

## Inversiones de Impacto

### *Hacia un mercado social de capitales*

En las últimas décadas han confluído distintas corrientes que están cuestionando la manera tradicional de abordar la solución de los problemas sociales. Si bien las estructuras filantrópicas convencionales han conseguido importantes logros en la innovación de programas y en la atención a poblaciones o grupos desfavorecidos, la posibilidad de aumentar el impacto de estas acciones se encuentra muy limitada por la dificultad de acceder a una financiación estable y por descansar en modelos económicamente poco sostenibles. No parece que la actual configuración de las organizaciones sociales (fundaciones, asociaciones, ONG, etc.) permita abordar los desafíos sociales a una escala global. Si se quiere solucionar el problema de la falta de agua potable de una aldea en África, un proyecto de una ONG puede ser la solución. Igualmente, si lo que se pretende es incrementar los niveles de escolarización de una comunidad indígena en Latinoamérica, un programa de becas financiado por una fundación puede ser la respuesta más adecuada. Pero el desafío actual no se encuentra en solucionar casos aislados, siempre urgentes y necesarios, sino en desarrollar modelos y estructuras que sean capaces, por utilizar los ejemplos anteriores, de ofrecer una respuesta económicamente viable al problema de la carencia de acceso al agua potable de miles de millones de personas o a la falta de escolarización de millones de niños en las poblaciones del tercer mundo.

Algunos emprendedores sociales, así como filántropos procedentes del sector de las *punto com* y ciertas fundaciones patrimoniales de gran tradición en los Estados Unidos, han desarrollado en los últimos años algunos modelos denominados *híbridos* que tratan de combinar las mejores características del sector lucrativo y no lucrativo. Instituciones o iniciativas como el **Acumen Fund**, **Omydiar Network**, **Grassroots Business Fund** o **Social Venture Fund** constituyen algunos de los ejemplos más destacados de estas nuevas configuraciones institucionales que buscan emparejar las motivaciones sociales con la búsqueda de cierta rentabilidad económica y, al mismo tiempo, desarrollar enfoques económicamente más sostenibles para sus iniciativas sociales.

Este paulatino acercamiento de las organizaciones sociales a modelos más empresariales ha discurrido en paralelo a un mayor compromiso de la empresa con los problemas sociales y medioambientales. Cada vez cobra más fuerza la necesidad de redefinir la propuesta de creación de valor empresarial, tradicionalmente centrada en incrementar el valor del accionista, para incluir en la misma otros grupos de interés, así como la generación de bienes sociales y medioambientales. Las recientes teorías sobre la creación de valor compartido (*shared value*), elaboradas por **Porter** y **Kramer**, o los

llamados negocios con la base de la pirámide (BdP), estudiados por **C.K. Prahalad**, son algunas de las propuestas más recientes en este sentido. Los defensores del modelo de la BdP defienden que los pobres pueden ser clientes excelentes, y que el secreto está en que las empresas, mediante la innovación, desarrollen productos y servicios para los miles de millones de personas que se encuentran en la “base de la pirámide”. Entre los ejemplos más significativos se encuentran las “microfinanzas”, una tecnología crediticia, desarrollada en sus orígenes por algunas ONG, que ha conseguido hacer accesibles los productos financieros a los más pobres e interesar a la banca convencional y los fondos de inversión en esta nueva “industria”. En la actualidad existen ejemplos de negocios en la base de la pirámide prácticamente en todos los sectores: finanzas, alimentación, salud, energía, recursos naturales, etc.

Todas estas tendencias muestran el creciente interés por combinar los objetivos sociales y de rentabilidad, planteando a las organizaciones sociales importantes retos y oportunidades, tanto en el diseño de sus productos/proyectos como en la financiación de los mismos, si quieren conectar con estas nuevas sensibilidades que buscan conciliar las motivaciones financieras y los objetivos altruistas.

Entre los retos más importantes a los que se enfrentan los emprendedores e instituciones que impulsan iniciativas sociales se encuentra el **desarrollo de un mercado de capitales que facilite la financiación de sus propuestas y proyectos sociales**. Para que ese mercado social de capitales sea una realidad son muchas las barreras que superar y los interrogantes que responder. Entre las cuestiones más importante se encuentran las siguientes:

- ¿Qué cambios deben impulsar las organizaciones para atraer a los inversores sociales?
- ¿Qué características deben tener los productos de inversión para atraer a los inversores?
- ¿Cuáles son las áreas de investigación científica y estudio más interesantes en este campo? ¿Quién las está investigando? ¿Son las que interesan a los inversores? ¿Cómo se pueden incentivar?
- ¿Qué medidas legales –configuraciones jurídicas, incentivos, deducciones, etc.- podrían incentivar el desarrollo de un mercado más favorable a las inversiones sociales?
- ¿Cómo se podría estandarizar la información y los indicadores de impacto de las organizaciones sociales? ¿Qué tipo de información sobre el impacto social requieren los inversores?
- ¿Qué papel podrían jugar los filántropos y las grandes fundaciones patrimoniales en el desarrollo del mercado social de capitales?
- ¿Cómo se puede calcular el retorno social y financiero esperado de las inversiones sociales?

- ¿Cómo se pueden reducir los costes de transacción entre los inversores y las organizaciones sociales? ¿Por qué se han hecho tan pocos avances para reducir los costes de transacción?
- ¿Cómo pueden los intermediarios financieros facilitar este tipo de transacciones?
- ¿Cómo deben estructurarse los instrumentos y vehículos financieros para satisfacer las necesidades de los inversores y los beneficiarios?
- ¿Qué papel puede jugar la competencia entre los proveedores de servicios sociales y entre los intermediarios financieros?

