



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

**Análisis de la comunicación de las empresas sobre su
compromiso con el impacto y las herramientas que
emplean para realizar Corporate Impact Investing**

Autor: Carlota Álvarez-Cascos Gil

Director: José Luis Fernández Fernández

Madrid

Marzo, 2024

Resumen:

La inversión de impacto ha ganado relevancia dentro del ámbito de la inversión. Asimismo, las grandes corporaciones han querido tomar parte en este fenómeno, surgiendo así el denominado Corporate Impact Investing.

Este Trabajo de Fin de Grado pretende estudiar los instrumentos empleados por las empresas para llevar a cabo este tipo de inversión. Para ello, se analizará la forma en la que las empresas comunican tanto su compromiso con el impacto como la herramienta empleada, estudiando así el grado de accesibilidad para encontrarlo.

Los resultados señalan que existe una falta de comunicación por parte de las empresas con relación al Corporate Impact Investing. Además, destaca la falta de accesibilidad para encontrar la herramienta que utilizan. Por último, se observa una tendencia sectorial ante la comunicación de las empresas con su compromiso con el impacto.

Palabras clave: impacto, Corporate Impact Investing, herramienta, comunicación.

Abstract:

Impact Investing has gained relevance in the investment field. Furthermore, big companies have decided to join this phenomenon, creating Corporate Impact Investing.

The main aim of this investigation is to study the instruments employed by corporations to carry out this type of investment. To do so, this paper will analyze how companies communicate both their commitment to impact and the tools they use, examining the degree of accessibility to find them.

The results indicate a lack of communication from the companies regarding the practice of Corporate Impact Investing. The findings also highlight the lack of accessibility to the tools used by the corporations. Finally, a sectoral trend can be observed in the matter of communication of their commitment to impact.

Key words: impact, Corporate Impact Investment, ESG, tool and, communication.

Índice

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 4 |
| 1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA | 4 |
| 1.2. OBJETO DE ESTUDIO Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 4 |
| 1.3. METODOLOGÍA..... | 5 |
| 1.4. ESTRUCTURA DEL TRABAJO | 6 |
| 2. MARCO TEÓRICO | 6 |
| 2.1. INVERSIÓN DE IMPACTO | 6 |
| 2.1.1. Estrategias en el ámbito de la inversión | 7 |
| 2.1.2. Definición de la inversión de impacto..... | 9 |
| 2.1.3. Origen y desarrollo de la inversión de impacto..... | 10 |
| 2.1.4. Conceptos relacionados con la inversión de impacto..... | 10 |
| 2.1.5. Estrategias de las empresas que practican la inversión de impacto | 12 |
| 2.1.6. Ecosistema de la inversión de impacto..... | 15 |
| 2.1.7. Situación actual de la inversión de impacto | 20 |
| 2.2. CORPORATE IMPACT INVESTING | 20 |
| 2.2.1. Beneficios del Corporate Impact Investing | 21 |
| 2.2.3. Instrumentos para realizar Corporate Impact Investing | 21 |
| 2.2.4. Situación actual del Corporate Impact Investing | 23 |
| 3. ANÁLISIS DE CASOS DE ESTUDIO | 24 |
| 3.1. NESTLÉ | 27 |
| 3.2. REPSOL..... | 29 |
| 3.3. J&J..... | 33 |
| 4. RESULTADOS | 36 |
| 5. CONCLUSIÓN | 44 |
| 6. LIMITACIONES Y APORTACIONES CLAVE DE LA INVESTIGACIÓN | 44 |
| 7. BIBLIOGRAFÍA..... | 48 |
| ANEXO I: CLASIFICACIÓN POR EMPRESAS ACERCA DE LA COMUNICACIÓN CON EL COMPROMISO CON EL IMPACTO, LA HERRAMIENTA UTILIZADA Y LA ACCESIBILIDAD A LA MISMA..... | 53 |

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación del tema

La **inversión de impacto** es un fenómeno de reciente creación que ha experimentado un crecimiento notable. Al ser relativamente nueva, son muchas las posibilidades que se presentan de investigación. Además, dentro de Corporate Impact Investing, inversión de impacto realizada por grandes empresas, las herramientas utilizadas para realizar este tipo de inversión es un ámbito poco explorado. Así, con este Trabajo de Fin de Grado se pretende llevar a cabo una contribución teórica en este campo.

Por otra parte, el tema es de especial interés para el estudiante que realiza esta investigación. El alumno ha realizado varios cursos en materias como el **Emprendimiento Social** o la **Inversión de Impacto**. Además, ha trabajado como consultora pro-bono en un proyecto medioambiental. De hecho, el objetivo profesional de este estudiante es generar un impacto positivo en el mundo a través de la empresa lo que va perfectamente ligado al tema de este trabajo de investigación.

Otro de los motivos por los que se decidió llevar a cabo esta investigación es por el apoyo del fondo de inversión de impacto **Impact Bridge**. Este fondo es uno de los más prestigiosos en España en este ámbito y su ayuda supone un valor añadido a este Trabajo de Fin de Grado.

Por último, otra de las razones por las que se escogió este tema es porque va acorde con la **identidad de Comillas** ya que la universidad pretende formar líderes que sean capaces de tener un impacto positivo en la sociedad. Así, en este trabajo se muestran ejemplos de liderazgo transformacional que inspiran y motivan a otras empresas e individuos a involucrarse en proyectos que generen impacto.

1.2. Objeto de estudio y objetivos de la investigación

El objetivo principal del trabajo es estudiar cómo es la forma en la que la empresa comunica su compromiso con el impacto así como las herramientas que emplea para ello y la accesibilidad de las mismas.

Para lograr este objetivo primordial, este trabajo pretende lograr otros objetivos secundarios:

- **Estudiar la inversión de impacto:** su origen, su desarrollo, conceptos relacionados con este término, el ecosistema de la inversión de impacto y su situación actual.
- **Analizar el término Corporate Impact Investing** y profundizar en cómo participa el sector privado en los ODS, los beneficios que suponen para las empresas participar en este tipo de inversión y la situación actual de este fenómeno.
- **Estudiar la comunicación** de las empresas respecto a su **compromiso con el impacto**. Asimismo, analizar la accesibilidad para encontrar su herramienta para llevar a cabo impacto.
- **Investigar empresas que estén realizando Corporate Impact Investing** y los vehículos que utilizan. Así, se pretende comunicar ejemplos de empresas concretas que están generando impacto social o medioambiental.
- **Ilustrar la tendencia de las empresas** a contribuir a dar solución a problemas sociales y medio ambientales demostrando que su objetivo no es solo maximizar el beneficio, sino que también tienen otros de índole social o medioambiental.
- **Inspirar a empresas** que no estén interesadas en este tipo de inversión al mostrar los beneficios que esta tiene y cuáles son las formas de llevarla a cabo.

1.3. Metodología

Tras justificar la elección del tema y los objetivos perseguidos, en esta sección se explica la **metodología** elegida. Para elaborar el marco teórico se ha llevado a cabo una **revisión de la literatura disponible**. Esto consiste en analizar artículos académicos,

informes y otros documentos para contextualizar el tema e identificar las áreas que no han sido investigadas, con el fin de encontrar la pregunta de investigación.

Además, se ha utilizado la **metodología de estudio de casos** de Robert K. Yin (Yin, 2003). Esta metodología es **inductiva** puesto que se parte de casos particulares a través de los cuales se llega a conceptos generales. Además, es una investigación **cualitativa** lo que atiende a la pregunta de investigación que es de la misma naturaleza. Se estudiarán tres casos de empresas que lleven a cabo este tipo de inversión.

A lo largo del trabajo se han utilizado tanto **fuentes primarias** como **fuentes secundarias** ya que la utilización de ambas enriquece el trabajo de investigación, puesto que cada una tiene sus beneficios. Las fuentes primarias ofrecen una mayor fiabilidad porque contienen información original. Por otro lado, las fuentes secundarias permiten llevar a cabo un análisis comparativo entre ellas.

1.4. Estructura del trabajo

El trabajo se estructurará en **cinco partes**. En una primera parte de **introducción** se justifica el tema elegido, se exponen los objetivos y la metodología del trabajo. A continuación, en la segunda parte, el **marco teórico**, se explican los conceptos de inversión de impacto y de Corporate Impact Investing. En la tercera parte del trabajo se analizan varios **casos de estudio** sobre empresas que practican Corporate Impact Investing. Esto permitirá **analizar los resultados** de los casos estudiados. Por último, se expondrán las **conclusiones** del trabajo.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Inversión de Impacto

En este apartado se explicarán las **diferentes estrategias** dentro del ámbito de la inversión, especificando dónde se encuentra la inversión de impacto. Asimismo, se **definirá** el concepto de inversión e impacto, sus orígenes y conceptos relacionados con este término. Además, se especificarán las **estrategias** de las empresas que practican este tipo de inversión y los actores que intervienen. Finalmente, se expondrá la **situación actual** de la inversión de impacto.

2.1.1. Estrategias en el ámbito de la inversión

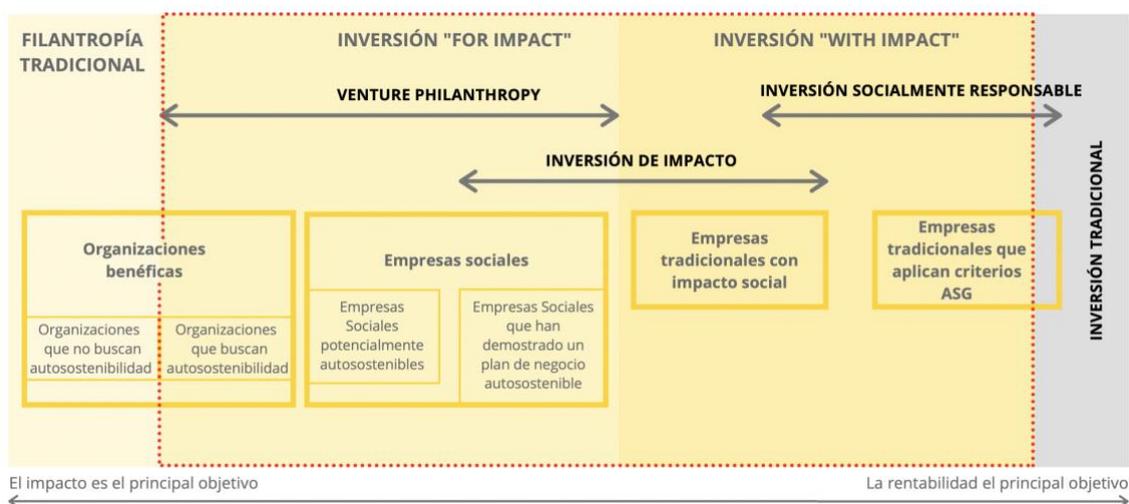


Figura 1: Estrategias dentro de la inversión de impacto. Fuente: Open Value (2022).

Antes de definir el término inversión de impacto es necesario introducir el ámbito de la inversión ya que se pueden distinguir varias “filosofías” de inversión (Open Value, 2022):

- **Filantropía tradicional:** se trata de la donación de dinero, bienes o servicios sin buscar un retorno financiero con la finalidad de solucionar problemas sociales o medioambientales. Ejemplo de ello serían las donaciones que se dan a un país cuando ha sufrido una catástrofe natural.

- **Inversión con propósito:** se refiere a las inversiones realizadas con el fin de generar un impacto positivo tanto social como medioambiental. Además, se pretende lograr una rentabilidad financiera. Las diferencias entre los tipos de inversión con propósito son un poco difusas y en Open Value siguen la siguiente clasificación:
 - o **Inversión For Impact, Impact First o Para el Impacto:** el objetivo principal es generar un impacto positivo a nivel social o medioambiental.
 - **Venture Philanthropy:** combina conceptos propios de la filantropía y del capital riesgo. La perspectiva es a largo plazo

con el objetivo de maximizar el impacto. Es posible que el inversor llegue a renunciar al retorno financiero. Un ejemplo concreto sería la Fundación Bill y Melinda Gates que invierten en proyectos priorizando el impacto (Gates Foundation, s.f.).

