

# MANUAL DE MEDICIÓN DE IMPACTO SOCIAL



octubre '15

## ÍNDICE

---

●	MANUAL DE MEDICIÓN DE IMPACTO SOCIAL	1
●	INTRODUCCIÓN	3
●	¿QUÉ ES EL IMPACTO SOCIAL?	4
●	¿POR QUÉ MEDIR EL IMPACTO SOCIAL?	4
●	MARCO LÓGICO-GECEs/EVPA	5
●	PLANIFICAR UNA MEDIDA EFICIENTE	7
●	ESTUDIOS DE CASOS	14
●	CONCLUSIÓN	14
●	BIBLIOGRAFÍA	15



Sirivan Prak | Madrid . España . 2015  
Impact Hub Madrid 2015 | Madrid . España . 2015  
Diseñado por La Manada

## INTRODUCCIÓN

---

Durante años, la medición de impacto social ha sido utilizada en los campos del desarrollo y la cooperación internacional, la política y las obras filantrópicas únicamente.

Los términos «evaluación y seguimiento» se utilizaban para medir el impacto de un programa/proyecto en la población objetivo. La evaluación/seguimiento servía como justificante de subvenciones y donaciones así como para garantizar que los objetivos definidos por las mismas eran alcanzados.

Con la aparición de un nuevo modelo basado en la economía social y el cuarto sector (empresas de triple resultado) se produjo un cambio de paradigma. La prioridad para las empresas sociales no es únicamente el beneficio económico, sino que también quieren alcanzar el objetivo de intentar generar impacto social. Este nuevo objetivo planteó la cuestión de su medición. ¿Cómo pueden medir las empresas sociales su propio impacto en la sociedad?

Al mismo tiempo, otros factores han intervenido en la aparición de la medición de impacto como una prioridad: la disminución de fondos públicos ha obligado a buscar nuevas fuentes de financiación más favorables a financiar empresas que puedan mostrar su rendimiento económico y social; un alto grado de exigencia de inversores privados que quieren comunicar el reporting social específico; la profesionalización del sector del emprendimiento social, que requiere el desarrollo de métodos de evaluación de impacto social y de herramientas de control; y finalmente el reconocimiento de la Unión Europea, que promueve el análisis del impacto social.<sup>1</sup>

Este cambio repentino ha generado un desafío importante: el desarrollo de una metodología aplicable a cualquier tipo de proyecto y que sea aceptada como modelo de referencia.

Para superar este reto, la Comisión Europea, por medio del Acta del Mercado Único, decidió desarrollar una metodología para medir el impacto socioeconómico de las empresas sociales y así «demostrar que el dinero invertido en empresas sociales genera ahorro e ingresos»<sup>2</sup>. Por este motivo, el GECES, el subgrupo encargado de la Medición de Impacto Social, se formó en octubre de 2012 para ponerse de acuerdo en una metodología europea que pudiera ser empleada transversalmente en la economía social de la Unión Europea<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Revue Interdépendance, «Mesurer l'impact social: un défi majeur pour l'entreprise sociale», <http://www.economie-avenir.como/finance-responsable/mesurer-limpact-social-un-defi-majeur-pour-lentreprise-sociale-interdependances/> agosto 2012.

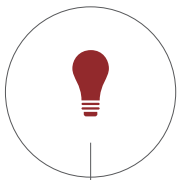
<sup>2</sup> European Commission, «GECES subgroup on social impact measurement», [http://ec.europa.eu/internal\\_market/social\\_business/docs/expert-group/20131128-summary-impact-measurement-subgroup\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/expert-group/20131128-summary-impact-measurement-subgroup_en.pdf) Bruselas, noviembre 2013.

<sup>3</sup> Idem

En esta guía hemos decidido utilizar esta base porque es la utilizada en el contexto europeo y porque puede completarse con el uso de otras metodologías de medición de impacto.

Mediante esta guía aprenderás una metodología que puede ser usada fácilmente para medir tu impacto; tendrás una estructura que te ayudará a planificar tu proyecto de manera lógica y clara: y aprenderás cómo comunicar los resultados a las partes interesadas.

Esta guía desarrolla una base completa para la medición de impacto. Ten en cuenta que este procedimiento tiene que ajustarse tanto a la naturaleza y al tamaño como a los recursos humanos y materiales de cada empresa social.



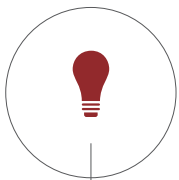
¿QUÉ ES EL IMPACTO SOCIAL?

