

Medición del impacto económico y social del Proyecto, *Plantamos Agua devolvemos la vida al monte* mediante la aplicación de la metodología SROI (*Social Return on Investments*)

Plan de trabajo de campo cualitativo: Proceso elaboración del Mapa de Impacto



Coca-Cola

Medición del impacto económico y social del Proyecto, *Plantamos Agua devolvemos la vida al monte* mediante la aplicación de la metodología SROI (*Social Return on Investments*)

Plan de trabajo de campo cualitativo: Proceso elaboración del Mapa de Impacto

Antecedentes: Enfoque Metodológico

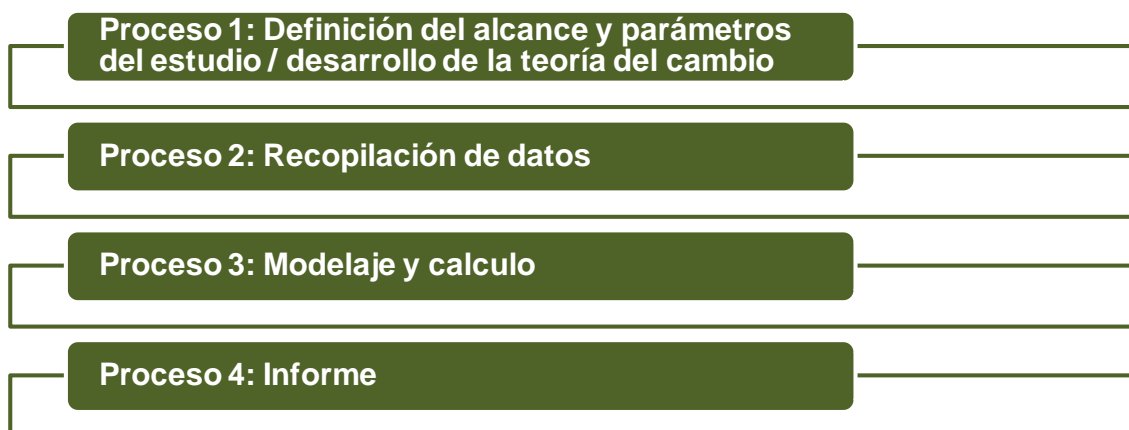
El Retorno Social de la Inversión, (SROI en sus siglas en ingles) es un método basado en principios de medición del valor extra-financiero, es decir, el valor ambiental, social y económico que actualmente no se refleja en la contabilidad financiera convencional en relación con los recursos invertidos en una organización, proyecto o iniciativa. Este método ayuda a las organizaciones a medir y evaluar el impacto que producen para sus principales grupos de interés o *stakeholders*. Asimismo el proceso sirve para identificar formas de mejorar la gestión de las actividades y mejorar el rendimiento de los recursos invertidos en una determinada iniciativa o proyecto en curso.

El análisis SROI ofrece un enfoque cuantitativo para entender y gestionar los impactos de un proyecto, negocio, u organización. La metodología recoge las valoraciones de impacto de los distintos grupos de interés y asigna un valor económico a todos los impactos identificados aunque no tengan un valor de mercado.

La metodología SROI se inspira en el cálculo del ROI en la gestión financiera pero mientras que el ROI es el ratio único para la medición de la rentabilidad de las inversiones, el análisis SROI busca presentar una visión más completa del retorno de los recursos invertidos mediante la asignación de valores monetarios a los resultados de una organización, proyecto o iniciativa que normalmente son excluidos de este tipo de valoración por carecer de un valor de mercado.

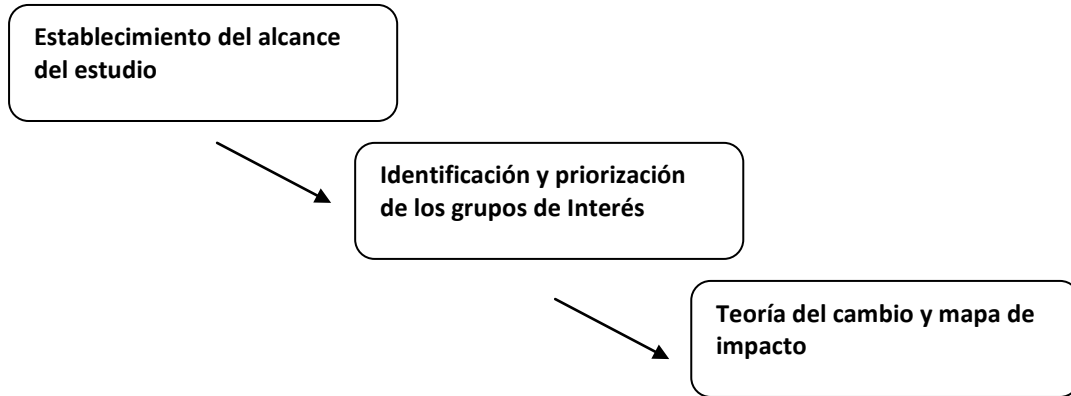
Un análisis SROI consta de cuatro procesos que se detallan a continuación:

Gráfico. Etapas de un estudio SROI



Proceso 1: Definición del alcance y parámetros del estudio / desarrollo de la teoría del cambio

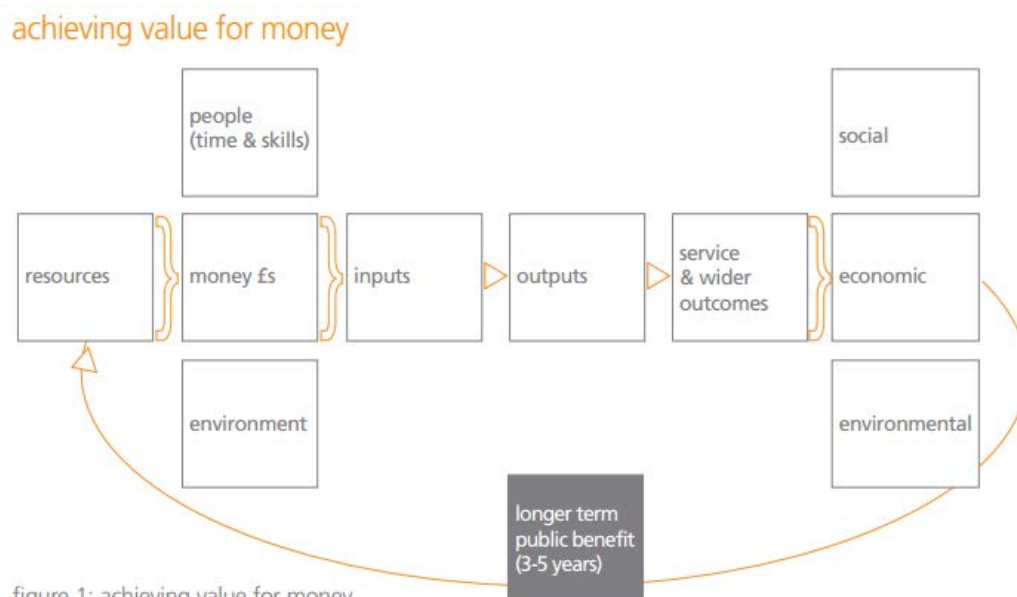
Figura 2: Fases de desarrollo del mapa de impacto



El primer paso es el establecimiento de límites claros sobre lo que se incluirá en el análisis SROI, quién va a participar en el proceso y cómo. Durante esta etapa del proceso y a través de la participación de los *stakeholders* relevantes que han sido identificados se desarrollará un mapa de impacto (también llamada **teoría del cambio**), que muestre la relación entre los recursos invertidos en la gestión operativa del proyecto objeto del análisis (económico-financiero, en especie y humanos), las actividades, y los resultados vinculados a la labor del proyecto para cada grupo de *stakeholders* relevantes.

Es fundamental durante esta fase **identificar los resultados adecuados para definir el impacto de las actividades** del proyecto. Es decir, es importante identificar indicadores de resultados e impactos y no sólo de procesos. Medir únicamente las salidas u *outputs* de actividades y/o procesos ofrece una visión parcial sobre el impacto total del proyecto.

Figura 3: Estructura del mapa de impacto



El personal de coordinación del proyecto había hecho previamente un proceso de consulta participativo para identificar los principales agentes en el proyecto y elaborar un mapa de los agentes relevantes del proyecto. Este proceso fue complementado por varias reuniones y conversaciones con el personal del proyecto, donde se identificaron los principales grupos de interés, que serán consultados durante el análisis SROI del Proyecto Plantando Agua. Estos son:

Agentes económicos: las empresas que operan en la esfera de influencia del proyecto.

- Las empresas mineras y metalúrgicas
- Las empresas del sector de la automoción
- Las empresas de los sectores de turismo:
 - hoteles rurales
 - restaurantes
 - actividades de ocio (muchos de ellos vinculados al agua)
- Agricultura y ganadería
 - Los agricultores y las cooperativas de agricultores
 - empresarios ganaderos
 - viveros
- asociaciones empresariales en niveles segundo y tercero (agrícolas y otros)
- Manantial de Fuenmayor (Aguas del Maestrazgo)

Ciudadanos y grupos de la sociedad civil

- Asociaciones de vecinos
- ONG ambientales
- Universidad y las organizaciones de investigación
- Centros de educación primaria y secundaria ubicadas en la zona del proyecto
- Organizaciones culturales

Gobiernos y las administraciones públicas

- **Gobiernos municipales**
 - Cañizar del Olivar
 - Utrillas
 - Montalbán
 - Gobiernos locales
 - Cuencas Mineras
 - Andorra-Sierra de Arcos
 - Maestrazgo
- **Gobierno autonómico**
 - Industria
 - Medioambiente
- **Autoridades a nivel estatal**