- **Inversión de Impacto:** existe la necesidad de obtener un retorno financiero. Sin embargo, a diferencia de la inversión con impacto, estas permiten que el retorno sea a largo plazo y no tan elevado. Patagonia es un ejemplo de una empresa que practica este tipo de inversión. A través de su programa *1% for the Planet* destina el 1% de sus ventas a la preservación y restauración del medio ambiente (Patagonia, s.f.).
- **Inversión With Impact o Con Impacto:** existe un doble objetivo: generar impacto y obtener una rentabilidad.
 - **Inversión de Impacto:** este tipo de inversiones se centran más en el impacto, aunque no renuncian a la rentabilidad. Un ejemplo de este tipo de inversión se puede ver en el Banco Sabadell que invirtió más de 1 millón de euros en fondos de inversión de impacto (Banco Sabadell, 2021).
 - **Inversión Socialmente Responsable:** este tipo de inversiones tienen el foco en el retorno financiero, aunque aplican, además de los criterios financieros, los criterios Ambientales Sociales y de Gobierno Corporativo (ASG). Cada vez son más los fondos que aplican estos criterios, BNP Paribas Asset Management lo hace.
- **Inversión tradicional:** se trata de la inversión convencional que se enfoca en obtener rendimientos financieros sin buscar de manera directa un impacto social o medioambiental positivo. Ejemplo de este tipo de

inversión sería la compra de una acción de INDITEX por parte de un particular.

Esta clasificación demuestra que la **inversión de impacto** es un término que se encuentra dentro de las inversiones con propósito pero que puede clasificarse en las inversiones para el impacto o en las inversiones con impacto. La utilización de un término u otro depende de la importancia que la empresa de al plazo de la inversión, corto o largo plazo, y de la cuantía del retorno que el inversor quiera obtener, priorizando así el impacto o la rentabilidad.

2.1.2. Definición de la inversión de impacto

La **inversión de impacto** surge como respuesta a la mayor concienciación por parte de la población por temas sociales y medioambientales. Así, se refiere a las inversiones realizadas con el fin de generar un impacto positivo tanto social como medioambiental. Además, se pretende lograr una rentabilidad financiera, aunque esta puede ser igual o menor a la rentabilidad del mercado (Open Value Foundation, 2022).

El Global Impact Investment Network (GIIN, s.f.), institución que lidera globalmente la inversión de impacto (<https://thegiin.org>), ha delimitado las características necesarias para que una inversión pueda ser considerada de impacto:

- **Intencionalidad:** se debe contribuir de manera intencionada a un impacto social o medioambiental positivo.
- **Uso de datos que evidencien el impacto:** estableciendo objetivos cuantificables.
- **Gestionar el rendimiento:** mitigando posibles riesgos.
- **Contribuir al crecimiento de la inversión de impacto:** fomentando la transparencia, compartiendo aprendizajes y utilizando las mismas métricas y términos de manera que se uniformice.

El Global Impact Investment Network (Hand et al., 2020) llevó a cabo un estudio sobre los **objetivos de rentabilidad financiera** esperados por los inversores de impacto. Este estudio demostró que el 67% buscaba rentabilidades semejantes a la tasa de mercado mientras que el 18% buscaba rentabilidades por debajo del mercado, pero más cercana a la tasa de mercado y el 15% restante también por debajo del mercado, pero cercanas a la preservación del capital.

Por último, los retos de la inversión de impacto según la opinión de los inversores en 2020 eran los siguientes:

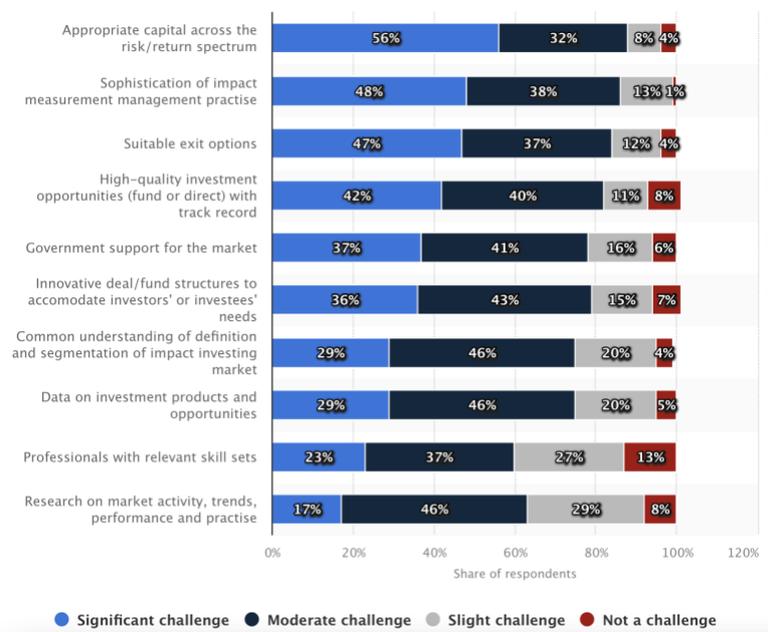


Figura 2: Investor's opinion on main challenges for the impact Investing industry worldwide in 2020. Fuente: Statista Research Department (2020).

2.1.3. Origen y desarrollo de la inversión de impacto

En el año 2007, **Bugg Levine**, Director de la Fundación Rockefeller, quiso unir la inversión con la filantropía de forma que se pudieran obtener retornos financieros a la vez que se pudieran solucionar problemas sociales o medioambientales. De esta forma se creó la **primera iniciativa** relacionada con la inversión de impacto: el Rockefeller Foundation's Impact Investing Initiative (Open Value Foundation, 2022).

2.1.4. Conceptos relacionados con la inversión de impacto

Para tratar el tema de la inversión de impacto es necesario definir una serie de conceptos como el desarrollo sostenible, los ODS, los criterios ASG, la Inversión

Socialmente Responsable, el emprendimiento social, o la Venture Philanthropy. Algunos de ellos ya han venido apareciendo en la exposición.

El término **desarrollo sostenible** fue definido por primera vez en el Informe Brundtland en 1987 encargado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas. Este concepto se basa en tres pilares: desarrollo económico, desarrollo social y protección del medio ambiente. Así, se define desarrollo sostenible como la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras de cubrir sus propias necesidades (Naciones Unidas, s.f.).

Con la finalidad de lograr ese desarrollo sostenible, la ONU creó en 2015 la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible. En esta aparecen detallados los 17 **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** que tratan temas muy diversos como el fin de la pobreza, la acción por el clima, la búsqueda de un trabajo decente, la reducción de las desigualdades o la promoción de la paz y la justicia (Naciones Unidas, s.f.).



Figura 3: Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Fuente: Unicef (s.f.)

Los **criterios Ambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo (ASG)** se utilizan en el ámbito de la inversión para valorar el efecto de esta actividad a nivel ético o de sostenibilidad (Pacto Mundial de las Naciones Unidas, s.f.):

- **Criterio ambiental:** su finalidad es preservar el medio ambiente poniendo el foco en asuntos como la emisión de carbono, la escasez de agua, la contaminación del aire, la deforestación, la eficiencia energética o la gestión de residuos.
- **Criterio social:** su objetivo es tener en consideración a las personas en asuntos como los derechos humanos, la inclusividad, la protección de datos o la satisfacción del cliente.
- **Criterio de Gobierno Corporativo:** hace referencia a la calidad de la estructura de trabajo en aspectos como la transparencia, el cumplimiento normativo o la calidad de la gestión.

Estos criterios son el reflejo de que el objetivo de las empresas ya **no es únicamente maximizar el beneficio**, sino que también tienen otros de índole social o medioambiental. De hecho, una encuesta de Georgeson, líder en comunicación y asesoramiento sobre los ASG, muestra que el 67% de los inversores institucionales consideran los criterios ASG en la toma de decisiones de su cartera (Georgeson, 2024).

El **emprendimiento social** es un concepto que se ha adquirido relevancia. A pesar de ello, no hay un consenso sobre qué engloba exactamente este término. Se podría definir como el conjunto de iniciativas privadas que, además de buscar el beneficio económico, tienen propósitos sociales o medio ambientales. Además, se someten a una verificación externa y abogan por la transparencia mediante la publicación de reportes (Open Value, 2022).

El **emprendimiento social** está estrechamente relacionado con la **inversión de impacto** puesto que el emprendedor social y el inversor de impacto trabajan conjuntamente. Los emprendedores crean la idea y la llevan a cabo. Por otro lado, los inversores ofrecen financiación y experiencia.

2.1.5. Estrategias de las empresas que practican la inversión de impacto

Sean Gilbert, Director de la Red de Inversores de GIIN, y Alonso Ortiz Galán, Director de Inversión de Impacto de GIIN, han determinado las estrategias que siguen las

empresas para llevar a cabo una inversión de impacto. Las empresas tienen que tomar una serie de **decisiones** para efectuar este tipo de inversión, entre ellas están la fuente de los activos, el equipo responsable de ejecutar la estrategia y la estrategia para desplegar los activos financieros (Gilbert y Galán, 2023).

Una de las decisiones que tiene que tomar una empresa es la **fuente de los activos**:

- **Fondo o asignación presupuestaria:** destinado específicamente a un propósito, en este caso, la inversión de impacto.
- **Capital que figura en el balance de la empresa:** puede usarse para diversas actividades por lo que no está limitado a una en específico.

A continuación, la empresa decidirá el **equipo responsable de ejecutar la** estrategia de inversión (Gilbert y Galán, 2023):

- **Departamento o equipo existente:**
 - o **Departamento específico:** el equipo pertenece a un departamento determinado como el departamento financiero o el de innovación.
 - o **Equipo interdepartamental:** el equipo pertenece a varios departamentos de tal forma que tienen unos conocimientos más amplios al aglutinar a personas de diferentes especialidades.
- **Departamento o equipo nuevo:** la empresa crea un nuevo departamento destinado específicamente a la inversión de impacto.

Independientemente de qué equipo lidere la estrategia, es importante remarcar que las empresas están empezando a necesitar desarrollar nuevos procesos de inversión y procesos organizativos para llevar a cabo la inversión de impacto.

En tercer lugar, las empresas tendrán que decidir qué estrategia seguir a la hora de asignar activos a la inversión de impacto. Existen varias alternativas que no son excluyentes entre sí (Gilbert y Galán, 2023):

- **Inversiones puntuales:** la empresa asigna parte de los fondos del balance para oportunidades de inversión de impacto. La mayoría de estas son a corto plazo. No obstante, también se dan inversiones a largo plazo que se caracterizan por ser menos líquidas. Todas ellas cumplen con los criterios financieros y de ASG.
- **Asignación de fondos a equipos internos para invertir en un fondo de impacto:** la empresa asigna un fondo específico, utilizando tanto fondos del balance como otros, a un equipo interno que se encarga de realizar inversiones de impacto. Estas inversiones suelen estar más relacionadas con el crecimiento a futuro del negocio. Además, suelen estar alineadas con la visión estratégica de la empresa. Algunas empresas establecen esos fondos de manera independiente y otras se alían con instituciones financieras como gestoras de activos.
- **Participación en fondos de terceros con responsabilidad limitada:** las empresas invierten capital para respaldar inversiones de impacto de fondos terceros. Estas inversiones suelen estar gestionadas por profesionales y los inversores respaldan financieramente esos fondos teniendo una responsabilidad limitada.
- **Respaldo técnico:** las empresas en este caso no aportan activos financieros, sino que técnicos. Pueden ayudar a los fondos proporcionando asistencia técnica, asesorándoles sobre cómo establecer incubadoras de emprendimiento u orientando a los fondos en los proyectos existentes. Así, han identificado una alternativa a la ayuda económica para contribuir con los fondos de impacto.