Ninguna de estas preguntas puede contestarse aisladamente sin relación con el resto, ni tampoco puede abordarse la solución del problema sin una colaboración entre los diferentes actores implicados: público, privado y organizaciones del tercer sector. Cada vez existe un mayor consenso sobre **la necesidad de identificar y desarrollar ecosistemas que permitan abordar de manera integral los problemas sociales**. Sólo descubriendo las interconexiones entre las diferentes variables que afectan a los problemas sociales y coordinando los esfuerzos entre los diversos actores será posible diseñar una estrategia eficaz de cambio social e incrementar exponencialmente el impacto.

Con el fin de dar respuesta a estas cuestiones e impulsar una estrategia conjunta para el desarrollo y consolidación de un mercado social de capitales la Fundación Compromiso Empresarial e **IE University**, con el patrocinio del **BBVA**, han decidido impulsar la iniciativa ***Inversiones de Impacto. Hacia un Mercado Social de Capitales***. La finalidad principal de esta *iniciativa de impacto colectivo* es servir de catalizador para impulsar, compartir e integrar los esfuerzos dispersos de diferentes actores y organizaciones, procedentes del sector público, privado y tercer sector en el objetivo común de desarrollar un mercado social de capitales.

Para el lanzamiento de esta iniciativa hemos previsto organizar una primera reunión en el campus de Segovia de la IE University durante los días **27 y 28 de junio**. El objetivo de este primer encuentro consiste en elaborar conjuntamente con los asistentes una hoja de ruta que nos ayude a identificar las principales palancas (líneas de trabajo prioritarias en cada una de las áreas seleccionadas) que hay que impulsar conjuntamente entre los diferentes actores: proveedores de servicios sociales, inversores, las empresas, los legisladores y la universidad, para desarrollar un ecosistema que facilite la creación de mecanismos de financiación más eficientes para las iniciativas sociales.

Los participantes se distribuirán en equipos de trabajo ayudados por un facilitador con el fin de analizar cada una de las áreas críticas seleccionadas (Anexo 1) y proponer recomendaciones y objetivos para cada una de ellas. Cuatro semanas antes de la reunión se enviará a los participantes algunos artículos y material de interés para su lectura.

La Fundación Compromiso Empresarial cubrirá los gastos de alojamiento y manutención en Segovia durante los dos días. Los gastos de viaje correrán a cargo de cada uno de los asistentes. La confirmación de la asistencia realizarse mediante correo electrónico a la atención de Fuencisla Sanz Gómez ([fuencisla.sanz@ie.edu](mailto:fuencisla.sanz@ie.edu)).

## ANEXO 1

### GRUPOS DE TRABAJO POR TEMAS

#### 1. PRODUCTO / MERCADO

Una de las condiciones para impulsar el mercado social de capitales es saber si nos encontramos con una demanda real para este tipo de productos y, si es así, cuáles serían sus principales características. ¿Qué tipo de productos financieros son los más demandados? ¿En que sectores prioritarios? ¿Qué retornos cabe esperar? ¿En que plazos? ¿Qué potencial de crecimiento tienen los diferentes sectores? ¿Nos encontramos ante un nuevo tipo de activo financiero? ¿Qué papel juegan los diferentes actores en el desarrollo de productos y en la consolidación del mercado?

#### 2. PERFIL DE LOS INVERSORES E INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

Cada vez existe más evidencia de que está surgiendo un perfil de inversor que combina motivaciones del inversor tradicional y del donante. ¿Cuáles son las características de estos nuevos clientes? ¿Es posible segmentar a los inversores en función de sus intereses y expectativas? ¿Cuáles serían los canales más adecuados para captarlos? En cuanto a las instituciones intermediarias ¿Quiénes son? ¿Qué capacidades requieren? ¿Cómo pueden minimizarse los costes de transacción de este tipo de inversiones debido a la fragmentación del sector, el pequeño tamaño de las inversiones, la dispersión geográfica, etc.?

#### 3. METRICA Y EVALUACION DE IMPACTO

Para captar a los inversionistas las organizaciones sociales deben ser capaces de mostrar el impacto de sus proyectos y actividades. La ausencia de una métrica común y aceptada es una de las principales barreras para el desarrollo de este sector. No basta proporcionar a los inversores anécdotas o historias de vida de los beneficiarios; es preciso desarrollar indicadores cuantitativos y cualitativos universalmente y verificados por organizaciones independientes. ¿Es posible desarrollar un sistema de indicadores aceptado por todos? ¿Quién debe impulsarlo? ¿Cómo conseguir que se acepte por todos los actores implicados?

#### 4. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL

Un marco legal favorable a este tipo de inversiones contribuiría a incentivar el desarrollo de este mercado. ¿Qué tipo de incentivos fiscales serían los más aconsejables? ¿Qué otras modificaciones legislativas podrían ayudar a desarrollar este nuevo mercado? Cada vez surgen con más fuerza estructuras híbridas que van más allá de la distinción tradicional entre organizaciones lucrativas y no lucrativas. ¿Qué estructuras híbridas podrían impulsarse? ¿Cuáles son las más adecuadas de acuerdo con nuestro entorno? Por último, las organizaciones sociales receptoras de las inversiones deben transmitir con claridad al mercado una imagen de credibilidad, eficacia y transparencia. ¿Qué cambios organizativos contribuirían a aumentar la confianza de los inversores en las organizaciones sociales?