No hay una definición común de impacto social. Sin embargo, la mayoría de las definiciones se refieren a nociones similares. Hemos seleccionado dos definiciones relevantes que pueden ayudarte a diseñar tu medición de impacto:

“El impacto social se define como el efecto neto de una actividad sobre una comunidad y el bienestar de individuos y familias. <sup>4</sup>” Center for Social Impact, Australia.

“El impacto social hace referencia a los efectos que una intervención propuesta tiene sobre la comunidad en su conjunto. <sup>5</sup>” Ministerio de Asuntos Exteriores, España.

Por impacto social se entiende, no solo el impacto sobre la población objetivo, sino sobre la sociedad en general. Está asociado a efectos a largo plazo, puede ser positivo o negativo y puede producir tanto efectos deseados como no deseados.



¿POR QUÉ MEDIR EL IMPACTO SOCIAL?

La medición de impacto social puede ser útil en varios aspectos, incluyendo la gestión de proyectos y la comunicación. Es útil para evaluar la eficacia y la eficiencia de un proyecto o programa, para favorecer objetivos coherentes, para mostrar un proyecto y comunicar sobre él, para justificar una subvención o una donación, para elaborar informes, para motivar a equipos de trabajo e inversores, para tener un lenguaje común, o para ayudar en la selección de inversores. En este sentido, la medición de impacto es un proceso de aprendizaje. Los inversores también lo consideran una prioridad porque les permite hacer el seguimiento del desarrollo de un proyecto y asegurar sus resultados.

<sup>4</sup> Center for social impact, «About social impact», <http://www.csi.edu.au/about-social/>.

<sup>5</sup> Ministerio de Asuntos Exteriores, Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica. Metodología de evaluación de la Cooperación Española, <http://www.mae.es/NR/rdonlyres/9C92457B-BF3D-4A6A-AD9D-D4DB9965B94F/0/Metodologiadeevaluaciónlcompleto.pdf> Madrid, 2001.

# Algunas de las preguntas que surgen al principio del proceso son:

- ¿Cómo afecta el proyecto o programa a los destinatarios finales?
- ¿Las mejoras son un resultado directo del proyecto/programa o hubieran tenido lugar de todas formas?
- ¿Se puede rediseñar el programa para mejorar sus efectos?
- ¿La intervención está produciendo los efectos esperados?
- ¿Se han empleado los recursos eficientemente? ¿Los gastos están justificados?

El proceso de medición de impacto puede parecer complicado para una empresa social. Por un lado, porque hay una amplia variedad de metodologías y, por otro lado, porque no hay un consenso sobre la metodología más adecuada.

Por esta razón, la Comisión Europea, a través de un subgrupo de expertos, el GECES, y en colaboración con la EVPA (Asociación Europea de Filantropía Empresarial), ha desarrollado una metodología, un marco lógico que tanto los inversores sociales como las empresas sociales pueden utilizar.

Este marco lógico puede ser complementado por otras metodologías y permite estructurar la medición de impacto.

El marco lógico elaborado por el GECES y la EVPA sigue cinco pasos que dan estructura a la medición de impacto desde el establecimiento de los objetivos al reporting. Estos cinco pasos son: establecimiento de objetivos, análisis de las partes interesadas, medición, verificación y evaluación del impacto, seguimiento y reporting.

### 1 Establecimiento de objetivos

“Cuanto más específicos sean los objetivos, mejor preparada estará la medición de impacto.”<sup>6</sup>

El primer paso, y quizás el más importante para una organización, es el establecimiento de sus objetivos.

Este ejercicio requiere que conozcamos los objetivos de la organización de manera clara.

Hacerse algunas preguntas puede ayudarnos a especificar los objetivos de la organización:

- ¿A qué problema social quiere dar solución el proyecto? ¿Qué parte de la población se ve afectada?
- La respuesta debería incluir información tanto sobre la naturaleza y la magnitud del problema como detalles de la población objetivo.
- ¿Cómo alcanzar los objetivos?
- ¿Qué quiere lograr tu organización con este proyecto social para considerar que sus acciones han tenido éxito?

---

<sup>6</sup> European Venture Philanthropy Association, «A practical guide to measuring and managing impact», abril 2013, 124p.

El segundo paso es el análisis de las partes interesadas para entender su rol en el proyecto y su posible contribución a la recogida de datos. Hay que aclarar su nivel de implicación, su posible impacto en el proyecto, su contribución al proceso de medición de impacto, y sus expectativas.