2.1.6. Ecosistema de la inversión de impacto

Los actores que intervienen en la inversión de impacto son (Open Value, 2022):

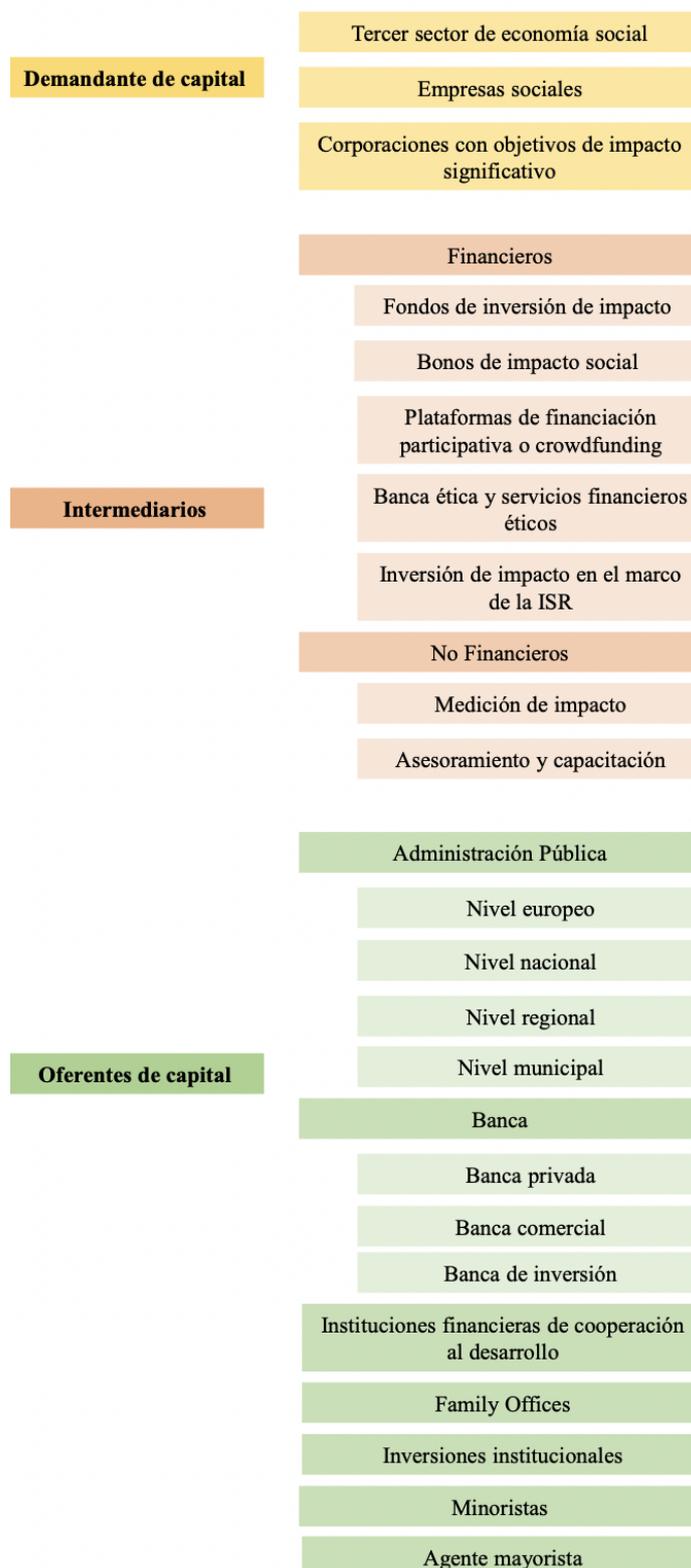


Figura 4: Actores que intervienen en la inversión de impacto. Fuente: Elaboración propia

- **Demandantes de capital:**
 - **Tercer sector de economía social:** se trata de entidades sin ánimo de lucro. Por ello, no reparten los beneficios, sino que se reinvierten en la misma entidad.
 - **Empresas sociales:** según la Unión Europea (UE) es una empresa cuya misión es social y tiene restricciones a la hora de distribuir los beneficios. Sin embargo, no existe un consenso en la definición de las empresas sociales ya que el G8 asume que este tipo de empresas no tienen ninguna restricción en la distribución de sus beneficios.
 - **Corporaciones con objetivos de impacto significativos:** las grandes corporaciones están adoptando estrategias de impacto para añadir valor a su actividad. Las estrategias más exitosas son aquellas que no solo contribuyen al bienestar social, sino que también fortalecen la empresa ya que favorecen el crecimiento del negocio, ayudan a captar y retener talento, e incorporan innovaciones significativas. Todo ello aumenta la rentabilidad de las empresas. Este actor de la inversión de impacto también se denomina **Corporate Impact Investing** y sobre él trata este Trabajo de Fin de Grado.

- **Intermediarios:** actúan como facilitadores en distintos ámbitos:
 - **Financieros:** su función es captar dinero, tanto de inversores públicos como privados, y canalizarlo hacia los demandantes de capital. Entre ellos se encuentran:
 - **Fondos de inversión de impacto:** el demandante es un inversor profesional. El ticket mínimo son 125.000€. En España destacan Impact Bridge (<https://www.impactbridge.com>), Arcano (<https://arcanopartners.com>), Global Social Impact

Investments (<https://globalsocialimpact.es/es/inicio/>) o Ship2B Ventures (<https://www.ship2bventures.com>).

- **Bonos de impacto social:** acuerdos entre una organización y el gobierno. Las organizaciones abordan problemas sociales o medioambientales y el gobierno se compromete a pagarles si cumplen con los objetivos. Los más conocidos en España son Inuit (<https://inuitfundacion.com>), Up Social (<https://upsocial.org/es>) o Creas un mundo con sentido (<https://creas.es>).
- **Plataformas de financiación participativa o crowdfunding:** democratizan la inversión de impacto permitiendo invertir con un ticket mínimo de 50€. En España operan La Bolsa Social (<https://www.bolsasocial.fund>), Ecrowd (<https://www.ecrowdinvest.com>), Microwd (<https://www.microwd.es>) o Fundeen (<https://www.fundeen.com>) entre otras.
- **Banca ética y servicios financieros éticos:** algunos bancos comienzan a ofrecer fondos de inversión o de pensiones de impacto. Entre ellos está Spainsif (<https://www.spainsif.es>), Triodos Bank (<https://www.triodos.es/es>) o Fiare Banca Ética (<https://www.fiarebancaetica.coop>).
- **Inversión de impacto en el marco de la Inversión Socialmente Responsable:** existen fondos que comienzan a incluir estándares propios de la Inversión Socialmente Responsable como los criterios ASG en su cartera de inversión. Ejemplo de ello sería Caixa Bank Asset Management (<https://www.caixabankassetmanagement.com>) o Alta Mar Capital Partners (<https://www.altamarcam.com/es/home-es/>).

- **No financieros:** se trata de apoyo técnico con el fin de ayudar a las empresas a conseguir sus objetivos tanto de rentabilidad como de impacto.
 - **Medición de impacto:** ayudan a establecer mecanismos para la gestión de impacto. Destaca Open Value (<https://www.openvaluefoundation.org/es/>), KSM (<https://www.ksmconsultores.com>), Fundación Codespa (<https://www.codespa.org>) o Impact 4 C (<https://impact4c.com>).
 - **Asesoramiento y capacitación:** asesoran a las empresas para lograr una mayor eficiencia. Open Value Foundation (<https://www.openvaluefoundation.org/es/>), Stone Soup (<https://stone-soup.net>) o Invenies (<https://www.invenies.eu/es/>) son ejemplos de ello.

- **Oferentes de capital:** las principales actores son:
 - **Administración Pública:** destaca por su labor en el desarrollo del mercado facilitando la inversión de impacto eliminando barreras. Existen diversos niveles de Administración Pública que interceden en el mercado de inversión de impacto en España:
 - **Nivel europeo:** Social Business Initiative y InvestEU son los programas más importantes.
 - **Nivel nacional:** destaca el Instituto de Crédito Oficial (ICO) y ENISA. El Ministerio de Hacienda Función Pública, el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación canalizan los fondos de la UE.

- **Nivel regional:** destacan programas promovidos por la Junta de Andalucía o la Comunidad Valenciana.
- **Nivel municipal:** el Ayuntamiento de Madrid o el de Barcelona son los más punteros.
- **Banca:** existen tres tipos:
 - **Banca privada:** destaca la creación de las microfinanzas como respuesta al interés de los clientes en la inversión de impacto.
 - **Banca comercial:** tradicionalmente no concedían préstamos a empresas sociales. Ha sido a partir de los últimos años cuando han empezado a introducir la inversión de impacto como una parte más de su actividad. La mayoría de los programas que conceden préstamos a empresas sociales son financiados por capital filantrópico.
 - **Banca de inversión:** ha empezado a integrar las inversiones de impacto como motor de innovación. Entre los principales problemas que existen destaca la medición de impacto y la garantía de un rendimiento financiero.
- **Instituciones financieras de cooperación al desarrollo:** ofrecen ayuda a las organizaciones con el fin de que puedan acceder a capital privado.
- **Family Offices:** son empresas privadas que tienen como finalidad preservar el patrimonio familiar invirtiendo en activos financieros o no financieros. La irrupción de los millennials en las decisiones de inversión hace que cada vez sean más los Family Offices que invierten en este tipo de inversión.

- **Inversores institucionales:** son fondos dirigidos a inversores institucionales. Destaca la inversión en infraestructura para tratamiento de agua, energía renovable, gestión de residuos o viviendas.
- **Minoristas:** invierten en empresas sociales mediante crowdfunding.
- **Agente mayorista:** es un fondo de fondos que se encarga de invertir en intermediarios financieros siendo un líder del mercado. Sin embargo, este actor no existe a nivel nacional en España y expertos afirman que es necesario.

2.1.7. Situación actual de la inversión de impacto

El Global Impact Investing Network estimó que en el 2022 el tamaño del mercado de la inversión de impacto era de 1.164 billones de dólares. En cuanto a su dispersión geográfica, el 55% del volumen se encuentra en Europa, exceptuando el este, el 37% en Estados Unidos y Canadá, el 2% en Oceanía, otro 2% en África subsahariana, y el otro 3% en el resto del mundo (Hand et al., 2022).

2.2. Corporate Impact Investing

Como se ha definido previamente, **Corporate Impact Investing** es el fenómeno que están llevando a cabo las grandes empresas mediante la inversión en impacto para añadir valor a su actividad. Estas inversiones no solo contribuyen al bienestar social o medioambiental, sino que hacen crecer el negocio, ayudan a la captación y retención de talento, así como incorporan innovaciones relevantes. Todo ello desemboca en una mayor rentabilidad de la empresa (Open Value, 2022).

A continuación, se explicarán los **beneficios** que tiene este tipo de inversión, los **instrumentos** que se utilizan para realizarla y en qué **situación** se encuentra actualmente.

2.2.1. Beneficios del Corporate Impact Investing

Cada vez son más las empresas que adoptan estrategias de inversión de impacto debido a la creciente concienciación y a la relación entre el éxito financiero y el bienestar social y medioambiental. Entre los factores que hacen que las empresas participen en la inversión de impacto destacan (Gilbert y Ortiz, 2023):

- **Crecimiento e innovación a largo plazo:** al invertir en impacto las empresas están fomentando la innovación pudiendo descubrir nuevas oportunidades de negocio como los mercados emergentes de productos sostenibles.
- **Fortalecimiento de la imagen de marca:** al comprometerse con el bienestar social y medioambiental las empresas mejoran su reputación. Además, puede ser un elemento de diferenciación de marca que le permita tener una posición competitiva más favorable. Esto puede provocar una mayor cuota de mercado y fidelización del cliente al igual que una atracción de talento.
- **Responsabilidad social corporativa:** las empresas sienten un compromiso con los problemas sociales o medioambientales e invertir en impacto les permite contribuir a conseguir objetivos en este ámbito.

2.2.3. Instrumentos para realizar Corporate Impact Investing

La inversión de impacto llevada a cabo por las empresas **no se limita a ninguna clase de activo financiero**. De hecho, se puede tratar de capital privado, iniciativas de financiación de proyectos o préstamos de microfinanzas (Miller, 2023).

Los **instrumentos financieros convencionales** son **cuatro**: subvenciones y donaciones, instrumentos de deuda, instrumentos de capital e instrumentos híbridos. Tradicionalmente, la relación entre el riesgo y la rentabilidad que se obtenía en cada uno de estos activos era directamente proporcional, a más riesgo, más rentabilidad y viceversa. No obstante, al entrar en juego el valor del impacto, son muchos los inversores que deciden renunciar a parte de la rentabilidad económica si esto conlleva un impacto social o medioambiental (Open Value, 2022).

Las **donaciones o subvenciones** son un tipo de financiación que no requiere retorno financiero ni otorga al donante ningún derecho. Mientras que las subvenciones son transferencias cuyo fin es fomentar políticas públicas, las donaciones transmiten un objeto de manera gratuita a otra persona que dispone de este de forma libre.

Los **instrumentos de deuda o *debt*** son préstamos o bonos. Pueden emitirse con tasas de interés más bajas que las del mercado y con plazos o requisitos menos rígidos que los de la deuda tradicional.

Los **instrumentos de capital o *equity*** se basan en la aportación de capital que otorga a este unos derechos de propiedad sobre una parte de la empresa. Esta participación suele permitir la posibilidad de obtener un retorno financiero en forma de dividendos o un mayor valor en caso de querer salirse de la empresa.