- Confederación Hidrográfica del Ebro

Financiador del proyecto

- The Coca-Cola Company

Durante este proceso de trabajo se conceptualizará de una forma más concreta y detallada la teoría del cambio del Proyecto. Para esto, se empleará unas técnicas de investigación de carácter cualitativo (talleres, entrevistas en profundidad, etc.). Se plantea los siguientes:

A. Entrevistas personales

B. Entrevistas grupales

Las entrevistas en profundidad a informadores clave resultan esenciales ya que permiten ofrecer una visión panorámica del Proyecto estudiado. Asimismo aportan información valiosa sobre las creencias, opiniones y valoraciones de los actores clave en relación al Proyecto objeto del estudio, y, por tanto, constituyen una herramienta esencial en la identificación del mapa de impacto del mismo.

Por esta vía se contactará con actores clave capaces de opinar con criterio sobre los posibles impactos del Proyecto para los distintos grupos de interés relevantes para el análisis.

El objetivo de esta técnica es extraer conclusiones y obtener la opinión de expertos sobre todos los ámbitos objeto de estudio.

A continuación se describe la ficha técnica de las entrevistas a realizar:

- **Técnica:** Entrevistas en profundidad.
- **Número de entrevistas:** 15-20 entrevistas personales; 4-5 entrevistas grupales

- **Perfil del entrevistado:**

Entrevistas personales:

- Los representantes clave de los agentes económicos que operan en la esfera de influencia de las actividades del proyecto (al menos 5 entrevistas)
- Los representantes clave de los grupos de ciudadanos y de la sociedad civil (4-6 entrevistas)
- Los representantes clave de los gobiernos municipales, locales y regionales y los organismos gubernamentales (5-7 entrevistas)
- Financiador del proyecto (1-2 entrevistas)

Entrevistas grupales:

- preocupaciones de las empresas agrícolas y ganaderas
- intereses comerciales Turismo
- gobiernos municipales y locales

- grupos de la sociedad civil / organizaciones de investigación /Ciudadanos
 - grupos ambientalistas
- **Lugar de realización de la entrevista:** Presenciales y/o vía medios telemáticos
 - **Recogida de información** a través de un guión semiestructurado.
 - **Duración:** Entre 45-60 minutos, aproximadamente para las entrevistas personales y 1.5-2 horas para las entrevistas grupales. La duración variará en función de los agentes entrevistados y la información que se pretenda recabar.

Propuesta: Cronograma realización del trabajo de campo

	Enero				Febrero				Marzo				Abril			
Entrevistas																
Grupos Dinámicos																

Proceso 2: Recopilación de datos

Una vez finalizado el trabajo de campo de carácter cualitativo, se elaboraran y aplicarán diversas herramientas y técnicas para recopilar información y datos cuantitativos (indicadores) que permitan medir el grado de cumplimiento de los resultados identificados durante el proceso previo. Posteriormente se llevará a cabo un ejercicio de asignación de un valor monetario a los resultados que carecen de valor de mercado mediante la identificación de valores sustitutivos (proxy en ingles) que permitan llevar a cabo el cálculo del ratio SROI.

Selección de indicadores

- Identificación de indicadores para la medición de los resultados identificados durante el proceso anterior (en base a la información recopilado durante el trabajo de campo cualitativo)

Recopilación de datos

- Selección e implementación de técnicas de recopilación de datos
- Utilización de fuentes primarias y secundarias

Asignación de valores monetarios

- Investigación y selección de valores apropiados (*proxies*, en inglés) para la asignación de un valor monetario a los resultados identificados

Proceso 3: Modelaje y calculo

Durante el tercer proceso se evalúa y se elabora estimaciones sobre el grado en el que los resultados identificados con anterioridad se deben a las actividades llevados a cabo por el Proyecto objeto del estudio. El ejercicio sirve para ajustar los cálculos de los impactos teniendo en cuenta otros factores, personas u organizaciones que puedan influir en estos impactos. Algunos de los factores que se analizan durante esta fase son los siguientes:

- i. **Decrementos (*Drop off*)** - la proporción de resultados sostenidos en el marco temporal de análisis.
- ii. **Atribución** - la proporción de los resultados que se puede atribuir directamente al proyecto.
- iii. **Peso Muerto (*Deadweight*)** – refleja si los cambios se hubiesen podido conseguir si la organización no hubiera llevado a cabo las actividades y/o intervención.
- iv. **Desplazamiento (*Displacement*)** - el estudio del porcentaje del cambio producido por la organización haya desplazado otros cambios.

Por último, en esta etapa se suma todos los beneficios, restando los aspectos negativos que quitan valor y comparando este resultado con los recursos invertidos. La idea básica consiste en calcular el valor financiero de la inversión y el valor económico de los costes y beneficios sociales de las actividades del Proyecto.

Proceso 4: Redacción del informe de resultados

El último proceso consiste en la redacción de un informe y la comunicación de los resultados a los distintos *stakeholders* del Proyecto.