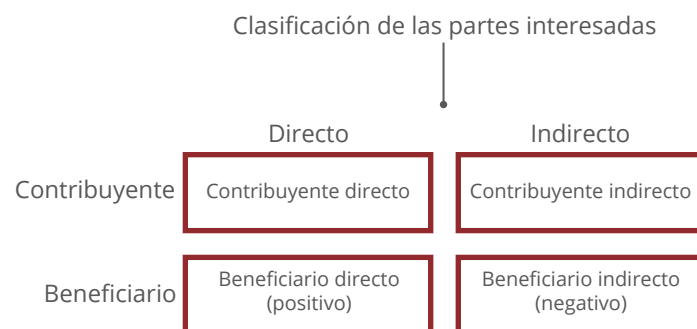
Hay que identificar a aquellos que reciben algo del programa, quiénes están dando qué y de qué manera lo están haciendo.

Cada proyecto se concentra en un grupo destinatario y hay que definir sus miembros y sus características (área geográfica, nivel de educación, situación económica, retos a los que se enfrentan, capacidades y puntos fuertes).

Hay dos tipos de partes interesadas: los beneficiarios y los contribuyentes. Los beneficiarios son las personas, comunidades, la sociedad en su conjunto y el entorno que una organización quiere alcanzar a través de sus actividades. Los beneficiarios pueden verse afectados de manera positiva o negativa por las actividades de la organización.

Los contribuyentes son las personas, comunidades, la sociedad en su conjunto y el entorno que favorece que la organización lleve a cabo sus actividades. Los contribuyentes pueden incrementar o reducir el efecto de las actividades de la organización <sup>7</sup>.

Ambos grupos pueden ser público directo (la mayoría del tiempo, este es el grupo destinatario) o público indirecto. Forman el público indirecto aquellos que están en el entorno directo del grupo destinatario. A menudo, estas personas ayudan de forma directa al grupo destinatario y contribuyen entonces al éxito del programa.



<sup>7</sup>European Venture Philanthropy Association, op.cit. p.40.

# 3 Medición

El marco lógico usa la Teoría del Cambio (TdC) como cadena de valor del impacto. La TdC es una descripción específica y cuantificable de una iniciativa de cambio social que constituye la base para la planificación estratégica, la toma de decisiones y la evaluación. La TdC define todos los componentes necesarios para conseguir un objetivo específico a largo plazo. Este conjunto de elementos conectados llamados inputs, outputs, resultados e impacto se representa en un mapa denominado ruta del cambio/marco del cambio<sup>8</sup>. Una vez que hayamos definido la forma más apropiada de efectuar la medición para revelar el cambio y los impactos alcanzados, debemos conseguir el acuerdo de las principales partes interesadas.

La TdC permite encontrar una relación lineal entre inputs, actividades, outputs, resultados e impacto. A través de los diferentes indicadores es posible evaluar los resultados como cambios derivados de la actividad.

La TdC ofrece varios beneficios, entre ellos, permite: ver el progreso a través de la cadena de coincidencias con productos, resultados e impactos de un proyecto; tener una concepción clara, lógica y estratégica del proyecto; establecer efectos a corto y largo plazo; facilitar la gestión y la evaluación de riesgos; identificar y desarrollar los planes de seguimiento necesarios; e involucrar a las partes interesadas.

## PLANIFICAR UNA MEDIDA EFICIENTE

Para poder planificar una medida eficiente es importante distinguir inputs, actividades/outputs, resultados e impacto. La distinción nos ayudará a diseñar la cadena de valor del impacto.

### Definición de los elementos de la cadena de valor del impacto

**Inputs:** todos los recursos, ya sean humanos o materiales, invertidos en actividades de la organización.

**Actividades:** las acciones concretas, tareas y trabajo llevado a cabo por la organización para crear outputs y resultados y alcanzar sus objetivos.

**Outputs:** los productos tangibles y servicios derivados de las actividades de la organización.

**Resultados:** los cambios, beneficios, capacidades desarrolladas y otros efectos (tanto a corto como a largo plazo) derivados de las actividades de la organización.