Los **instrumentos híbridos** son aquellos que combinan características de los instrumentos tradicionales con el fin de conseguir una mejor afinidad entre retorno financiero, riesgo e impacto. Destacan dos tipos de instrumentos híbridos:

- **Deudas y préstamos convertibles:** instrumento de deuda que se basa en la prestación monetaria a cambio de tener la posibilidad de convertir el préstamo en acciones de la empresa. Se utiliza principalmente en las primeras etapas de financiación como capital semilla.
- **Financiación *Mezzanine*:** instrumento híbrido entre deuda y financiación de capital o *equity*. Se utiliza principalmente para financiar el crecimiento de la empresa. Al vencer la deuda, la empresa puede negociar con el inversor que se reembolse la cuantía determinada o que esta se pueda convertir en acciones.

A continuación, se muestra qué tipo de instrumentos financieros son los más utilizados a la hora de invertir:

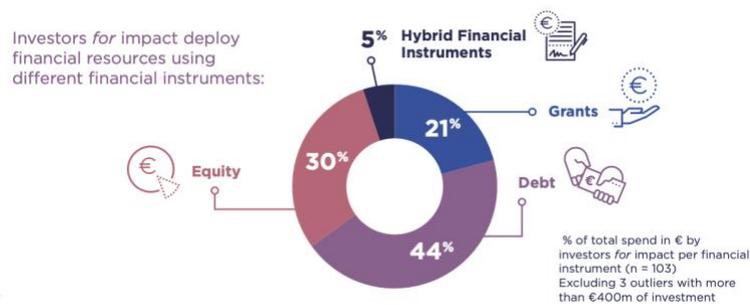


Figura 5: Qué tipos de instrumentos financieros son los más utilizados. Fuente: European Venture Philanthropy Association (EVPA) (2020)

Además de estos instrumentos de financiación tradicionales, existen otros más enfocados a la inversión de impacto. Este tipo de financiación tiene la peculiaridad que los fondos solo son liberados una vez se cumplan los objetivos perseguidos. Destacan los siguientes instrumentos:

Los **Bonos de Impacto Social (BIS)** se fundamentan en una asociación entre la Administración Pública y un proveedor de servicio para lograr un objetivo social. Para financiar esta labor, la Administración Pública emite los Bonos de Impacto Social. Los inversores que los hayan comprado recibirán la rentabilidad económica una vez ese objetivo se haya logrado.

Los **Bonos de Impacto para el Desarrollo (BID)** son similares a los Bonos de Impacto Social pero destinados al desarrollo internacional y no a un objetivo social. Tienen las mismas características.

Los **Bonos de Impacto Medioambiental (BIM)** son similares a los Bonos de Impacto Social pero destinados al medio ambiente. Las características son muy semejantes.

2.2.4. Situación actual del Corporate Impact Investing

Las empresas suelen **mantener reservas** en caso de que necesiten hacer frente a imprevistos. En el 2020, las empresas estadounidenses que no se dedicaban a ninguna actividad relacionada con las finanzas aumentaron sus reservas en un 32% respecto al año

anterior. Esta tendencia ha seguido presente, aunque se ha ralentizado el ritmo de crecimiento (Hand et al., 2022).

Ante el **aumento de las reservas y el aumento de la concienciación social y medioambiental**, los accionistas han presionado a las empresas para que inviertan parte de esas reservas en impacto. Así, en el 2020, las 50 mayores empresas públicas de Estados Unidos destinaron más de 45 millones de dólares en préstamos o inversiones destinadas al movimiento *Black Lives Matter* (Hand et al., 2022).

Es necesario puntualizar que se ha escogido a **Estados Unidos** como ejemplo para ilustrar la situación actual del Corporate Impact Investing porque el mercado estadounidense suele ser un ejemplo para el resto de los mercados debido a su innovación, acceso a capital, tamaño y diversidad.

3. ANÁLISIS DE CASOS DE ESTUDIO

Se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de más de **sesenta** empresas con el fin de analizar los instrumentos usados por ellas. Se han utilizado **tres** criterios a la hora de seleccionar las empresas.

- Las **50 empresas más innovadoras** según la consultora estratégica Boston Consulting Group (BCG, 2023).
- Empresas que coticen en el **IBEX 35** y que tengan **presencia internacional** (Bolsa y Mercado de Valores, 2024).
- Empresas relevantes en el **ámbito del Corporate Impact Investing** (Gilbert y Ortiz, 2023).

Una vez se seleccionaron las empresas se elaboró un libro en Excel en el que aparecían diversas categorías:

- **Nombre** de la empresa

- **Sector** en el que operan

- Nivel de **comunicación** de la empresa sobre su implicación en el impacto: atendiendo a tres niveles:
 - **Comunicación potente:** aparece claramente en su pantalla de inicio su compromiso con el impacto

 - **Comunicación intermedia:** aparece en una de las pestañas desplegadas desde su pantalla de inicio

 - **Comunicación débil:** resulta difícil de encontrar en la página web

- **Accesibilidad** para encontrar los instrumentos empleados para hacer impacto: atendiendo a tres niveles:
 - **Bajo:** se tarda menos de 2 minutos en encontrarlo

 - **Medio:** se tarda entre 2 y 5 minutos en encontrarlo

 - **Elevado:** se tardan más de 5 minutos en encontrarlo

- **Tipo de herramienta** utilizada

- **Link** al tipo de herramienta empleada

- **Foco** del impacto: pudiendo ser variado o relacionado con la línea estratégica de la compañía.

Como se puede observar, uno de los criterios empleados era la necesidad de que tuvieran **relevancia a nivel internacional** ya fueran españolas o extranjeras. Este era un criterio fundamental puesto que son estas grandes empresas las que generan dinámicas

que posteriormente siguen empresas más pequeñas. Así, resultaba interesante estudiar la tendencia de estas empresas.

Una vez completada la tabla se decidió **elegir tres empresas**. Cada una de ellas tendría que pertenecer a un sector diferente. Se escogieron empresas del sector de la alimentación, del energético y del farmacéutico.

Asimismo, se pretendía ilustrar de forma fidedigna las clasificaciones de empresas que se vieron en la investigación por ello se escogió una empresa que formaba parte de las 50 empresas más innovadoras del 2023, **Nestlé**, (BCG, 2023), una empresa del IBEX 35 que tuviera presencia internacional, **Repsol**, (Bolsa y Mercados Españoles, 2024) y otra empresa que apareciera en artículos relevantes en el ámbito de la inversión e impacto, en este caso en el GINN, **J&J** (Gilbert y Ortiz, 2023):

- **Nestlé:**

- **Sector en el que opera:** bienes de consumo y cuidado personal.
- **Nivel de comunicación sobre su compromiso con el impacto:** potente.
- **Tiempo de búsqueda para encontrar los instrumentos empleados para hacer impacto:** inaccesible.
- **Herramienta empleada para hacer impacto:** colaboraciones con otras entidades.

- **Repsol:**

- **Sector en el que opera:** sector energético.
- **Nivel de comunicación sobre su compromiso con el impacto:** potente.

- **Tiempo de búsqueda para encontrar los instrumentos empleados para hacer impacto:** elevado.
 - **Herramienta empleada para hacer impacto:** Fundación Repsol.
- **J&J:**
- **Sector en el que opera:** farmacéutico.
 - **Nivel de comunicación sobre su compromiso con el impacto:** débil.
 - **Tiempo de búsqueda para encontrar los instrumentos empleados para hacer impacto:** medio.
 - **Herramienta empleada para hacer impacto:** J&J Impact Ventures Fund.

Para analizar las empresas, primero se hará una breve introducción de la empresa y posteriormente se estudiará la herramienta con la que invierten en impacto.

3.1. NESTLÉ

3.1.1. Introducción

Nestlé es una empresa del **sector de alimentación y bebidas**. Tiene presencia en más de 180 países y bajo la marca de Nestlé se encuentran más de 2.000 empresas conocidas a nivel mundial o regional (Nestlé, s.f.).

La **misión** de Nestlé es desarrollar el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida actualmente y para las futuras generaciones. Su **visión** es mejorar la calidad de vida mientras contribuyen a la creación en un futuro más sostenible tanto para las comunidades como para el planeta. Por otro lado, sus **valores** están enfocados en seis áreas: consumidores, trabajadores, cadena de valor, compliance, integridad empresarial, interacción y comunicación transparentes (Nestlé, s.f.).

Se puede observar que su compromiso con el impacto es elevado. De hecho, su comunicación en este ámbito es **potente**. Sin embargo, resulta **difícil acceder** a la herramienta mediante la que invierten en impacto que se trata de participación en entidades de terceros mediante el capital riesgo.

3.1.2. Instrumento utilizado

Nestlé lleva a cabo la inversión de impacto a través de la **participación en entidades de terceros mediante capital riesgo**. Sus pilares de inversión son: la ciencia y la salud, la innovación y la sostenibilidad. Su estrategia se basa en **invertir en fondos de fondos** de capital riesgo.

En el área de **ciencia y salud** se centran en promover una vida más saludable a través de la investigación en nutrición y el impacto que esta tiene en la salud y en las enfermedades. Además, buscan encontrar soluciones para las alergias alimentarias. Por último, investigan enfermedades relacionadas con el aparato digestivo y la salud metabólica.

En el área de la **innovación**, invierten en empresas disruptivas e innovadores que les permite expandir su portfolio y crear nuevos modelos de negocio.

Por último, en el área de **sostenibilidad**, tienen el compromiso de lograr cero emisiones netas para 2050. Para ello, apoyan a los proveedores y agricultores a la transición hacia una agricultura regenerativa. Además, pretenden que el 100% del embalaje sea reciclable para el 2025. Así, promueven la economía circular mediante el embalaje y las plantas de reciclaje.

Entre las inversiones de impacto realizadas por Nestlé en los últimos años destacan las siguientes:

Nestlé ha **invertido 30 millones de dólares en Closed Loop Leadership Fund** (Nestlé, 2020). Este fondo de capital privado pertenece a la compañía Closed Loop Partners que se encarga de promover la economía circular. Así, el fondo invierte en empresas que pretenden aumentar las tasa de reciclaje y mejorar el proceso de reciclaje,

desde la recolección hasta el procesamiento, en EEUU. Esta inversión se enmarca en la estrategia de Nestlé de invertir hasta 2.000 millones de francos suizos para promover iniciativas de embalaje sostenible ya que la empresa tiene el compromiso de reducir un tercio los plásticos vírgenes para 2025 (Nestlé, 2020).

Nestlé se convirtió en diciembre del 2020 en un **inversor del European Circular Bioeconomy Fund**. El fondo contribuye al Pacto Verde Europeo que tiene el objetivo de que Europa sea neutral en términos climáticos en el 2050. Su actividad principal se basa en apoyar a empresas europeas de bioeconomía circular que se encuentran en sus últimas etapas. (European Circular Bioeconomy Fund, 2020). La bioeconomía circular es un concepto que hace referencia a la utilización de los recursos naturales de forma sostenible y aplicando los principios de la economía circular (World Economic Forum, 2020).

Por último, el año pasado **Nestlé anunció su asociación con The Yield Lab Latam**, un fondo de capital riesgo que está especializado en sector alimentario latinoamericano. Este fondo invierte en startups que crean innovaciones tecnológicas para los procesos agrícolas centrándose en el embalaje y las plantas de reciclaje que fomenten la economía circular. De esta forma, crea un espacio de colaboración entre los agricultores, las empresas, los inversores, el sector público y las comunidades de investigación (Nestlé, 2023).

3.2. REPSOL

3.2.1. Introducción

Repsol es una empresa proveedora de **multienergía a nivel global** ya que está presente en más de 90 países, contando con más de 25.000 empleados. Además, es innovadora, actualmente tienen más de 600 iniciativas digitales en marcha (Repsol, s.f.)

La **misión** de Repsol es ser una compañía energética comprometida con un mundo sostenible. Su **visión** es ser una compañía energética global, que, a través de la innovación, el respeto y la eficiencia, crea valor de manera sostenible para el progreso de la sociedad. Los **valores** son creación de valor, anticipación, eficiencia y respeto (Repsol, s.f.)

Este compromiso con el impacto queda patente en su **comunicación** acerca de ello que es **potente**. Sin embargo, resulta **difícil acceder** a la Fundación Repsol, herramienta que utilizan para la inversión de impacto.

3.2.2. Instrumento utilizado

La Fundación Repsol está comprometida con los **ODS**, la **Agenda 2030**, el **Acuerdo de París** y en línea con la estrategia empresarial de **Repsol**. Las cuatro **líneas de actuación** son: inversión de impacto, emprendimiento, social y voluntariado, y educación y conocimiento (Fundación Repsol, 2022).

