

NEGOCIOS CON PROPÓSITO:

Ranking de Sostenibilidad Empresarial 2025 revela avances y brechas en la agenda corporativa

Si bien las compañías chilenas muestran un mayor desarrollo en lo social, persisten desafíos en materia ambiental y de gobierno corporativo.

La sostenibilidad juega un rol central en la gestión y continuidad de las empresas. Así lo entienden las compañías que han integrado a su quehacer factores ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), con la certeza de que estos contribuyen a la continuidad del negocio.

Precisamente esos factores reportados en las memorias integradas son las que evalúa el Ranking de Sostenibilidad Empresarial 2025, elaborado por Brinca y la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), cuyo propósito es — explica José Manuel Morales, gerente general de Brinca— “visibilizar el aporte que hacen las empresas al desarrollo sostenible, entendiendo este como el equilibrio entre lo ambiental, lo social y lo económico. Queremos mostrar los avances, pero también las brechas y desafíos que aún existen”.

BENCHMARK ESTRATÉGICO

Desde la UAI, su vicedecano de Postgrado y académico de la Escuela de Negocios, Juan Pablo Torres, resalta la relevancia de esta herramienta. “El ranking constituye una referencia nacional que permite medir, comparar y guiar el desempeño en sostenibilidad de las grandes empresas chilenas. No se trata solo de una evaluación, sino de un benchmark sectorial que orienta planes de acción basados en evidencia y promueve la adopción de prácticas

consistentes en materia ASG”, señala. A su juicio, visibilizar los casos de éxito tiene un efecto multiplicador, ya que “los líderes empresariales obtienen enormes beneficios al mostrar prácticas de negocios sostenibles que generan valor compartido a Chile y fortalecen la legitimidad de su propuesta de valor ante la sociedad”.

AVANCES CON Matices

Uno de los hitos de esta versión fue la actualización metodológica, que permitió ponderar los resultados según industria. Esto, según Morales, entrega una fotografía más justa de sectores con realidades muy distintas, porque “obviamente, dependiendo de la industria, los temas de sostenibilidad son diferentes. Por eso era necesario ajustar la mirada y ampliar los indicadores”.

Los resultados muestran un avance intermedio de las empresas chilenas en la sostenibilidad. En lo ambiental, destaca la economía circular, con iniciativas que van más allá del reciclaje para incluir la reutilización de procesos productivos, gestión eficiente del agua y proyectos de desalinización en la minería.

En lo social, los resultados son más sólidos. “Las empresas han evolucionado hacia modelos más participativos, involucrando a colaboradores, comunidades y proveedores. El desafío ahora es medir mejor el impacto de estos programas, no solo por número

de beneficiados, sino por los cambios que generan en el negocio y la sociedad”, precisa Morales.

Torres complementa con cifras: “La dimensión social muestra un promedio de 60 puntos, mientras que la ambiental alcanza 47 y la de gobierno corporativo 51. Esto refleja un avance, pero también evidencia la necesidad de integrar de manera más equilibrada las tres dimensiones ASG”.

FACTORES DISTINTIVOS

¿Qué caracteriza a las compañías mejor posicionadas? Morales lo resume en tres puntos: convicción ambiental con innovación tecnológica; programas sociales que trascienden lo filantrópico; y sostenibilidad integrada como estrategia de negocio.

“Cuando la sostenibilidad se trabaja desde el directorio, con compromisos claros y hojas de ruta vinculadas a la cultura y a la operación, ahí vemos las mayores diferencias. No se hace porque la normativa lo pide, sino porque se entiende que es fundamental para la permanencia del negocio a largo plazo”, afirma.

En la misma línea, Torres agrega que “las empresas líderes muestran compromiso desde la alta dirección, conciencia climática con planes de mitigación y adaptación, y un fuerte énfasis en la relación con los grupos de interés. Esa combinación permite pasar de la



José Manuel Morales, gerente general de Brinca.



Juan Pablo Torres, vicedecano de Postgrado y académico de la Escuela de Negocios UAI.

sostenibilidad declarativa a la sostenibilidad integrada”.

PREPARAR A LOS LÍDERES DEL FUTURO

El académico UAI enfatiza que la sostenibilidad debe ser parte del *management* moderno. “En la Escuela de Negocios hemos incorporado la sostenibilidad como eje transversal de nuestros programas de postgrado y educación ejecutiva. El Magíster en Negocios Sostenibles, por ejemplo, busca entrenar líderes capaces de leer los desafíos ambientales y sociales como oportunidades de innovación, vinculando la sostenibilidad con la estrategia, la operación y las finanzas”.

Agrega que un alto ejecutivo necesita tres tipos de competencias: conocimientos técnicos en criterios ASG y economía circular; habilidades de

liderazgo adaptativo para gestionar cambios y dialogar con *stakeholders*; y actitudes éticas, con integridad y compromiso con el bien común.

DESAFÍOS

Ambos expertos coinciden en que los desafíos son múltiples. Morales apunta a la necesidad de focalizarse en temas estratégicos, mejorar la comunicación hacia *stakeholders* y adoptar una mirada de largo plazo que incluya toda la cadena de suministro.

Torres complementa: “Hacia 2026-2027, los retos ambientales más urgentes son cerrar brechas en emisiones, manejo de agua y energías limpias. En lo social, potenciar la diversidad e inclusión como motor de productividad e innovación. Y en gobierno corporativo, avanzar en transparencia, vincular

sostenibilidad con finanzas y aprovechar tecnologías como la inteligencia artificial para asegurar eficiencia y rendición de cuentas”.

Pese a las tensiones geopolíticas y el escepticismo que aún existe en algunos directorios, Morales es optimista. “Las empresas que realmente creen en esto y lo están impulsando han mantenido su agenda y han seguido avanzando. El ranking ayuda a tener una medición sólida para mejorar en el largo plazo”, concluye.

Torres coincide en que el proceso está en marcha y recalca que “la sostenibilidad no es una moda, es una condición para competir y perdurar en los negocios del siglo XXI. Las empresas chilenas deben asumir que este es un camino irreversible y que el liderazgo empresarial y académico será clave para recorrerlo con éxito”.