir los objetivos propuestos; del mismo modo así como otros tipos de capital es productivo y posibilita el logro de determinados fines los cuales en ausencia de éste sería mucho más difícil alcanzarlos. (Durstun, 2020)

La construcción de capital social es considerada como una ventaja competitiva y que genera ventaja al ser un recurso que muchos competidores no pueden fácilmente duplicar, cuando este capital es sólido y bien estructura genera que los objetivos de cualquier actividad lleguen a ser conseguidos con mayor facilidad comparados con otros que no lo poseen o lo poseen en menor proporción, este se convierte en un valor distintivo al promover la construcción

de capital humano que un futuro podría llegar a ser de gran utilidad para los actores encargados de promoverlos (YOUSSEF, 2004). Por lo tanto, al incentivar la construcción y fortalecimiento de capital social se puede generar un beneficio mutuo entre organizaciones y comunidades, estos beneficios pueden llegar a ser medidos en diferentes proporciones y ser evaluados para determinar si entre los resultados obtenidos y los objetivos planteados tienen un grado de similitud o se han logrado los resultados esperados.

En el capital social se pueden determinar que las redes sociales pueden afectar el desempeño económico, al ser la confianza el elemento más notorio en la construcción de capital social, esa confianza puede promover el progreso económico discutido, sin embargo en algunas situaciones las interacciones sociales pueden tener efectos positivos y negativos como en todo proceso en el cual se vea involucrada a la comunidad, debido a que factores como la elección de un buen o un mal comportamiento pueden influenciar entre las partes envueltas, es decir que así como los buenos comportamientos de los actores genera un impacto en los procesos permitiendo que se desarrollen de mejor manera, los malos también lo pueden hacer. (Partha Dasgupta and Ismail Seregeldin, 1999)

En los últimos años el gobierno nacional colombiano también ha adelantado programas en los cuales el capital social juega un papel importante al momento de crear iniciativas en las cuales se incluye la participación de la comunidad para que los mismos proyectos y programas puedan ser desarrollados y se permitan alcanzar los resultados esperados, un ejemplo de ello se ve plasmado en el proceso de formulación del Plan Decenal de Salud Pública 2022-2031 adelantado por el Ministerio de Salud y Protección Social el cual busca el fortalecimiento del trabajo en conjunto de los actores relacionados con la salud pública, de este modo se pretende a través del capital social institucional como un nuevo elemento que pretende generar procesos de

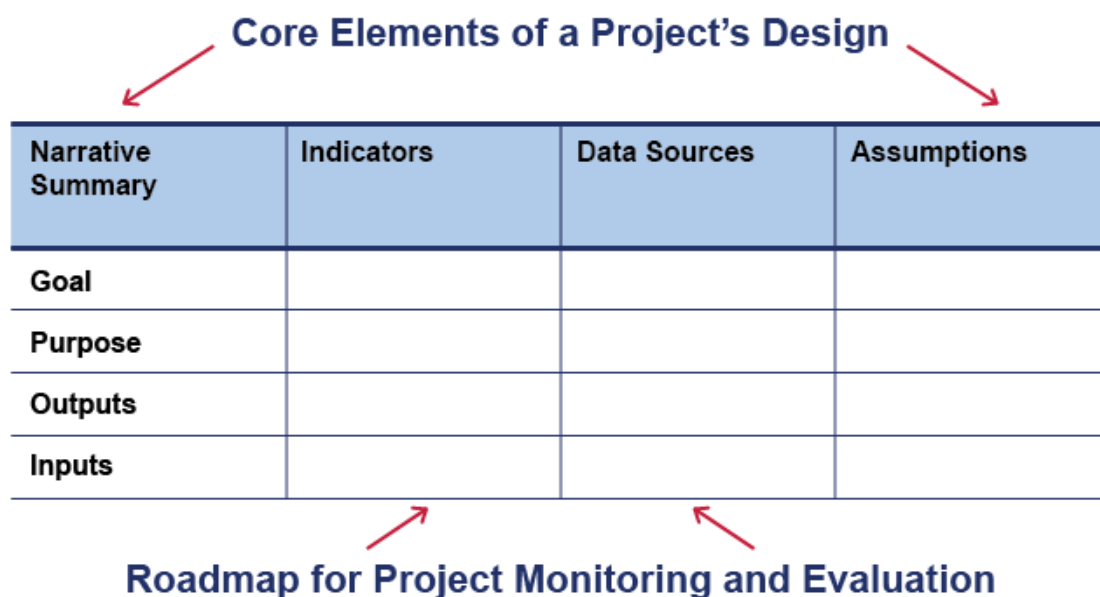
confianza entre las diferentes partes involucradas en materia de salud pública a favor de capitalizar la visión de la salud y bienestar en los próximos años, a través de un trabajo en conjunto de manera participativa. (Ministerio de Salud y Protección social, 2021)

