



Iniciativas sociales: minería lidera en impacto, agroindustria en alcance

■ El Índice de Impacto Social Empresarial 2024, de BSponsor, mostró que el retail y la banca destacaron en programas “no territoriales”.

POR I. RAMOS Y M. SOUBLETTE

Cuando las empresas hablan de la relación que establecen con las comunidades en que operan, ¿cómo se puede medir si sus iniciativas tienen impacto social o no? Esta es una de las interrogantes que quiso despejar la plataforma chilena BSponsor, elaborando el primer Índice de Impacto Social Empresarial.

“Desde nuestra perspectiva, las empresas no hacen filantropía, sino que intentan que sus negocios sean sostenibles en el tiempo, y esto implica ser buenos vecinos y conectar con los valores de sus clientes y grupos de interés relevantes”, explicó a DF el CEO de BSponsor, José Luis Tapia.

“Medir el impacto social es, por tanto, un imperativo estratégico que permite a las empresas ir más allá de la mera intención o la cuantificación de recursos invertidos, para

evaluar los resultados tangibles y los efectos causales de sus iniciativas en las comunidades”, agregó.

Para elaborar el índice –que será presentado el próximo martes 19 en las oficinas de PwC– se analizaron las iniciativas sociales y comunitarias de 75 empresas, a partir de los reportes de sostenibilidad o memorias anuales correspondientes a 2024.

El estudio integró variables como la calidad de la iniciativa, duración, frecuencia y las características de la comunidad en las que intervino cada empresa. El primer hallazgo fue que existen dos modelos predominantes: las compañías que priorizan un territorio o tema, y las que se enfocan en el alcance masivo.

Esta dualidad se reflejó en que la industria minera alcanzó el mayor puntaje de impacto social (2.269 puntos), pero llegó a solo 131 mil

personas, mientras el sector de alimentos y agroindustria alcanzó al mayor número de personas (más de 1,2 millón), con 1.245 puntos.

Por número de iniciativas, destacó la minería (156), seguida de energía, combustibles y agua (142), y banca y servicios financieros (140). Los 918 programas analizados se enfocaron en 23 temáticas. Las que tuvieron mayor puntaje de impacto fueron educación (3.528), vulnerabilidad (1.304), y agua limpia y saneamiento (1.233).

Impacto en regiones

Las iniciativas sociales empresariales impactaron a 4.077.277 personas a lo largo de Chile. La zona central concentró el mayor porcentaje de impacto (35%).

En el desglose por regiones, Coquimbo obtuvo el mayor impacto (1.206 puntos), seguida por Valparaíso (1.091) y Biobío (1.085). Por su parte, la Región Metropolitana, aunque concentró el mayor número de iniciativas (171), no está ni entre las con mayor impacto, ni entre las regiones con mayor alcance de personas.

Aquellos programas que no se limitaron a una región específica fueron clasificados como “no territoriales”. “Estas iniciativas son cruciales, representando el 24% del impacto total positivo que generan las empresas en Chile, alcanzando a más de 2,1 millones de personas”, comentó Tapia.

Según el CEO de BSponsor, la predominancia del retail y banca en este segmento no es fortuito. El retail tiene vastas redes logísticas y de distribución, mientras que la banca posee la capilaridad financiera y de comunicación “necesarias para movilizar recursos y ayuda a una escala sin precedentes en todo el país”.