**Impact Social:** la atribución de las actividades de una organización a resultados más amplios y a largo plazo.

<sup>8</sup>Zigla Consultores, «Guía de aplicación de SROI»,

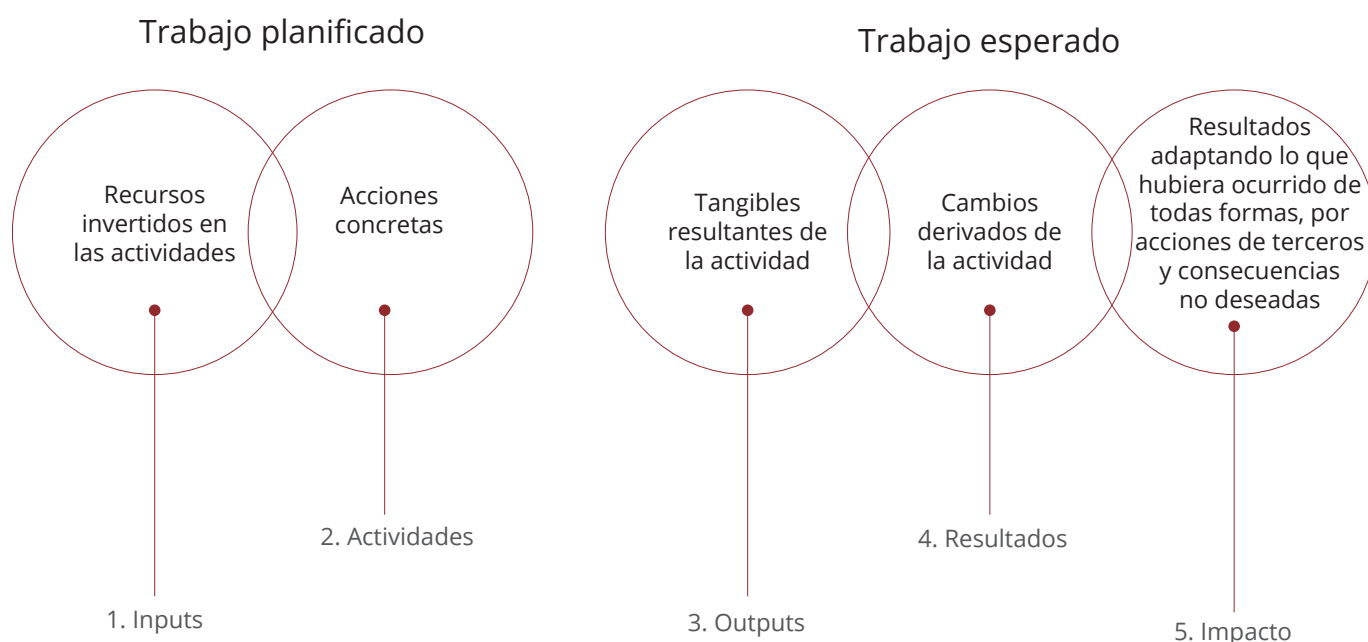
[http://www.mapa.ziglaconsultores.com/sites/default/files/ZIGLA\\_GUIA\\_SROI\\_2010.pdf](http://www.mapa.ziglaconsultores.com/sites/default/files/ZIGLA_GUIA_SROI_2010.pdf)  
marzo 2010.



No hay que olvidar que para calcular el impacto neto tendremos que tener en cuenta cinco factores: **peso muerto** (lo que hubiera ocurrido de todas maneras), **atribución** (la proporción de los cambios observados que puede atribuirse directamente a la organización), **caída** (la proporción previsible de los resultados de la intervención que se verán reducidos con el tiempo), **desplazamiento** (la magnitud de desplazamiento de la situación original o consecuencias que han eliminado otros posibles resultados positivos), y consecuencias no deseadas o **consecuencias inesperadas** (efectos, que pueden ser positivos o negativos, que resultan de las actividades de la organización, pero que no son parte de los efectos buscados) <sup>9</sup>. No existe una metodología que no sea costosa o que requiera poco tiempo para calcular estos factores. Por esta razón, sugerimos señalar otros programas o iniciativas que podrían haber contribuido, cuales pueden ser los efectos negativos o qué elementos pueden incrementar o reducir el impacto <sup>10</sup>.

Una vez que hemos diferenciado los componentes, ya podemos diseñar la cadena de valor del impacto.

### La cadena de valor del impacto <sup>11</sup>



Para poder medir cada categoría (inputs, actividades/outputs, resultados, impacto), tendremos que usar indicadores. Para ello, identificaremos diferentes niveles de indicadores, lo que nos ayudará a reconocer su función y uso.

<sup>9</sup> European Venture Philanthropy Association, op.cit. p.10.

<sup>10</sup> European Venture Philanthropy Association, op.cit. p.46.

<sup>11</sup> European Venture Philanthropy Association, op.cit. p.9.