El marco lógico

En la formulación y etapa de diseño de proyectos hay herramientas que juegan un papel indispensable al momento de establecer cuáles actividades se van a llevar a cabo, con qué se cuenta para poder desarrollarlas y cuáles son los resultados esperados con la ejecución de dichas actividades en el proyecto; para esto el marco lógico es una herramienta indispensable en el diseño de los proyectos; este valida y actualiza el marco de los resultados y además incluye información más amplia sobre los inputs (entradas) y outputs (salidas) para lograr los resultados esperados de un proyecto y así mismo genera unos supuestos que permiten a los proyectos adelantados por las organizaciones el alcance del proyecto bajo supuestos, proporcionando la definición, el diseño y el presupuesto de las intervenciones llevadas a cabo por una empresa u organización. Esto permite que los proyectos en fase de diseño puedan estimar los costos, generando un presupuesto para los materiales y las actividades necesarias para cumplir con los objetivos y resultados del proyecto. (USAID, 2021) En la siguiente ilustración se ubican los principales elementos en la fase de diseño de los proyectos en los cuales están basados principalmente los proyectos adelantados en la metodología usada por MM para generar la evaluación, la asignación de indicadores y la medición de impacto.

Figura 6

Elementos principales en el diseño de un proyecto, USAID 07-12-2021



Del mismo modo el permitir medir los resultados de manera cuantitativa por medio de los indicadores permite conocer el alcance del proyecto y es un facilitador para establecer un valor a cada una de las actividades, procesos y al presupuesto del proyecto en general en la etapa de diseño y finalmente en la fase de ejecución.

Metodologías usadas para medir el valor social

Como etapa inicial para poder identificar y analizar el impacto generado a partir de las actividades realizadas por las organizaciones, se realizan acciones previas como la medición y la evaluación para poder conocer lo que se ha hecho o no correctamente, o en qué medida estas acciones están contribuyendo o no a los resultados esperados. Mediante la formulación de proyectos se van implementando diferentes herramientas que permiten interconectar los inputs insumos con las actividades para lograr los resultados que pueda llegar a ser medido de manera más acertada. Esta etapa se convierte en un momento crucial en el cual una correcta planeación y formulación de los proyectos permite que las actividades a realizar puedan ir con base en las necesidades de los actores y la financiación sea justificada apropiadamente para la creación de

los objetivos y resultados esperados. Del mismo modo es uno de los conceptos menos conocidos por las empresas o entidades que invierten en proyectos sociales debido a que no profundizan en el conocimiento de cómo los proyectos pueden ser llevados a cabo, un principal factor es que no hay una promoción por parte de las consultoras o de los mismos gobiernos que permitan una mayor incentivación hacia los interesados. (KPMG, 2016)

Teoría del cambio

Unas metodologías más usadas a la hora de medir el valor social es la de la teoría del cambio, esta es una herramienta que ha sido fundamental a la hora de realizar los estudios de medición de impacto adelantados por MM, a través de esta se explica el proceso para llegar a lograr que las actividades produzcan los resultados y objetivos esperados a la hora de hacer el proceso de formulación del proyecto, estrategia, programa, entre otras y así mismo como contribuyen a lograr los objetivos finales previstos. Las principales condiciones para poder desarrollar una teoría de cambio es poder identificar y planificar previamente los objetivos y actividades de una intervención, del mismo modo cuando la intervención se adapta a problemáticas nuevas y a las decisiones de las partes involucradas. (Rogers, 2014)

Esta es una de las metodologías más usadas en los estudios de impacto, debido a que permite identificar los problemas basados en las necesidades de las personas y así mismo pensar en estrategias y actividades para poder intervenir y generar algún tipo de impacto. Del mismo modo permite identificar algunos riesgos que podrían surgir a lo largo de la implementación de las estrategias y el plan de acción, a su vez generan algunas estrategias para poder afrontarlos y convertirlos en oportunidades para poder continuar con el rumbo y el direccionamiento para alcanzar los resultados esperados.