La primera línea de actuación, sobre la que nos centraremos más adelante, es la **inversión de impacto**. La Fundación Repsol invierte en empresas con impacto social, medioambiental y económico. Así, estas empresas están comprometidas con la transición energética y con aportar beneficios sociales creando trabajos y oportunidades para colectivos vulnerables o mejorando la calidad de vida.

La segunda línea de actuación es el **emprendimiento** y lleva vigente más de 10 años. Apoyan a startups que innovan en ámbitos como la reducción de emisiones de carbono, la movilidad sostenible o la economía circular entre otros.

La tercera línea de actuación es **social y voluntariado**. La Fundación colabora con organizaciones sociales que implementan acciones dirigidas a grupos vulnerables creando oportunidades. Además, sus empleados también están involucrados puesto que tienen a su alcance un programa de voluntariado corporativo para actuar en ámbitos como la transición energética o la lucha contra el cambio climático.

Por último, **educación y conocimiento** es la última línea de actuación. Promueven el conocimiento científico a través de dos iniciativas:

- **Open Room**: red de Cátedras de transición energética en universidades como la Universidad Pontificia Comillas ICAI, Universidad Politécnica de Madrid, Universidad de Navarra, Universidad de Barcelona o Universidad de País Vasco.

- **Zinkers**: programa educativo digital para sensibilizar a los alumnos de primaria o secundaria sobre los desafíos del futuro energético.

Tratando ahora el tema de estudio, la Fundación Repsol emplea los criterios ASG a la hora de elegir las empresas en las que invierte. Además, la Fundación no solo invierte en **pymes** comprometidas con el triple impacto positivo (social, medioambiental y económico) sino que también **apoya a entidades referentes** dentro del mundo de la inversión de impacto como la European Venture Philantropy Association (EVPA) o SpainNAB, líder en España en este ámbito. Por último, también han **participado en eventos** como el IX Ship2B, que agrupa a los diferentes actores del ecosistema de inversión de impacto, o el Radar SERES, que analiza el liderazgo en el contexto social.

Dentro de las iniciativas de la Fundación en el ámbito de la inversión de impacto destacan cinco:

3.2.2.1.Motor Verde

Se trata del mayor proyecto de **reforestación** español de las últimas décadas. Se pretende reforestar más de 70.000 hectáreas lo que mitigaría más de 15 millones de toneladas de dióxido de carbono. Esto, a su vez, generaría miles de empleos en áreas rurales de la península. Las principales áreas de impacto son Asturias, Extremadura, Castilla y León y Madrid.

Las **entidades** que promueven esta iniciativa son la Fundación Repsol y Grupo Sylvestris, actuando como participada, y AstraZeneca, desde el 2022. Otro de los hitos más relevantes del 2022 de Motor Verde fue el principio de la colaboración con **Hispatat**. Esto les ha permitido aplicar la tecnología satelital para monitorizar los bosques y prevenir incendios. Además, utilizan la tecnología de Monitorización, Reporte y Verificación (MRV).

En el 2022 Motor Verde también lanzó una **herramienta digital** que permite a particulares y empresas calcular su huella de carbono y en base a ello calcula cuántos árboles tiene que plantar para compensar su huella de carbono. El cálculo empleado es que cada árbol plantado tiene la capacidad de absorber entre 200 y 300 kilogramos de dióxido de carbono de la atmósfera, equivalente a 150 reuniones de una hora cada una.

Por último, Motor Verde en colaboración con Crédit Agricole Indosuez y Portobello Capital han creado el primer fondo ESG en España destinado a apoyar proyectos de reforestación.

3.2.2.2.Hispaled

La Fundación Repsol adquirió en 2022 el 11% de Hispaled, una empresa que se centra en **eficiencia energética** de la iluminación LED. A través de sus actividades, fomenta la **inclusión social de jóvenes en riesgo de exclusión** mediante un proceso personalizado de integración laboral.

Esta empresa es pionera en la implantación de la **tecnología de radiofrecuencia LoRa**, que permite una gestión más eficiente de las redes de alumbrado público ya que detecta incidencias, monitorea el funcionamiento, ajusta los niveles de consumo y realiza predicciones de la futura demanda.

Durante el 2022, Hispaled instaló más de 250.000 luces LED tanto en España como en otros países. Esto ha permitido ahorrar más de 3.000 toneladas de emisiones de dióxido de carbono a la atmósfera.

3.2.2.3. Recycling4All

Recycling4All está especializada en el **reciclaje industrial de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE)** y fue creada por la Fundación Repsol e Ilunion. Participa en todas las etapas de la cadena, desde la recolección y transporte hasta la clasificación, almacenaje, tratamiento, reutilización y valorización de los RAEE. Genera oportunidades laborales para personas con discapacidad.

En el 2022, recicló más de 14.000 toneladas de residuos, de los cuales más del 90% se ha reutilizado como materia prima. Asimismo, empleó a 171 personas, de las cuales más de un 60% presentaban alguna discapacidad. En este mismo año se lanzó Ecologic que gestiona la logística y almacenaje de residuos.

3.2.2.4. Koiki

Koiki se dedica a garantizar que la **logística de entrega de paquetes en la última milla sea sostenible** en España y Portugal. Promueve la inclusión laborales de personas en situación de vulnerabilidad.

Ha logrado emplear a más de 200 personas en **riesgo de exclusión o con discapacidad**. Además, ha repartido más de 900.000 paquetes lo que contribuye a reducir más de 340 toneladas de dióxido de carbono al año.

3.2.2.5. GNE Finance

GNE Finance ofrece **rehabilitaciones sostenibles en viviendas**, sobre todo de barrios vulnerables, con el fin de hacer un uso eficiente de la energía. La Fundación Repsol respalda esta empresa.

En 2022 GNE Finance se unió a Edinor Alba, Viuda de Sainz y Grupo Kursaal creando Mugabi, una empresa de rehabilitación integral que promueve la creación de viviendas energéticamente eficientes. Asimismo, en ese año también se firmaron acuerdos con gobiernos como el Vasco para impulsar la eficiencia energética.

3.3. J&J

3.3.1. Introducción

Johnson & Johnson es una empresa del **sector farmacéutico** que cuenta con más de 130.000 empleados. Está dividida en dos ramas: Medicina Innovadora y Medtech (J&J, s.f.).

J&J están **comprometidos por la salud y la innovación**. En lugar de tener misión, visión y valores todo ello lo condensan en el Credo de J&J. Establecen que su primera prioridad son los pacientes y el personal sanitario. En segundo lugar, están sus empleados, seguidos de las comunidades en las que operan. Por último, mencionan a sus inversores (J&J, s.f.).

Por ello, cabía esperar que su **comunicación** sobre su **compromiso con el impacto** fuera **débil** ya que no está muy presente en su Credo. Por otro lado, la **accesibilidad** para encontrar la herramienta mediante la que invierten en impacto es **media**, J&J Impact Ventures Fund.

3.3.2. Instrumento utilizado

El instrumento a través del cual Johnson & Johnson lleva a cabo inversión de impacto es el **J&J Impact Ventures** que forma parte de la **Johnson & Johnson Foundation**. J&J Impact Ventures es un **fondo de inversión de impacto** que tiene el objetivo de generar un impacto social al mismo tiempo que pretenden lograr un beneficio económico. El 100% de los beneficios obtenidos por las inversiones que realizan se reinvierten en otros proyectos con el objetivo de multiplicar el impacto (J&J Impact Ventures, s.f.).

Las **áreas** principales en las que se enfocan son tres:

- Construir **modelos de negocio** dirigidos hacia **colectivos** tradicionalmente **desatendidos**.
- Fortalecer los recursos, las herramientas y las capacidades que disponen los **trabajadores sanitarios** para que puedan brindar la **mejor atención** posible.
- Conseguir la **equidad racial en el ámbito sanitario**.

Los criterios de inversión son:

- **Tipo de inversión:** deuda o aportación de capital. Existe la opción de una co-inversión con otras entidades.
- **Etapas de la empresa en la que invierten:** inversión inicial de entre medio y 1 millón de dólares. Las empresas se encuentran en la Pre-Serie A o Serie A.

- **Perfil de la empresa:** el impacto tiene que ser parte de su modelo de negocio. Además, se debe encontrar en una etapa inicial de crecimiento con pruebas de que su producto se ajusta al mercado (ingresos mayores a medio millón de dólares). Además, tiene que contar con un plan de negocios que sea rentable y sostenible.
- **Impacto:** orientación hacia el ámbito sanitario mejorando el acceso a las poblaciones desatendidas. El fondo está comprometido con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** de Naciones Unidas. En especial con el **ODS número 3** que hace referencia a la salud y el bienestar.
- **Aplicaciones:** plataformas digitales, diagnóstico, suministro, servicios clínicos.
- **Otros:** preferencia por fundadores poco representados en etnia o género y en zonas como África Oriental, América Latina, sudeste asiático y EE.UU. Por otro lado, tienen en consideración que exista la posibilidad de una asociación con J&J.

Hasta el momento han apoyado a más de **60.000 profesionales** sanitarios, más de **2 millones y medio de pacientes** y a más de **160 emprendedores**. Además, el **86%** de este impacto ha sido en países de ingresos bajos o medios (J&J Impact Ventures, s.f.).

Entre el **portfolio** se encuentran marcas como Clinify Health, Health Quad, Founder Factory Africa o Mamotest .Además, apoyan iniciativas como el Global Impact Investment Network, Acumen, InvestEd, The Good Economy o DANAdidik. (J&J Impact Ventures, s.f.)

Además de invertir, J&J Impact Ventures tiene como **objetivo** mejorar el ecosistema del impacto y de la inversión de impacto en el ámbito sanitario. Por ello, ofrecen **asistencia técnica**, además de la financiera.

4. RESULTADOS

Tras el análisis de más de sesenta empresas se han llegado a varias conclusiones:

La **primera conclusión** es que resulta muy complicado distinguir qué empresas invierten en impacto y cuáles solo están llevando a cabo iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Por ello, **no se puede afirmar que todas las empresas estudiadas realizan inversión de impacto**. De hecho, algunas empresas que sí que realizan inversión de impacto no son capaces de plasmarlo en su página web. Así, resulta complicado lograr el objetivo de este Trabajo de Fin de Grado que era identificar las herramientas que empleaban las ya que no se puede afirmar que estas practiquen Corporate Impact Investing.

Sin embargo, sí que se puede afirmar que de las tres empresas analizadas en el estudio de casos realizan Corporate Impact Investing. Cada una de ellas utiliza una herramienta diferente para efectuar este tipo de inversión. Mientras que Nestlé **participa en entidades de terceros mediante capital riesgo**, Repsol lo hace a través de su **Fundación Repsol** y J&J a través de su **propio fondo de inversión de impacto** llamado **J&J Impact Ventures** que pertenece a la **Fundación J&J**. Por ello, sí que se puede observar una tendencia existente de canalizar el Corporate Impact Investing a través de las fundaciones que crean las propias empresas.

Por otro lado, a través del análisis de las sesenta empresas se ha conseguido encontrar un hallazgo interesante. Cabe destacar que este no se trata meramente del ámbito del Corporate Impact Investing, ya que como se ha mencionado previamente no se puede confirmar que todas ellas practiquen este tipo de inversión, sino que muchas de ellas pueden hacerlo por actividades de RSC sin buscar retorno financiero. Así, lo expuesto a continuación está relacionado meramente con el impacto. Los parámetros estudiados que resultan interesantes son:

- **Nivel de comunicación** de la empresa sobre su implicación en el impacto: atendiendo a tres niveles:

- Comunicación potente: aparece claramente en su pantalla de inicio su compromiso con el impacto.
 - Comunicación intermedia: aparece en una de las pestañas desplegables desde su pantalla de inicio.
 - Comunicación débil: resulta difícil de encontrar en la página web.
- **Accesibilidad** para encontrar los instrumentos empleados para hacer impacto: atendiendo a tres niveles:
- Bajo: se tarda menos de 2 minutos en encontrarlo.
 - Medio: se tarda entre 2 y 5 minutos en encontrarlo.
 - Elevado: se tardan más de 5 minutos en encontrarlo.

El primer paso de la investigación consistió en estudiar la tendencia global aglutinando todas las empresas estudiadas:



Figura 6: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que **no existe una tendencia** clara en cuanto al tipo de comunicación de las empresas pero que sí que existe en el ámbito de la accesibilidad puesto que la mayoría de las empresas hacen que la información relativa a su herramienta utilizada para generar impacto sea inaccesible.

