

Um SROI de 3:1 indica que cada euro (1 €) investido produz três euros (3€) de valor social

A análise do impacto social da atividade da sua organização permite-lhe não só apresentar resultados junto dos atuais e potenciais investidores, mas também analisar e ajustar estratégias e métodos de gestão.

A Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES) e a Fundação Montepio promoveram este ano o Programa Impacto Social que envolveu um conjunto diversificado de organizações que, depois de um exaustivo trabalho de campo e de análise, puderam apresentar os resultados da análise *Social Return on Investment* (SROI). No final, as conclusões diversificadas permitiram reforçar estratégias e apontar caminhos alternativos ou complementares.

A metodologia do *Social Return on Investment* integra quatro passos, alguns mais complexos que outros. No final desta Academia apresentamos-lhe exemplos dos resultados de organizações que já implementaram esta prática.

INTRODUÇÃO

O valor social produzido pelas organizações do setor social não é habitualmente mensurado. As metodologias de avaliação são complexas e o próprio setor não tem esse hábito enraizado. Mas este panorama tem obrigatoriamente que mudar. O que começa já a acontecer. As instituições precisam igualmente de inovar, ser bem geridas e demonstrar o seu impacto, diferenciando-se dos seus pares, à semelhança do que acontece no mundo empresarial.

As organizações da economia social precisam de avaliar o impacto social das suas ações no terreno. A metodologia indicada é a análise do retorno social do investimento (SROI). Esta metodologia é divulgada internacionalmente pela *SROI Network*. Em Portugal existem diversas entidades de consultadoria que ajudam as organizações a adotar a metodologia.

O QUE É O SROI?

“O índice SROI é um rácio entre o valor atual líquido dos benefícios e o valor atual líquido do investimento”, explica a *4Change*, consultora em impacto social, que introduziu a metodologia em Portugal. O SROI compara o valor gerado por uma intervenção – benefícios – com a despesa necessária – investimento – para o obter. O exemplo mais utilizado é o seguinte: um SROI de 3:1 indica que, por cada euro investido, são produzidos três euros de valor social.

Este indicador permite calcular o retorno do investimento em projetos sociais e, deste modo, medir e reportar o valor social, ambiental e económico gerado pela sua intervenção. Os objetivos sociais são traduzidos em medidas financeiras e não financeiras o que possibilita uma visão global dos custos

e benefícios de uma organização. Ou seja, permite saber qual o investimento necessário para obter determinado benefício. Através deste indicador as organizações do setor social podem medir resultados e ajustar estratégias futuras, ao mesmo tempo que concedem aos investidores um instrumento concreto para selecionarem os projetos a apoiar.

PARA QUÊ AVALIAR O IMPACTO SOCIAL DAS SUAS AÇÕES?

Os resultados da implementação da metodologia SROI são verificados por organizações independentes que atestam o desempenho e validam o cumprimento de objetivos. A metodologia baseia-se em princípios contabilísticos geralmente aceites (SGAAP) e ajuda a gerir e a compreender os resultados sociais, económicos e ambientais criados pela atividade ou organização.

Vantagens:

Para as organizações do terceiro setor: É uma ferramenta de gestão e de diferenciação nas candidaturas a programas ou financiamentos.

Para os investidores sociais: Permite avaliar e selecionar os projetos com maior potencial de impacto.

OS PRINCÍPIOS DO SROI

O SROI evoluiu a partir da análise custo-benefício e da contabilidade social. Baseia-se em sete princípios:

- Envolver os *stakeholders*;
- Compreender o que muda;
- Avaliar o que interessa;
- Focar em informações *core do projeto*
- Não alavancar os resultados;
- Ser transparente;
- Verificar o resultado.

PASSOS PARA IMPLEMENTAR A METODOLOGIA

O processo de implementação da metodologia SROI é complexo. A *4Change* recomenda o desenvolvimento da metodologia através de quatro etapas fundamentais:



- 1 - Mapear o impacto;
- 2 - Valorar os resultados;
- 3 - Determinar o impacto;
- 4 - Calcular o SROI.