Figura 7*Esquema de Teoría del Cambio*

Representación esquemática de teoría del cambio Fondo de las Naciones Unidas, 11 de marzo de 2014

Rainbow Framework: esta herramienta fue usada para facilitar la evaluación de impacto dentro de los diferentes métodos y procesos de evaluación y el desarrollo de un proyecto, al mostrar las diferentes opciones (métodos o procesos) que podrían llegar a ser utilizados en las diferentes tareas adelantadas, el principal objetivo es pensar de manera individual en cada una de las tareas y a seleccionar posibles combinaciones de métodos y procesos que puedan suplir o cubrir todas las tareas involucradas desde la planeación dirigiendo el mayor esfuerzo en un enfoque que permita el desarrollo de un trabajo más eficiente. De este modo el marco arcoíris revela las diferentes opciones que pueden ser de mayor utilidad para el desarrollo de dichas tareas dependiendo del propósito de dichas tareas o del tipo de evaluación que se pretende realizar. (Better Evaluation, 2022) en esta medida fue de gran utilidad al momento de pensar

cómo se evaluaría y se pondría en marcha las actividades en cada objetivo individualmente para orientar el desarrollo de estrategias y establecer de manera más efectiva las tareas para ser aplicadas y del mismo modo en pensar una combinación de estas para poder cubrir uno o más objetivos.

Retorno Social de la Inversión (SROI): Cómo alternativa para obtener un retorno de la inversión generada para la financiación de los proyectos y poder llevar a cabo las actividades propuestos en el diseño de los proyectos, las empresas buscan también poder verificar que los fondos monetarios para los cuales han sido invertidos generen el impacto propuesto y del mismo modo les genere una especie de retorno, de este modo se plantea una metodología que es útil para el análisis y la evaluación, es por esto que el desarrollo de la metodología SROI jugó un papel fundamental en la creación de los objetivos, los indicadores, las actividades a realizar y los resultados esperados a la hora de realizar la planeación de estos sobre los proyectos ya que basados en esto se le daría a conocer a los inversores cómo valor agregado e innovadores su inversión se vería retornada, en que proporción y sobre todo con una estimación de tiempo aproximado.

El retorno social de la inversión en los proyectos de inversión social usa un análisis de costo- beneficio, debido a que los costos y los resultados son medidos y cuantificados en unidades monetarias y comparadas para evaluar el impacto de las actividades o intervenciones realizadas mediante los proyectos, expresando no solamente en términos monetarios sino la proporción de creación de valor social, para esto se considera necesario a través de SROI evaluar cualitativamente sobre cómo impacta en la vida de las personas para poder entender bien sea de manera más cualitativa la experiencia de los grupos de interés o beneficiarios; es decir que se pueda entender los objetivos a los cuales se quieren llegar y que estos estén relacionados con las

necesidades de las personas creando puntos en común entre estas y las actividades a ser realizadas, esto permite que exista un mayor involucramiento de las partes interesadas. Se toma en cuenta la evaluación y el pronóstico, en la primera se analizan los resultados de experiencias anteriores basada en resultados obtenidos de experiencias previas y con el pronóstico se pretende predecir la cantidad de valor social podría ser generado de llegarse a cumplir los objetivos (Lombardo, 2019) en esta medida, la metodología describe cuanto cambio está siendo creado a partir de la ecuación coste-beneficio que calcula el indicador SROI, detallada a continuación:

$$SROI = \frac{\text{Net Present Value of Outcomes}}{\text{Net Present Value of Investment}} \quad (1)$$

En la Ecuación 1 se aprecia que los costos y los resultados son cuantificados en unidades monetarias y son comparados para identificar la proporción del impacto en la intervención realizada.

Durante los proyectos apoyados por los bonos de impacto adelantados y apoyados por Measurement Matters, se logró determinar cómo los resultados esperados podrían ser medidos a través de indicadores que no sólo permitieran hacer el análisis financiero entre el valor de lo invertido y el valor de los resultados, lo cual permitía visualizar en qué proporción y cómo podrían llegar a verse beneficiadas las partes involucradas en los proyectos con los cuales se espera la inversión de diversas empresas y entidades nacionales e internacionales. De este modo se pretende demostrar que la metodología usada puede traer consigo beneficios mutuos para todas las partes partícipes de los proyectos estimulando a la inversión para el desarrollo de los mismo y generando un impacto en la comunidad y en el medio ambiente. (Jeremy Nicholls, 2012)

Por tal motivo podemos determinar que es una metodología de finanzas innovadoras debido a que permite la medición extra financiero el cual denominamos valor ambiental, social y

económico el cual actualmente no se ve reflejado en la contabilidad financiera convencional, en relación con los fondos y recursos invertidos de esta manera se permite calcular matemáticamente el uso de cada unidad monetaria o divisa usada generando mayor confianza por parte de los inversores al saber que se estará justificando en que se usaron los fondos adquiridos para el proyecto. (The Social Consulting Agency, 2022)