Sin embargo, lo que es más representativo es ver la tendencia por sectores:

En el **sector de alimentación y bebidas** las empresas estudiadas tienen una comunicación potente en relación con el impacto. Sin embargo, la accesibilidad sobre cómo llevan a cabo ese impacto es media. El compromiso con el impacto se debe a que la conciencia social cada vez es más elevada en ámbitos como el desperdicio alimentario. También se puede deber a la iniciativa de la Unión Europea que exige que para el 2030 el 70% de los envases sean reciclados por lo que las empresas de este sector tienen que empezar a producir con materiales reciclables (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2018).



Figura 7: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Sector de alimentación y bebidas Fuente: Elaboración propia

En el **sector automovilístico**, las empresas tienen una comunicación potente. Sin embargo, la accesibilidad no es la óptima. El sector automovilístico es uno de los más contaminantes y con el fin de mejorar su reputación tiene que acentuar su compromiso con el impacto.



Figura 8: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Sector automovilístico. Fuente: Elaboración propia

El **sector de cuidado personal** la comunicación es potente. Esto se debe a que es un sector contaminante puesto que los productos que venden generan muchos residuos. Este sector también resulta afectado por la iniciativa de la Unión Europea que exige que para el 2030 el 70% de los envases sean reciclados (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2018). En cuanto al tiempo de acceso al instrumento para llevar a cabo el impacto es medio.



Figura 9: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Sector de cuidado personal. Fuente: Elaboración propia

El **sector energético y de construcción** tiene en su mayoría una comunicación sobre el impacto potente. Mientras que la accesibilidad al instrumento utilizado varía

dependiendo de la empresa. El compromiso de las empresas del sector es tan elevado porque es uno de los sectores que más degradación medioambiental provoca. Así, ante la creciente concienciación social por el medio ambiente tienen que invertir ingentes cantidades de dinero con la finalidad de limpiar su imagen.



Figura 10: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Sector energético y construcción. Fuente: Elaboración propia

El **sector farmacéutico** tiene una comunicación sobre su compromiso con el impacto intermedia-débil. Mientras que el instrumento utilizado para llevar a cabo el impacto resulta en su mayoría difícil de encontrar. Las empresas farmacéuticas no están en el foco de atención pues no es el sector más contaminante por lo que no tiene esa necesidad de comunicación.

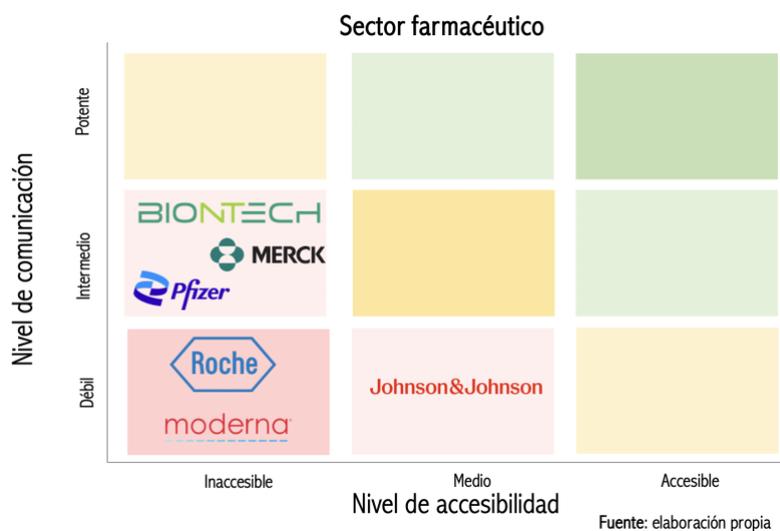


Figura 11: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Sector farmacéutico. Fuente: Elaboración propia

En relación con el **sector de minería y materiales químicos**, cabría esperar que su comunicación sobre su compromiso sobre el impacto fuera alta ya que este sector provoca una alta degradación medioambiental. Sin embargo, las empresas estudiadas la comunicación es intermedia. Esto se puede deber a que solo han ido estudiadas dos empresas de este sector por lo que si se ampliara la muestra la tendencia podría acercarse más hacia lo esperado. En cuanto al instrumento utilizado, resulta inaccesible.



Figura 12: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Sector farmacéutico. Fuente: Elaboración propia

En cuanto al **sector de la moda**, resulta difícil de hablar una tendencia general, pero dos de las cuatro empresas estudiadas tienen una comunicación potente sobre su compromiso con el impacto mientras que las otras dos estudiadas tienen una comunicación intermedia o débil. En cuanto a la accesibilidad del instrumento empleado resulta en su mayoría inaccesible.

El sector de la moda es el segundo más contaminante, después de los combustibles fósiles (United Nations, 2019). Así, son muchas las iniciativas en este sector para promover una economía circular con el fin de no generar tantos residuos. Por ello, se demuestra el compromiso que tienen con el impacto. Sin embargo, la comunicación que llevan a cabo en sus páginas webs no es lo potente que pudiera ser. Esto se puede deber a que venden sus productos a través de su página web por lo que igual prefieren mostrar su última campaña en vez de su compromiso con el impacto. No obstante, podría ser más efectivo comunicar su compromiso con el impacto ya que cada vez el consumidor es más

responsable y tiene un mayor compromiso con el medio ambiente por lo que puede valorar de forma muy positiva estas acciones por parte de la marca.



Figura 13: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Sector de moda. Fuente: Elaboración propia

En cuanto al **sector de servicios financieros** no se aprecia una tendencia clara. Lo único que es evidente es que ninguna de las empresas estudiadas tiene una información accesible sobre la herramienta que emplean para crear impacto.



Figura 14: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Sector de servicios financieros. Fuente: Elaboración propia

El **sector tecnológico** es uno de los más representados en el estudio ya que gran parte de las empresas innovadoras pertenecen a este sector. La tendencia es que la comunicación sobre su compromiso sobre el impacto sea débil o intermedia. Esto se debe

a que sus páginas web son su principal plataforma de venta por lo que priorizan publicitar sus productos en vez de sus iniciativas de impacto. Por otro lado, la mayoría de las iniciativas que desarrollan son inaccesibles desde su página web ya que, como se ha mencionado anteriormente, priorizan dar a conocer sus productos.



Figura 15: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Sector tecnológico. Fuente: Elaboración propia

Por último, se aglutinó en **otros** a empresas que pertenecían a sectores que no estaban muy representados en la muestra como el de servicios profesionales o los grandes almacenes. No existe una tendencia clara entre estas empresas, pero tan solo una de ellas tiene una comunicación potente. Por ello, se puede afirmar que la mayoría de ellas tienen una comunicación débil o intermedia por lo que no están muy comprometidas con el impacto. Todas ellas comparten la inaccesibilidad para encontrar la herramienta mediante la que invierten en impacto.



Figura 16: Matriz Nivel de Comunicación sobre impacto – Accesibilidad para encontrar sus iniciativas. Otros. Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIÓN

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado era estudiar las herramientas que emplean las empresas para realizar Corporate Impact Investing. Tras analizar más de sesenta empresas se puede concluir que las empresas no son capaces de **comunicar de manera efectiva si practican Corporate Impact Investing**. Por ello, en la investigación se ha decidido ahondar más en su **estilo de comunicación sobre su compromiso con el impacto y el nivel de accesibilidad para encontrar el tipo de herramienta** que utilizan para llevarlo a cabo. Estos dos parámetros varían mucho por sector.

Los **sectores más contaminantes** o que **más residuos generan** son aquellos que tienen una comunicación más potente sobre su compromiso con el impacto. Estos sectores son el energético, el de construcción, el automovilístico, el de alimentación y bebida y el de cuidado personal. Esto se puede deber a que los consumidores están más concienciados con la degradación natural que generan estos sectores por lo que les exigen un mayor compromiso. Sin embargo, **sectores que degradan el medio ambiente el menor medida** como el farmacéutico, el tecnológico, el de servicios financieros no tienen una comunicación tan potente.

Por último, lo que se observa en **todos los sectores** es la **falta de accesibilidad** a los instrumentos que utilizan para realizar la inversión de impacto. Resulta costoso identificar cuál es el instrumento que utilizan, así como las iniciativas que desarrollan.

6. Limitaciones y aportaciones clave de la investigación

Este Trabajo de Fin de Grado ha encontrado una serie de limitaciones destacando la **dificultad de distinguir** las empresas que realizan **Corporate Impact Investing** de las empresas que meramente llevan a cabo acciones relacionadas con la **Responsabilidad Social Corporativa**. Esto se debe a que la comunicación que llevan a cabo en sus páginas webs no resulta clara y concisa.

Por ello, no ha sido posible estudiar el fenómeno del Corporate Impact Investing en las sesenta empresas. Sin embargo, hay que destacar que se han conseguido encontrar al menos tres empresas que practican Corporate Impact Investing. Además, se ha conseguido **identificar las herramientas** que utilizan para llevar a cabo este tipo de inversión. Así, se observa una tendencia en el empleo de **fundaciones propias** para canalizar este tipo de inversión.

Al encontrar la limitación mencionada, se decidió **estudiar la comunicación de las empresas en torno a su compromiso con el impacto** y la **accesibilidad** para encontrar la herramienta que utilizaban para generar impacto. Además, se han encontrado las **herramientas** mencionadas, aunque no se puede confirmar que sean a través de las cuales realicen Corporate Impact Investing.

A través de la investigación se han encontrado una serie de hallazgos que permiten dar una serie de recomendaciones:

La primera recomendación es que **todas las empresas deberían tener una comunicación potente** sobre su compromiso con el impacto. En la muestra estudiada son las empresas de los **sectores que más degradan** el medio ambiente, como el energético, el de construcción, el automovilístico, el de alimentación y bebida y el de cuidado personal, **las que mejor comunican** su compromiso con el impacto. Esto se debe a que deben limpiar su imagen.

Sin embargo, las empresas que pertenecen a los **sectores que degradan el medio ambiente en menor medida**, como el tecnológico, el farmacéutico o el de servicios financieros, **comunican de forma débil o intermedia** su compromiso con el impacto.

Esta **falta de compromiso** se puede deber a **dos factores principalmente**:

- Las empresas **priorizan publicitar sus productos** en sus páginas webs en vez de su compromiso con el impacto, el caso del sector tecnológico o de servicios financieros

- Las empresas **no encuentran relevante expresar su compromiso con el impacto** ya que su sector no se encuentra en el punto de mira del ámbito de sostenibilidad por parte de los consumidores, como es el caso del sector farmacéutico.

Independientemente del factor al que obedezca la falta de comunicación por parte de las empresas sería recomendable que **efectuaran un cambio en su estrategia de comunicación**. Todas ellas deberían de comunicar claramente en su pantalla de inicio su compromiso con el impacto ya que esto no solo les permitirá seguir mostrando sus productos o servicios, sino que logrará aumentar el volumen de ventas ya que cada vez son más los consumidores que aprecian este compromiso por parte de las empresas.

Es importante destacar el caso particular del **sector de la moda**. Este es el segundo sector que más contamina y sin embargo son muchas las empresas que no comunican de manera efectiva su compromiso con el impacto en sus páginas webs. Esto responde a que estas empresas priorizan la comunicación de sus productos a la de su compromiso con el impacto. Por ello, las empresas del sector textil deberían **implementar de manera urgente un cambio en su estrategia de comunicación** de forma que sigan mostrando sus productos, pero también el compromiso con el impacto.

Por último, se recomienda que las empresas hicieran **más accesible la información relativa a la herramienta** que utilizan puesto que es la única de dar a conocer las iniciativas que están llevando a cabo. Esta recomendación es aplicable a cualquier empresa que actúe en cualquier sector ya que se ha encontrado una tendencia general en relación con la falta de accesibilidad a la herramienta empleada.

Así, todas las empresas, practiquen Corporate Impact Investing o meramente lleven a cabo acciones relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa, deberían **efectuar un cambio en su estrategia de comunicación** para que quede reflejado su compromiso con el impacto y la herramienta que emplean para llevar a cabo sus iniciativas. Esto les permitirá **fortalecer su imagen de marca, mejorar su reputación** y así lograr un elemento de **diferenciación de marca** que les otorgue una posición competitiva más favorable. Así, lograrán tener una **mayor cuota de mercado** y unos **clientes más fidelizados** a la marca y podrán **atraer un mayor talento**.

Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Carlota Álvarez-Cascos, estudiante de ADE y Relaciones Internacionales de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "Análisis de la comunicación de las empresas sobre su compromiso con el impacto y las herramientas que emplean para realizar Corporate Impact Investing", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación [el alumno debe mantener solo aquellas en las que se ha usado ChatGPT o similares y borrar el resto. Si no se ha usado ninguna, borrar todas y escribir:

No he usado ninguna

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 18 de marzo del 2024

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Carlota', written over a horizontal line.