A análise SROI é uma ferramenta de gestão e de diferenciação das organizações que prestam serviços na economia social. No final da análise, a organização está em condições de melhorar o seu impacto e de o partilhar com os seus *stakeholders*, incluindo naturalmente os financiadores.

1 - Mapear o impacto

Definir detalhadamente os parâmetros de análise e envolvimento dos *stakeholders* para pormenorizar os resultados relevantes. Os parâmetros são estabelecidos num plano geral da análise que contempla: o âmbito, os recursos necessários (equipa, capital e tempo) e o cronograma.

Segundo a *4Change*, uma vez selecionados os *stakeholders*, importa apurar quais são os seus objetivos relativamente à intervenção em causa e que mudanças ou resultados são relevantes para a análise SROI.

Após a delimitação dos contornos de análise, é criada uma narrativa na qual se explica o trabalho da organização e os resultados apresentados, calculando o impacto que advém da intervenção da organização, tal como o valor social criado pela organização e que a análise SROI pretende apurar.

2 - Valorar os resultados

A *4Change* explica que nesta etapa "é atribuído valor financeiro aos resultados da intervenção, a partir dos indicadores". Tendo em conta que um investidor social pode optar por financiar um projeto em detrimento de outro, importa poder medir e avaliar o desempenho de cada projeto. Um conjunto credível de indicadores é fundamental. É importante encontrar os "indicadores de mudança".

Na análise SROI todos os indicadores são monetizados, mesmo aqueles que não têm valor de mercado atribuído, como é o caso do tempo de lazer, a autoestima ou a qualidade do ar. Em casos de critérios subjetivos são aplicadas metodologias apropriadas e realizados testes de sensibilidade aos pressupostos de cada valor aproximado, explicam os consultores.

3 - Determinar o impacto

É na terceira etapa que se calcula o valor dos benefícios gerados pelo projeto ou organização. Os valores monetários atribuídos aos diferentes indicadores são somados. A este total são descontados fatores de compensação, tais como a proporção do resultado que teria acontecido independentemente da atividade em estudo, a proporção do resultado atribuível a terceiros ou as consequências negativas inesperadas. A *4Change* salienta que o processo de compensação é crucial para credibilizar a análise, porque aproxima o resultado do impacto efetivamente gerado pela intervenção em causa.

Com este valor pode passar-se ao cálculo do impacto propriamente dito, ou seja, a mudança gerada pela intervenção. É altura de calcular o Valor Atual Líquido (VAL), um indicador que "mostra o valor presente de pagamentos futuros, descontados a uma taxa de juros apropriada, menos o custo do investimento inicial. Se o VAL é superior a zero, estamos perante um projeto economicamente viável, uma vez que permite cobrir o investimento inicial, bem como a remuneração mínima eventualmente exigida por alguns investidores (taxa de desconto) e ainda gerar um excedente financeiro", explica a *4Change*.

4 - Calcular o SROI

Nesta fase, a organização está em condições de calcular o SROI da intervenção.

Depois de calculado o resultado é importante validá-lo, introduzindo variações para testar a resistência do modelo de análise.

Para que os investidores pesem o risco do investimento é ainda importante calcular o período de retorno (*payback*), ou seja, quando é que o valor dos benefícios gerados excede o do investimento.

RECURSOS

SROI Network: www.thesroinetwork.org

4Change: www.4change.org/

Guias SROI: <http://www.thesroinetwork.org/sroi-analysis/the-sroi-guide>

Social Return on Investment – for social investing: www.sroiproject.org.uk

Fundação Nova Economia: www.neweconomics.org

Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES):

<http://www.cases.pt/>

Fundação Montepio:

http://www.montepio.pt/SitePublico/pt_PT/institucional/grupo/fundacao-montepio.page

Programa Impacto Social:

<http://www.impactosocial.pt>