Conclusiones

Para finalizar, se ha podido observar a través de un análisis interno y externo de la situación actual de la medición de valor social en la que los estudios de impacto se han venido convirtiendo en una herramienta importante para poder identificar cómo implementar de una manera más eficiente los recursos disponibles y que de este modo se tomen las acciones importantes para mitigar el impacto negativo que muchas empresas buscan actualmente disminuir. Además por medio de un análisis realizado, se lograron identificar algunas posibles variables que pueden jugar un papel clave al momento de adquirir clientes potenciales, para ello el dar un soporte a través de estrategias que puedan servir de utilidad para abordar las oportunidades y afrontar de mejor manera las debilidades que tiene la compañía, del mismo modo soportar y reforzar las fortalezas que se tienen como la experiencia obtenida y el valor agregado al ser un servicio nuevo y de finanzas innovadoras, proyectando la medición de impacto como una estrategia que puede llegar a ser beneficiosa para todas las partes interesadas.

Se ha determinado el papel fundamental que tiene el marketing a la hora de hacer difusión de estos servicios, a través de la promoción en redes sociales, ferias empresariales, y del mismo modo los talleres y capacitaciones que permitan a los inversionistas interesarse en la

medición del impacto, de este modo ahorrar en costos y poder tener un balance y perspectiva más clara sobre los recursos disponibles y sobre cómo y para qué serán usados.

Por otro lado, como estrategias de posicionamiento, se pueden establecer los socios clave del sector público y privado que pueden servir como puente para conectar con posibles clientes, para ello el manejo de recursos claves como el valor agregado, la mercadotecnia, la planeación estratégica para conducir al mejoramiento del modelo de negocio. Así mismo, al analizar los sectores económicos con mayores niveles de inversión social se pueden determinar algunos clientes que puedan obtener el servicio de medición, lo cual permite que exista un punto a favor para atraer dichos posibles clientes.

La investigación cuantitativa y cualitativa jugó un papel primordial a lo largo de la experiencia en la pasantía, permitiendo que se lograra una profundización en la formulación de proyectos para poder conocer herramientas y metodologías que permitan la evaluación y medición de los resultados a través de indicadores cuantificables. Para esto es necesario dar un contexto sobre el valor social, la construcción de capital social y las diferentes herramientas que permitan poder llegar a desarrollar proyectos o acciones adelantadas por las diferentes organizaciones, empresas y actores gubernamentales para hacerlos más atractivos frente a la competencia y permitan un valor agregado.

Finalmente, se logró aprender sobre algunos pilares fundamentales en la medición de impacto para permitir que los proyectos sean más consolidados y estructurados en la búsqueda de inversión extranjera y nacional, basados en las metodologías durante los años de estudio académico pero también por medio de un ambiente práctico, permitiendo demostrar que en los proyectos no solamente se puede obtener un beneficio inmaterial, sino que así mismo la

empresa o los inversores se pueden ver beneficiados cuando se conoce, cuantifica y justifica cómo se están invirtiendo los recursos y por supuesto utilizando metodología adecuada para poder comprobar esto y alcanzar los objetivos y resultados planeados en cada proyecto o actividad (El Portal de la economía solidaria, 2010).

Referencias

- Analitik, V. (14 de 07 de 2022). *Valora Analitik*. Obtenido de <https://www.valoraanalitik.com/2022/07/14/inversion-social-voluntaria-en-colombia-aumento-en-2022/>
- ANDI. (Julio de 2016). *Descubriendo el valor de la inversión social*. Obtenido de <https://www.andi.com.co//Uploads/KpMG%20-%20Andi%20-%20Descubriendo%20el%20valor%20de%20la%20inversi%C3%B3n%20social.pdf>
- ANDI. (2017). *Panorama de la gestión social de 500 empresas en Colombia*. Bogotá: Fundación Andi.
- Better Evaluation. (2022). *Better Evaluation ORG*. Obtenido de https://www.betterevaluation.org/en/rainbow_framework
- Buchbinder, D. (16 de Junio de 2022). *Forbes Centroamerica*. Obtenido de <https://forbescentroamerica.com/2022/06/16/empresas-de-impacto-social-moda-o-tendencia>
- Carnicer, J. (12 de 05 de 2012). *Lo que se puede medir, se puede mejorar*. Obtenido de Inmodiario: <https://www.inmodiario.com/194/14493/puede-medir-puede-mejorar.html>
- Collado, R. H. (1991). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN* . Naucalpan de Juárez, México: McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A.
- Contreras, R. (2010). *Calameo* . Obtenido de <https://en.calameo.com/read/0005702382695c1864d2a>

Durston, J. (2020). *¿Qué es el capital social comunitario?* . Santiago de Chile: Naciones Unidas Cepal.