## Los niveles de indicadores <sup>12</sup>

<b>PRODUCTO</b>	Indicadores operativos, útiles para la gestión. Los productos pueden ser medidos por sí mismos y servir como indicadores.
<b>RESULTADO</b>	Indicadores que sirven para determinar si un cambio ocurre durante el desarrollo del proyecto.
<b>IMPACTO</b>	Indicadores que describen cambios en las vidas de las personas y en las condiciones de desarrollo a nivel global, regional, nacional y local.

Un “buen” indicador deber estar alineado con la misión de la organización y debe ser SMART. Es preferible tener más de un indicador, lo ideal son dos o tres.

## Características de un buen indicador <sup>13</sup>

<b>ESPECIFICO</b>	Debe ser claro e inequívoco.
<b>MEDIBLE</b>	Cuantificable: debe expresar si el impacto ha sido alcanzado o no.
<b>ALCANZABLE</b>	Los objetivos de impacto deben ser aceptados y apoyados por las personas interesadas.
<b>REALISTA</b>	Debe ser posible alcanzar los objetivos de impacto a través del proyecto.
<b>TIEMPO</b>	Hay que intentar establecer un marco temporal en el que los objetivos «deben» ser alcanzados.

---

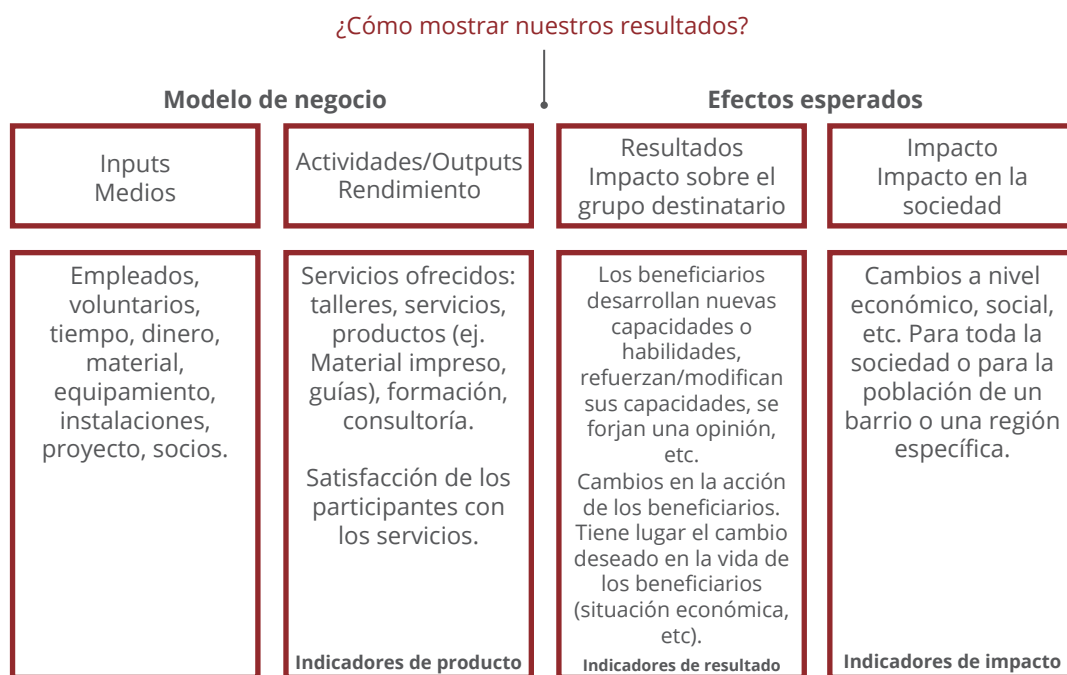
<sup>12</sup> Zigla Consultores, «Guía de aplicación de SROI»,  
[http://www.mapa.ziglaconsultores.com/sites/default/files/ZIGLA\\_GUIA\\_SROI\\_2010.pdf](http://www.mapa.ziglaconsultores.com/sites/default/files/ZIGLA_GUIA_SROI_2010.pdf) march 2010.

<sup>13</sup> Fundación Bertelsmann, «¿Cómo hacer proyectos sociales con impacto?», Barcelona, 2015, p.40.

Según el GECES, **no hay un único conjunto de indicadores para medir el impacto social.** Esto se debe a que <sup>14</sup>:

- Hay una importante variedad de impactos sociales y no hay una metodología capaz de agrupar todo tipo de impactos de manera justa y objetiva.
- Mientras que existen algunos indicadores cuantitativos usados comúnmente, a menudo éstos no consiguen recoger los aspectos cualitativos esenciales, o al contrario, al intentar enfatizar el análisis cuantitativo pueden tergiversar o infravalorar el análisis cualitativo que los sustenta.
- De acuerdo con el carácter intensivo de la medición de impacto y la evaluación precisa, se requiere dedicar cierto tiempo y un grado de precisión acorde y proporcional al tamaño y a los recursos de la empresa.
- Hay una amplia variedad de empresas sociales, cada cual con objetivos y actividades específicos, haciendo más difícil conseguir comparabilidad entre las actividades usando indicadores comunes.
- La medición de impacto, y en realidad el mundo de la empresa social, ha evolucionado muy rápidamente, haciendo que sea difícil atenerse a ninguna referencia más allá de unos pocos años.