7. BIBLIOGRAFÍA

Banco Sabadell (2021). Sabadell Seguros invierte 1 millón de euros en fondos de inversión de impacto. *Sabadell Prensa*. Recuperado el 26 de enero del 2024 de: <https://prensa.bancsabadell.com/es/Noticias/2021/09/sabadell-seguros-invierte-1-millon-de-euros-en-fondos-de-inversion-de-impacto>

Boston Consulting Group (2023). Researching New Heights in Uncertain Times. Innovation Strategy and Delivery. *Boston Consulting Group*. Recuperado el 19 de febrero del 2024 de: <https://www.bcg.com/publications/2023/advantages-through-innovation-in-uncertain-times>

Bolsa y Mercado de Valores (2024). Precios y Cotizaciones de hoy. *Bolsa y Mercado de Valores*. Recuperado el 21 de febrero del 2024 de: <https://www.bolsasymercados.es/bme-exchange/es/Mercados-y-Cotizaciones/Acciones/Mercado-Continuo/Precios/ibex-35-ES0SI0000005>

European Circular Bioeconomy Fund (2020). Press Releases. *European Circular Bioeconomy Fund*. Recuperado el 27 de febrero del 2024 de: <https://www.ecbf.vc/press-release-nestle>

European Venture Philanthropy Association (EVPA), (2020). A snapshot of European Investors for Impact. *The 2020 Investor for Impact Survey*. Recuperado el 3 de febrero del 2024 de: https://www.impacteurope.net/sites/www.evpa.ngo/files/publications/EVPA_survey_2020_general_snapshot.pdf

Fundación Repsol (2022). Resumen de Actividades. *Fundación Repsol*. Recuperado el 25 de febrero del 2024 de: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjA54-I682EAxVvUqQEHQ3NB1MQFnoECA4QAAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.fundacionrepsol.com%2Fcontent%2Fdam%2Frepubl-fundacion%2Fes%2Fquienes-somos%2Fmemoria-auditoria-y->

[cuentas%2F2022%2FMEMORIA_RESUMEN_FUNDACION_2022_V08.pdf&usg=AOvVaw0BckKj48GJU0Xw_ttaUU5&opi=89978449](#)

Gates Foundation (s.f.). About. *Bill & Melinda Gates Foundation*. Recuperado el 25 de enero del 2024 de: <https://www.gatesfoundation.org/about>

Georgeson (2024). Estudio Inversores Domésticos. *Georgeson*. Recuperado el 1 de marzo del 2024 de: <https://www.georgeson.com/es/insights/estudio-inversores-domesticos-febrero-2024>

Gilbert, S. y Ortiz, A. (2023). Corporates Deploying Impact Investing Strategies: Early Observations on Emerging Practice. *Global Impact Investing Network*. Recuperado el 10 de diciembre del 2023 de: https://thegiin.org/assets/documents/Corporates_Deploying_Impact_Investing_Strategies-Sept2023.pdf

Global Impact Investing Network (s.f.). Core Characteristics of Impact Investing. *Global Impact Investing Network*. Recuperado el 27 de diciembre del 2023 de: https://thegiin.org/assets/Core%20Characteristics_webfile.pdf

Hand, D., et al. (2020). GIIN's 2020 Annual Impact Investor Survey. *Global Impact Investing Network*. Recuperado el 1 de febrero del 2024 de: <https://thegiin.org/impact-investing/need-to-know/#how-do-impact-investments-perform-financially>

Hand, D., et al. (2022). Sizing the Impact Investing Market. *Global Impact Investing Network*. Recuperado el 1 de febrero del 2024 de: <https://thegiin.org/assets/2022-Market%20Sizing%20Report-Final.pdf>

J&J (s.f.). Our Story. *J&J*. Recuperado el 27 de febrero del 2024 de: <https://ourstory.jnj.com/fighting-infectious-disease#infectious-disease-ch-1-1>

J&J (s.f.). Our Credo. *J&J*. Recuperado el 27 de febrero del 2024 de: <https://www.jnj.com/our-credo>

J&J Impact Ventures (s.f.). About. *J&J Impact Ventures*. Recuperado el 28 de febrero del 2024 de: <https://impactventures.jnj.com/about>

J&J Impact Ventures (s.f.). Impact. *J&J Impact Ventures*. Recuperado el 28 de febrero del 2024 de: <https://impactventures.jnj.com/impact>

J&J Impact Ventures (s.f.). Portfolio. *J&J Impact Ventures*. Recuperado el 28 de febrero del 2024 de: <https://impactventures.jnj.com/portfolio>

Miller, N. (2023). Impact Investing. *Corporate Finance Institute*. Recuperado el 29 de enero del 2024 de: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/esg/impact-investing/>

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (2018). *Principales objetivos de la Unión Europea para una economía baja en residuos y circular*. Recuperado el 2 de marzo del 2024 de: <https://miteco.gob.es/es/ceneam/carpeta-informativa-del-ceneam/novedades/objetivos-ue-economia-circular.html#:~:text=Estos%20porcentajes%20se%20vuelven%20m%C3%A1s,los%20metales%20ferrosos%2C%20un%2075>

Naciones Unidas, (s.f.). Sostenibilidad. *Impacto Académico de Naciones Unidas*. Recuperado el 25 de noviembre del 2023 de: <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/sostenibilidad>

Nestlé (s.f.). Sobre Nestlé. *Nestlé*. Recuperado el 28 de febrero del 2024 de: <https://empresa.nestle.es/es/sobre-nestle>

Nestlé (s.f.). Nestlé Ventures: investing to drive innovation. *Nestlé*. Recuperado el 25 de febrero del 2024 de: <https://www.nestle.com/investors/overview/venture-capital-funds>

Nestlé (2020). Nestlé invests USD 30 million in Closed Loop Leadership Fund. Nestlé. Recuperado el 25 de febrero del 2024 de:

<https://www.nestle.com/media/pressreleases/allpressreleases/nestle-investment-closed-loop-leadership-fund>

Nestlé (2023). Nestlé announces partnership with The Yield Lab Latam to support startups transforming agriculture. *Nestlé*. Recuperado el 27 de febrero del 2024 de: <https://www.nestle.com/media/news/partnership-yield-lab-latam-agriculture>

Open Value Foundation, (2022). *Course: Introduction to Impact Investing*. <https://www.openvaluefoundation.org/es/introduccion-a-la-inversion-de-impacto>

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (s.f.). Criterios ESG y su relación con los ODS. *Noticias del Pacto Mundial*. Recuperado el 15 de febrero del 2024 de: <https://www.pactomundial.org/noticia/criterios-esg-y-su-relacion-con-los-ods/>

Patagonia (s.f.). 1% for the Planet. *Patagonia*. Recuperado el 31 de enero del 2024 de: <https://www.patagonia.com/one-percent-for-the-planet.html>

Repsol (s.f.). *Somos tu proveedor de multienergía*. Repsol. Recuperado el 25 de febrero del 2024 de: <https://www.repsol.com/es/conocenos/perfil-de-compania/index.cshtml>

Repsol (s.f.). Misión, Visión y Valores. *Repsol Global*. Recuperado el 25 de febrero del 2024 de: <https://www.repsol.com/es/conocenos/mision-vision-valores/index.cshtml>

Statista Research Department (2022). Investor's opinion on main challenges for the impact Investing industry worldwide in 2020. *Statista*. Recuperado el 20 de enero del 2024 de: <https://www.statista.com/statistics/1200353/main-challenges-for-impact-investing-industry/>

The Impact Investor (2023). 16 Awesome Impact Investing Examples to Know. *The Impact Investor*. Recuperado el 23 de febrero del 2024 de: <https://theimpactinvestor.com/impact-investing-examples/>

United Nations (2019). UN launches drive to highlight environmental cost of staying fashionable. *United Nations*. Recuperado el 2 de marzo del 2024 de: <https://news.un.org/en/story/2019/03/1035161>

World Economic Forum (2020). Why the world needs a “circular bioeconomy” – for jobs, biodiversity, and prosperity. *World Economic Forum*. Recuperado el 27 de febrero del 2024 de: <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/circular-bioeconomy-nature-reset/>

Yin, R. (2003). *Case study research. Design and methods*. USA: Sage Publications. Recuperado el 16 de octubre del 2023 de: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FzawIAdilHkC&oi=fnd&pg=PR1&dq=Yin,+R.+\(2003\).+Case+study+research.+Design+and+methods.+USa:+Sage+Publica-+tions.&ots=l_6V69pUXq&sig=pL-U84iqOFyFUvaLnmFd40rra94#v=onepage&q=Yin%2C%20R.%20\(2003\).%20Case%20study%20research.%20Design%20and%20methods.%20USa%3A%20Sage%20Publica-%20tions.&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FzawIAdilHkC&oi=fnd&pg=PR1&dq=Yin,+R.+(2003).+Case+study+research.+Design+and+methods.+USa:+Sage+Publica-+tions.&ots=l_6V69pUXq&sig=pL-U84iqOFyFUvaLnmFd40rra94#v=onepage&q=Yin%2C%20R.%20(2003).%20Case%20study%20research.%20Design%20and%20methods.%20USa%3A%20Sage%20Publica-%20tions.&f=false)

ANEXO I: Clasificación por empresas acerca de la comunicación con el compromiso con el impacto, la herramienta utilizada y la accesibilidad a la misma

| Nombre de la empresa | Sector | Comunicación | Accesibilidad para encontrar el tipo de herramienta |
|---------------------------------------|---------------------------------|--------------|---|
| Coca-Cola | Alimentación o Bebidas | Potente | Medio |
| McDonald's | Alimentación o Bebidas | Potente | Accesible |
| Nestlé | Alimentación o Bebidas | Potente | Inaccesible |
| Starbucks | Alimentación o Bebidas | Potente | Accesible |
| BYD Company | Automovilístico | Potente | Medio |
| BMW | Automovilístico | Potente | Inaccesible |
| Mercedes Benz Group | Automovilístico | Potente | Inaccesible |
| Unilever | Cuidado Personal | Potente | Medio |
| P&G | Cuidado Personal | Potente | Medio |
| Reckitt | Cuidado Personal | Potente | Medio |
| Iberdrola | Energía | Potente | Inaccesible |
| Repsol | Energía | Potente | Inaccesible |
| Schneider Electric | Energía | Intermedio | Accesible |
| Acciona | Energía y Construcción | Potente | Accesible |
| Exxon Mobile | Energía | Potente | Inaccesible |
| PetroChina | Energía | Potente | Inaccesible |
| Saudi Aramco | Energía | Potente | Inaccesible |
| Shell | Energía | Potente | Inaccesible |
| Sinopec | Energía | Potente | Accesible |
| SK Group | Energía | Potente | Medio |
| Tata Group | Energía | Potente | Accesible |
| General Electric | Energía | Intermedio | Accesible |
| Johnson & Johnson | Farmacéutico | Débil | Medio |
| Pfizer | Farmacéutico | Intermedio | Inaccesible |
| Roche | Farmacéutico | Débil | Inaccesible |
| BioNTech | Farmacéutico y Biotecnología | Intermedio | Inaccesible |
| Moderna | Farmacéutico y Biotecnología | Débil | Inaccesible |
| Merck | Farmacéutico y Tecnología | Intermedio | Inaccesible |
| Anglo American | Minería | Intermedio | Inaccesible |
| Glencore | Minería | Intermedio | Inaccesible |
| Gap Inc. | Moda | Intermedio | Inaccesible |
| Inditex | Moda | Potente | Medio |
| Patagonia | Moda | Potente | Accesible |
| Nike | Moda Deportiva | Débil | Inaccesible |
| Walmart | Otros (Grandes almacenes) | Débil | Inaccesible |
| Alibaba | Otros (Market Place) | Débil | Inaccesible |
| 3M | Otros (Papelería) | Débil | Inaccesible |
| NTT | Otros (Servicios Profesionales) | Potente | Inaccesible |
| Banco Sabadell | Servicios Financieros | Intermedio | Medio |
| BBVA | Servicios Financieros | Potente | Inaccesible |
| BNP | Servicios Financieros | Potente | Inaccesible |
| PayPal | Servicios Financieros | Débil | Inaccesible |
| Prudential Financial | Servicios Financieros | Débil | Medio |
| Stripe | Servicios Financieros | Débil | Inaccesible |
| Visa | Servicios Financieros | Potente | Medio |
| Amazon Web Services | Tecnología | Débil | Inaccesible |
| Apple | Tecnología | Débil | Inaccesible |
| Byte Dance | Tecnología | Débil | Inaccesible |
| Cisco | Tecnología | Intermedio | Inaccesible |
| Dell | Tecnología | Débil | Medio |
| Google | Tecnología | Débil | Medio |
| IBM | Tecnología | Intermedio | Inaccesible |
| Lenovo | Tecnología | Intermedio | Inaccesible |
| Microsoft | Tecnología | Débil | Inaccesible |
| Oracle | Tecnología | Intermedio | Medio |
| Salesforce | Tecnología | Intermedio | Medio |

| | | | |
|---------------------------|--------------------------------------|------------|-------------|
| Sony | Tecnología | Potente | Inaccesible |
| Xiaomi | Tecnología | Débil | Inaccesible |
| Space X | Tecnología aeroespacial | Débil | Inaccesible |
| Huawei | Tecnología de telecomunicaciones | Débil | Medio |
| Nvidia | Tecnología e Inteligencia Artificial | Débil | Inaccesible |
| Bosch | Tecnología y equipos industriales | Intermedio | Medio |
| Hitachi | Tecnología y equipos industriales | Intermedio | Inaccesible |
| HoneyWell | Tecnología y equipos industriales | Intermedio | Medio |
| Siemens | Tecnología y equipos industriales | Intermedio | Accesible |
| Comcast | Telecomunicaciones | Potente | Medio |
| Telus | Telecomunicaciones | Potente | Medio |
| Samsung | Tecnología | Débil | Inaccesible |