ECODES. (2020). *ECODES*. Obtenido de <https://ecodes.org/hacemos/cultura-para-la-sostenibilidad/medicion-y-evaluacion-de-impacto/medicion-del-impacto-social-ambiental-y-socioeconomico-a-traves-de-la-metodologia-sroi>

El Portal de la economía solidaria. (09 de 12 de 2010). *Medición del valor social y el impacto*. Obtenido de <https://www.economiasolidaria.org/recursos/biblioteca-medicion-del-valor-social-y-el-impacto/>

Forbes Colombia. (23 de Septiembre de 2020). *Forbes Colombia*. Obtenido de <https://forbes.co/2020/09/23/actualidad/corporacion-alianza-2030-para-el-progreso-destinara-us40-millones-para-las-regiones-colombianas/>

Gobierno de España, Ministerio de empleo y seguridad social. (2014). *LA MEDICIÓN DEL VALOR SOCIAL*. Madrid: NITTÚA .

Jack, M. K. (2021). Alternative investing as brokering: The embedding process of a . *Journal of Business Venturing Insights* , 2.

Jeremy Nicholls, E. L. (Enero de 2012). *Observatoritercersector*. Obtenido de http://observatoritercersector.org/canviepoca/wp-content/uploads/2014/02/OTS_Guide-SROI-spanhish.pdf

- KPMG, A. (Julio de 2016). *ANDI COLOMBIA*. Obtenido de [https://www.andi.com.co/Uploads/Descubriendo%20el%20Valor%20de%20la%20Inversio%CC%81n%20Social%20-%20ANDI%20-%20KPMG%20\(1\).pdf](https://www.andi.com.co/Uploads/Descubriendo%20el%20Valor%20de%20la%20Inversio%CC%81n%20Social%20-%20ANDI%20-%20KPMG%20(1).pdf)
- Lombardo, G. (2019). *Assessment of the Economic and Social Impact Using SROI: An Application to Sport Companies*. Basel, Switzerland: Creative Commons Attribution & Sustainability.
- Matters, M. (2021). *Measurement Matters*. Obtenido de <https://measurementmatters.co/somos-mm/>
- Mejías, Y. B. (18 de Junio de 2018). *Measurement of Corporate Social Responsibility: cases in Latin American Small business*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3604/360458817010/html/index.html>
- Ministerio de Salud y Proteccion social. (10 de Junio de 2021). *MinSalud*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Nuevo-Plan-Decenal-fortalecera-capital-social-institucional-.aspx>
- ONU Guatemala. (2022). *Naciones Unidas Guatemala*. Obtenido de <https://onu.org.gt/onu-en-el-mundo/propositos-y-objetivos-de-la-onu-en-el-mundo/#:~:text=Mantener%20la%20paz%20y%20la,justicia%20y%20del%20derecho%20internacional>
- Partha Dasgupta and Ismail Seregeldin. (1999). *Social Capital a multifaceted perspective*. Washington D.C: The World Bank.

Paula San Pedro, C. B. (2021). *PROPUESTAS PARA LA MEDICIÓN Y GESTIÓN DEL IMPACTO SOCIAL*. Open Value Foundation, Fundación Repsol y Management Solutions.

Rogers, P. (Septiembre de 2014). *UNICEF*. Obtenido de https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/Brief%20%20Theory%20of%20Change_ES.pdf

The PACA field Guide for Volunteers. (Mayo de 2018). The Participatory Analysis for Community Action (PACA) Field Guide for Volunteers. *The Participatory Analysis for Community Action (PACA) Field Guide for Volunteers*. Washington , D.C, Estados Unidos: Paul D. Coverdell Peace Corps Headquarters.

The Social Consulting Agency. (2022). *The Social Consulting Agency*. Obtenido de <https://www.thesocialconsulting.agency/que-es-sroi>

University Philanthropy. (2021). Foundrising Course. United States.

USAID. (12 de July de 2021). *USAID From American People*. Obtenido de <https://www.usaid.gov/project-starter/program-cycle/project-design/logical-framework>

VILLENA, M. (15 de Julio de 2021). *El Pais*. Obtenido de <https://elpais.com/sociedad/esta-en-nuestras-manos/2021-07-16/huella-de-valor-empresarial-la-transformacion-economica-ya-esta-en-marcha.html>

YOUSSEF, F. L. (2004). *Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage*. Lincoln- Nebraska: Competitive Advantage.