Recomendamos encarecidamente que cada uno elabore su propio conjunto de indicadores y que luego lo complete con indicadores recogidos de repositorios como la base de datos IRIS <sup>15</sup> o WikiVOIS <sup>16</sup>.



<sup>14</sup> European Commission, «GECES subgroup on social impact measurement», [http://ec.europa.eu/internal\\_market/social\\_business/docs/expert-group/20131128-summary-impact-measurement-subgroup\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/expert-group/20131128-summary-impact-measurement-subgroup_en.pdf) Bruselas, noviembre 2013.

<sup>15</sup> IRIS metrics database, <https://iris.thegiin.org/metrics>.

<sup>16</sup> WikiVOIS, <http://www.communityhowto.com/tools/measure-outcomes-impact/measure-outcomes>.

## ¿Cómo recoger información <sup>17</sup>

### Entrevistas estructuradas basadas en cuestionarios

Después de definir los indicadores se puede empezar a diseñar la estructura del cuestionario.

En general, se trata de cuestionarios administrados verbalmente en los que se recorre la lista de preguntas predeterminadas, con poca o ninguna variación y sin margen para hacer preguntas complementarias o más elaboradas.

Este tipo de entrevista es relativamente rápida y fácil de gestionar.

### Entrevistas no estructuradas

Entrevistas realizadas sin estructura, una manera indirecta de conseguir información de una persona al tiempo.

Normalmente exigen dedicar mucho tiempo (a menudo varias horas) y son difíciles de gestionar.

### Entrevistas semi-estructuradas

Están formadas por varias preguntas clave que ayudan a definir las áreas de exploración, pero también permiten al entrevistador o al entrevistado desviarse con una idea o dar una respuesta más detallada.

Permiten encontrar y elaborar información que es importante para los participantes y que puede que no haya sido tenida en cuenta por el equipo de investigación.

### Grupo de referencia

Investigación colectiva que tiene lugar en grupo y se concentra en un tema específico.

Se concentra en la diversidad y la variedad de actitudes, experiencias y creencias de los participantes.

Se desarrolla en un período relativamente corto de tiempo.

### Observación participativa

Investigación que requiere varios métodos bien definidos, aunque variables: entrevistas informales, observación directa, participación en la vida del grupo, discusiones colectivas, análisis de documentos personales facilitados desde el grupo, o autoanálisis.

### Investigación documental

La documentación interna y externa contiene información importante para el análisis de impacto. Los documentos internos incluyen proyectos, informes y diseño de protocolos. Estos documentos ofrecen información sobre el planteamiento del proyecto, sus objetivos, resultados y modificaciones hechas durante su desarrollo. También es un buen punto de partida para elaborar las preguntas del proceso de evaluación.

Los documentos externos abarcan estudios, encuestas o estadísticas. Ofrecen información particularmente interesante para las necesidades de los análisis del entorno (datos sobre el tamaño y la importancia de un fenómeno) y pueden servir de referencia.

---

<sup>17</sup> P. Gill, K. Stewart, E. Treasure, B. Chadwick, "Methods of data collection in qualitative research: interviews and focus groups", British Dental Journal, Vol. 204, 2008, p. 291 - 295.

## 4 Verificación y evaluación del impacto

Una vez que hemos establecido los objetivos y seleccionado resultados e indicadores pertinentes, necesitamos saber si estamos alcanzando el cambio deseado y los objetivos, y en qué medida. Para lograr esto, podemos usar diferentes metodologías de verificación. Entre ellas se encuentran las siguientes: la investigación documental (para confirmar tendencias que la organización ha detectado a través de los indicadores de resultados), el análisis por comparación (comparar la información de la organización con información de otras organizaciones comparables, que actúan en zonas geográficas similares, en cuestiones similares, y ver los resultados pasados), y las entrevistas/grupos de referencia (preguntar a las partes interesadas acerca de los resultados de la intervención). Este ejercicio nos permitirá “afinar los resultados esperados y los indicadores asociados, creando un circuito de retroalimentación positiva en el procedimiento de medición de impacto y gestionar de manera eficiente el impacto <sup>18</sup>.”