Comunicación sobre su implicación en el impacto

| | |
|------------|--|
| Potente | Aparece claramente en su pantalla de inicio |
| Intermedio | Aparece en una de las pestañas principales desde su pantalla de inicio |
| Débil | Es difícil de encontrar en su página web |

Tiempo de búsqueda para encontrar la herramienta

| | |
|---------|--------------------|
| Bajo | Menos de 2 de mins |
| Medio | Entre 2 y 5 mins |
| Elevado | Más de 5 minutos |

| Nombre de la empresa | Tipo de herramienta o instrumento para hacer impacto | Link |
|---------------------------------------|--|----------------------|
| Coca-Cola | Coca-Cola Foundation | Link |
| McDonald's | RonaldMcDonald Foundation | Link |
| Nestlé | Colaboraciones con otras entidades | Link |
| Starbucks | Fundación Starbucks | Link |
| BYD Company | BYD Charity Foundation | Link |
| BMW | BMW Foundation | Link |
| Mercedes Benz Group | Mercedes Benz Group Foundation | Link |
| Unilever | Varias Iniciativas entre las que destaca Unilever Climate and Nature Fund | Link |
| P&G | Propias Iniciativas | Link |
| Reckitt | Colaboraciones con otras entidades | Link |
| Iberdrola | Fundación Iberdrola | Link |
| Repsol | Fundación Repsol | Link |
| Schneider Electric | Fundación Schneider Electric | Link |
| Acciona | Fundación Acciona | Link |
| Exxon Mobile | Exxon Foundation | Link |
| PetroChina | Propias iniciativas dentro de su actividad principal pero no de inversión o eso parece | Link |
| Saudi Aramco | Aramco Sustainability Fund y otras iniciativas | Link |
| Shell | Shell Foundation | Link |
| Sinopec | Iniciativas propias | Link |
| SK Group | Diversas fundaciones (SK's Happiness Foundation, SK Smile Financial Foundation) | Link |
| Tata Group | Varias Inciaitvas (Tata Trusts, Tata Sustainability Group, Tata Engage) | Link |
| General Electric | General Electric Foundation | Link |
| Johnson & Johnson | J&J Impact Investment Fund | Link |
| Pfizer | Pfizer Foundation | Link |
| Roche | Fundación Salesforce | Link |
| BioNTech | Colaboraciones con otras entidades | Link |
| Moderna | - | - |
| Merck | Invertir en entidades con impacto | Link |
| Anglo American | Anglo American Foundation | Link |
| Glencore | Colaboraciones con otras entidades o Iniciativas propias | Link |
| Gap Inc. | Colaboraciones con otras entidades | Link |
| Inditex | Colaboraciones con otras entidades | Link |

| | | |
|--------------------------------------|---|----------------------|
| Patagonia | 1 % For the Planet | Link |
| Nike | Propias iniciativas pero no tienen un instrumento específico | Link |
| Walmart | Walmart Foundation (Filantropía) | Link |
| Alibaba | Iniciativas propias como Bono de Sostenibilidad | Link |
| 3M | 3m Foundation | Link |
| NTT | NTT Data Foundation | Link |
| Banco Sabadell | Fundación Banco Sabadell | Link |
| BBVA | Fundación BBVA | Link |
| BNP | Fundación BNP Paribas | Link |
| PayPal | Paypal Giving Fund | Link |
| Prudential Financiam | Inversión puntual usando capital de la empresa | Link |
| Stripe | Iniciativas para ayudar a empresas en el proceso de descarbonización | Link |
| Visa | Visa Foundation | Link |
| Amazon Web Services | Colaboraciones con otras entidades | Link |
| Apple | Varias Iniciativas (Apple Impact Innovator, Apple's Racial Equity and Justice Initiative) | Link |
| Byte Dance | Acciones puntuales | Link |
| Cisco | Cisco Foundation | Link |
| Dell | Colaboraciones con otras entidades | Link |
| Google | Google.org | Link |
| IBM | IBM Philantropy | Link |
| Lenovo | Lenovo Foundation | Link |
| Microsoft | Varias Iniciativas (Climate Innovation Fund, Microsoft Philantropies) | Link |
| Oracle | Oracle Education Foundation y Colaboraciones con otras entidades | Link |
| Salesforce | Colaboraciones con otras entidades | Link |
| Sony | Varias iniciativas (Sonny Innovation Fund, Sony Education Foundation, etc.) | Link |
| Xiaomi | Xiaomi Foundation (Filantropía) | Link |
| Space X | - | - |
| Huawei | Propias iniciativas (pocas) | Link |
| Nvidia | - | - |
| Bosch | Iniciativas propias como Fundaciones o Creación de Institutos | Link |
| Hitachi | Hitachi Foundation y Colaboraciones con otras entidades | Link |

| | | |
|---------------------------|--|----------------------|
| HoneyWell | Colaboraciones con otras entidades | Link |
| Siemens | Siemens Foundation | Link |
| Comcast | Colaboraciones con otras entidades o proyectos propios | Link |
| Telus | Varias Iniciativas (Telus Pollinator Fund, Telus Friendly Future Foundatino) | Link |
| Samsung | Samsung Foundation | Link |

| Nombre de la empresa | Foco de las iniciativas | Fuente |
|---------------------------------------|---|----------------------------------|
| Coca-Cola | Agua, residuos y medio ambiente | BCG, 2023 |
| McDonald's | Bienestar infantil | BCG, 2023 |
| Nestlé | Diverso (nutrición, medio ambiente, DDHH) | BCG, 2023 |
| Starbucks | Diverso (inclusión social, apoyo económico, educación, etc.) | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| BYD Company | Diverso (educación, salud, catástrofes naturales, etc.) | BCG, 2023 |
| BMW | Diverso (medio ambiente, energía, etc.) | BCG, 2023 |
| Mercedes Benz Group | Ciencia y tecnología | BCG, 2023 |
| Unilever | Diverso (salud, medio ambiente, inclusión, etc.) | BCG, 2023 |
| P&G | Diverso (inclusión, medio ambiente, etc.) | BCG, 2023 |
| Reckitt | Diverso (inclusión, cambio climático, etc.) | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Iberdrola | Diverso (educación, ciencia, arte, etc.) | Bolsa y Mercados Españoles, 2024 |
| Repsol | Diverso (emprendimiento, cambio climático, etc.) | Bolsa y Mercados Españoles, 2024 |
| Schneider Electric | Educación | BCG, 2023 |
| Acciona | Línea estratégica de la compañía | Bolsa y Mercados Españoles, 2024 |
| Exxon Mobile | Diverso (salud, empoderamiento de la mujer) | BCG, 2023 |
| PetroChina | Línea estratégica de la compañía | BCG, 2023 |
| Saudi Aramco | Diverso (cambio climático, diversidad, soluciones tecnológicas, etc.) | BCG, 2023 |
| Shell | Diverso (cambio climático, diversidad, emprendimiento, etc.) | BCG, 2023 |
| Sinopec | Diverso (revitalización de zonas rurales, energía, etc.) | BCG, 2023 |
| SK Group | Diverso (educación, préstamos, medio ambiente, etc.) | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Tata Group | Diverso (deportes, medio ambiente, educación, etc.) | BCG, 2023 |
| General Electric | Diverso (educación, salud, cultura, etc.) | BCG, 2023 |
| Johnson & Johnson | Línea estratégica de la compañía | BCG, 2023 |
| Pfizer | Línea estratégica de la compañía | BCG, 2023 |
| Roche | Diverso (educación, cambio climático, etc.) | BCG, 2023 |

| | | |
|--------------------------------------|---|----------------------------------|
| BioNTech | Diverso (salud, medio ambiente, etc.) | BCG, 2023 |
| Moderna | - | BCG, 2023 |
| Merck | Línea estratégica de la compañía | BCG, 2023 |
| Anglo American | Empoderamiento de los jóvenes | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Glencore | Diverso (educación, salud, medio ambiente, etc.) | BCG, 2023 |
| Gap Inc. | Línea estratégica de la compañía | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Inditex | Diverso (asistencia social, educación, preservación de la naturaleza, etc.) | Bolsa y Mercados Españoles, 2024 |
| Patagonia | Medio ambiente | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Nike | Diverso (salud, medio ambiente, diversidad, etc.) | BCG, 2023 |
| Walmart | Diverso (medio ambiente, inclusión, salud, etc.) | BCG, 2023 |
| Alibaba | Medio ambiente | BCG, 2023 |
| 3M | Diverso (educación, emprendimiento, etc.) | BCG, 2023 |
| NTT | Línea estratégica de la compañía | BCG, 2023 |
| Banco Sabadell | Diverso (cultura, artes, investigación, etc.) | Bolsa y Mercados Españoles, 2024 |
| BBVA | Diverso (música, medio ambiente, educación, etc.) | Bolsa y Mercados Españoles, 2024 |
| BNP | Diverso (educación, ciencia, etc.) | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| PayPal | Línea estratégica de la compañía | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Prudential Financiam | Diverso (educación, inclusión financiera, vivienda, etc.) | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Stripe | Descarbonización | BCG, 2023 |
| Visa | Diverso (préstamos, inclusión, medio ambiente, etc.) | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Amazon Web Services | Línea estratégica de la compañía | BCG, 2023 |
| Apple | Variado (medio ambiente, inclusión, etc.) | BCG, 2023 |
| Byte Dance | Ayuda durante covid | BCG, 2023 |
| Cisco | Línea estratégica de la compañía | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Dell | Diverso (medio ambiente, social, etc.) | BCG, 2023 |
| Google | Diverso (educación, ciencia, etc.) | BCG, 2023 |
| IBM | Línea estratégica de la compañía | BCG, 2023 |
| Lenovo | Línea estratégica de la compañía | BCG, 2023 |
| Microsoft | Diverso (medio ambiente, diversidad, tecnología, etc.) | BCG, 2023 |
| Oracle | Educación | BCG, 2023 |

| | | |
|----------------------------|---|-----------------------|
| Salesforce | Diverso (educación, cambio climático, etc.) | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Sony | Diverso (medio ambiente, educación, música, etc.) | BCG, 2023 |
| Xiaomi | Diverso (social, tecnología, salud, etc.) | BCG, 2023 |
| Space X | - | BCG, 2023 |
| Huawei | Educación | BCG, 2023 |
| Nvidia | - | BCG, 2023 |
| Bosch | Diverso (sociedad, educación, medio ambiente, etc.) | BCG, 2023 |
| Hitachi | Diverso (ciencia, innovación, inclusión, etc.) | BCG, 2023 |
| HoneyWell | Diverso (deportes, educación, medio ambiente, etc.) | BCG, 2023 |
| Siemens | Diverso (educación, emprendimiento, cultura, etc.) | BCG, 2023 |
| Comcast | Línea estratégica de la compañía | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Telus | Diverso (medio ambiente, salud, educación, etc.) | Gilbert y Ortiz, 2023 |
| Samsung | Diverso (salud, arte, cultura, etc.) | BCG, 2023 |