Este cuarto paso, idealmente, debe realizarse en diferentes fases del proyecto: al principio (siguiendo el principio de due diligence, o cautela requerida), al menos una vez durante el proyecto (para comprobar que el impacto se alcanza y es valorado), y otra vez al final del proyecto (para comprobar que el impacto buscado se ha conseguido y tiene sentido).

El segundo paso del proceso es cuantificar el valor creado. La valoración tiene que ser coherente con lo que estamos buscando y con los recursos de los que disponemos para hacerlos posible. Para ello, podemos usar la metodología que consideremos más relevante. Hay dos tipos de métodos: cualitativo y cuantitativo. Entre los métodos cualitativos se encuentra el storytelling (descripción de los resultados alcanzados por una intervención desde el punto de vista de una de las partes interesadas) y la encuesta sobre la satisfacción de los clientes (a través de entrevistas directas/online, grupos de referencia...). Los métodos cuantitativos representan dos técnicas: el valor percibido (la evaluación de cuánto se está dispuestos a pagar y aceptar) y el ahorro de costes (prevention costs method, travel cost method, hedonic pricing model, the Quality Adjusted Life Years). Debemos tener en cuenta que los métodos cuantitativos son en general más costosos y requieren más tiempo.

Existe una larga lista de herramientas de evaluación, de las cuales mencionamos algunas en este manual, pero que no describiremos en detalle. En el siguiente enlace se muestra una descripción exhaustiva

[http://www.oltventure.com/wp-content/uploads/2015/05/EVPA\\_A\\_Practical\\_Guide\\_to\\_Measuring\\_and\\_Managing\\_Impact\\_final.pdf](http://www.oltventure.com/wp-content/uploads/2015/05/EVPA_A_Practical_Guide_to_Measuring_and_Managing_Impact_final.pdf).

---

<sup>18</sup> European Venture Philanthropy Association, op.cit p. 66.

# 5 Seguimiento y reporte

Una vez que una organización ha decidido qué indicadores serán medidos y verificados, y que éstos tienen sentido para las principales partes interesadas, hay que empezar a recoger información de manera sistemática <sup>19</sup>. El objetivo principal del seguimiento o monitoring es dar continuidad a la implementación y a los resultados del proceso. Nos permite analizar el desarrollo de las actividades previstas para optimizar procedimientos, medir los resultados de la implementación, analizar los logros y los fracasos detectados, a la vez que identificamos cambios que pueden generar mejores resultados.

El seguimiento consiste en la evaluación de los resultados o impactos logrados a través de las actividades de nuestra organización. Estrategias e intervenciones pueden verse modificadas a raíz de los resultados del proceso de seguimiento.

El reporte es el último paso del proceso de medición de impacto. Es importante como herramienta de comunicación para las partes interesadas y el público en general. Existen distintas maneras de elaborar ese informe. Sin embargo, debe incluir:

- Explicación del procedimiento (descripción de los 5 pasos)
- Explicación de los efectos de la intervención (resultados, beneficiarios identificados, deadweight, desarrollo y drop-off)
- Explicación de la forma en que la actividad ha provocado o contribuido a alcanzar los resultados e impactos deseados.
- Identificación de terceros que hayan contribuido a la realización real de esos resultados e impactos, explicando cómo han contribuido (asignación alternativa)
- Identificación de las partes interesadas y de sus intereses
- Explicación de la selección de indicadores para los impactos identificados; identificación de la relación del indicador con el impacto, y a la vez, con las necesidades e intereses de las partes interesadas, y cómo éstos han sido acordados en consenso con las partes interesadas. <sup>20</sup>.

Por ejemplo, el Social Reporting Standard (SRS) <sup>21</sup> recomienda la elaboración de un informe al año y sugiere la presentación de los resultados de impacto de la manera que sigue:

1. Problema que queremos solucionar
2. Magnitud del problema
3. Contribución de la organización a la solución e impacto esperado
4. Impacto social real (recursos utilizados (input), trabajo realizado (output), impacto (incl. resultados)
5. Planificación y previsión
6. Organización

<sup>19</sup> European Venture Philanthropy Association, op.cit p. 66.

<sup>20</sup> European Commission, «GECES subgroup on social impact measurement», [http://ec.europa.eu/internal\\_market/social\\_business/docs/expert-group/20131128-summary-impact-measurement-subgroup\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/expert-group/20131128-summary-impact-measurement-subgroup_en.pdf) Bruselas, noviembre 2013.

<sup>21</sup> Auridis, BonVenture, Phineo, Ashoka, "Social Reporting Standard", <http://srs.aufbau-server.de/en>.

## ESTUDIOS DE CASOS



A continuación presentamos varios estudios de casos:

**Impact Arts Craft Café:**

<http://1068899683.n263075.test.prositehosting.co.uk/wp-content/uploads/2013/03/Craft-Cafe-SROI-FINAL-REVISED-v2-1.pdf>

**Social Return on Investment (SROI) Análisis de Greenlink, un proyecto de cooperación gestionado por Central Scotland Forest Trust (CSFT):**

<http://1068899683.n263075.test.prositehosting.co.uk/wp-content/uploads/2013/04/Greenlink-SROI-Final-report-5-October-2009.pdf>

**Proyecto Rooftop Garden:**

[http://www.sibgroup.org.uk/fileadmin/tsib\\_users/Resources/Measuring\\_your\\_social\\_impact\\_case\\_study.pdf](http://www.sibgroup.org.uk/fileadmin/tsib_users/Resources/Measuring_your_social_impact_case_study.pdf)

**Estudios de casos de la EVPA:**

[http://www.oltreventure.com/wp-content/uploads/2015/05/EVPA\\_A\\_Practical\\_Guide\\_to\\_Measuring\\_and\\_Managing\\_Impact\\_final.pdf](http://www.oltreventure.com/wp-content/uploads/2015/05/EVPA_A_Practical_Guide_to_Measuring_and_Managing_Impact_final.pdf)

## CONCLUSIÓN



Hoy en día, la medición de impacto social es una prioridad para organizaciones e inversores sociales. Sin embargo, debido a la amplia variedad de impactos y de empresas sociales, no existe una metodología única para medirlo. El marco lógico diseñado por el GECES y la EVPA sirven de herramienta común para la planificación de la medición y como proceso de aprendizaje. Este instrumento permite a las empresas sociales utilizar la metodología más apropiada en el momento de valorar su impacto con el consentimiento de las partes interesadas.

Según la empresa social y sus recursos humanos y materiales, el proceso de medición de impacto será más o menos complicado. Sin embargo, los primeros pasos son fundamentales pero no requieren una fuerte inversión económica. Además de facilitar la planificación de la medición de impacto, pueden contribuir al diseño de nuestro modelo de negocio y a la coherencia de nuestras actividades dentro del objetivo de la organización.

## BIBLIOGRAFÍA

---

Auridis, BonVenture, Phineo, Ashoka, "Social Reporting Standard", <http://srs.aufbau-server.de/en>.

Center for social impact, «About social impact», <http://www.csi.edu.au/about-social/>.

CEPAL, Evaluación de impacto, Curso/Taller, [http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto\\_rbbcproy.pdf](http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto_rbbcproy.pdf), Santiago, noviembre 2009.

Comisión Europea, «GECES subgroup on social impact measurement», [http://ec.europa.eu/internal\\_market/social\\_business/docs/expert-group/20131128-summary-impact-measurement-subgroup\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/expert-group/20131128-summary-impact-measurement-subgroup_en.pdf), Bruselas, noviembre 2013.

European Venture Philantropy Association, «A practical guide to measuring and managing impact», Abril 2013, 124p.

Fundación Bertelsmann, «¿Cómo hacer proyectos sociales con impacto?», Barcelona, 2015, 158p.

P. Gill, K. Stewart, E. Treasure, B. Chadwick, "Methods of data collection in qualitative research: interviews and focus groups", British Dental Journal, Vol. 204, 2008, p. 291 - 295.

Revue Interdépendance, «Mesurer l'impact social: un défi majeur pour l'entreprise sociale», <http://www.economie-avenir.com/finance-responsible/mesurer-limpact-social-un-defi-majeur-pour-lentreprise-sociale-interdependances/>, agosto 2012.

Saw-be, «Evaluation de l'impact social: de quelques clarifications et craintes», 2014, [http://www.saw-b.be/spip/IMG/pdf/a1406evaluation\\_impact\\_social\\_web.pdf](http://www.saw-b.be/spip/IMG/pdf/a1406evaluation_impact_social_web.pdf).

Zigla Consultores, «Guía de aplicación de SROI», [http://www.mapa.ziglaconsultores.com/sites/default/files/ZIGLA\\_GUIA\\_SROI\\_2010.pdf](http://www.mapa.ziglaconsultores.com/sites/default/files/ZIGLA_GUIA_SROI_2010.pdf), marzo ffff2010.