



SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL:

El nuevo estándar de competitividad en Chile: El salto del relato a la estrategia estructural

El director general de Merco, Rodrigo Alvia, analiza los resultados del ranking ESG 2025 y advierte que la sostenibilidad ha dejado de ser una herramienta de marketing para convertirse en un factor crítico de rentabilidad y supervivencia operativa.

La reputación corporativa en Chile ha dejado de ser un concepto etéreo para transformarse en un activo medible y determinante. Los resultados del ranking Merco Responsabilidad ESG 2025 no solo han ratificado liderazgos históricos como los de BCI, Natura y Mercado Libre, sino que han encendido las alarmas sobre la urgencia de integrar los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en el núcleo de la toma de decisiones.

Para Rodrigo Alvia, director general de Merco, este liderazgo no es fruto del azar ni de campañas publicitarias de último minuto. Por el contrario, responde a una solidez operativa sostenida en el tiempo. Sobre el caso de BCI, que encabeza la lista por más de una década, Alvia asegura que "no hay reputación sin realidad. BCI ha mantenido su liderazgo por 14 años consecutivos, lo que

demuestra que la sostenibilidad no es una campaña, sino parte de su modelo de negocio. La ventaja reputacional es simplemente el mercado reconociendo esa excelencia operativa sostenida".

FIN DEL "GREENWASHING"

El análisis de Merco sugiere que el empresariado chileno está dando un paso definitivo. La época en la que el ESG era visto como un "plus" para mejorar la imagen pública ha terminado. Hoy, tanto los inversionistas como el marco regulatorio y los consumidores exigen transparencia y gestión de riesgos a largo plazo.

"Si una empresa no gestiona sus riesgos ambientales o sociales, el mercado la penaliza con un mayor costo de capital o la pérdida de licencias sociales para operar", advierte Alvia, quien añade que "la reputación



REBEKES

Las empresas que aún no incorporan los criterios ESG deben actuar con proactividad si quieren mantener la competitividad en su área.

en confianza es negocio; la responsabilidad siempre traerá mejores dividendos".

Sin embargo, al evaluar las debilidades del ecosistema nacional, el director de Merco identifica un estancamiento preocupante. Aunque las dimensiones ambiental y social han mostrado avances en la última década, la ética corporativa parece estar en pausa. El error más común, afirma, es tratar estos criterios como un simple trámite administrativo de

"reportabilidad" o llenado de formularios, en lugar de utilizarlos como una brújula estratégica.

TERRITORIO Y COHERENCIA INTERNA

Uno de los puntos relevantes del informe es la gestión en regiones. Empresas como Colun, que ocupa el quinto puesto, demuestran que la identidad territorial es una ventaja competitiva. Para Alvia, las industrias extractivas y

energéticas han tenido que profesionalizarse por "supervivencia operativa", mientras que las firmas con base en Santiago corren el riesgo del "aislamiento corporativo".

"Cualquier desconexión entre el relato corporativo en Santiago y la realidad en el territorio destruye la reputación de forma inmediata. Las comunidades hoy exigen ser socios del desarrollo; ya no basta con la filantropía", afirma.

De ahí que el llamado para las

empresas que aún no logran subirse al liderazgo ESG es hacia la proactividad. Alvia sostiene que la transformación debe nacer desde el interior de la organización, involucrando a los colaboradores y, sobre todo, a la gerencia general.

"Si nos quedamos en el relato, el sistema nos expulsará", sentencia el director general de Merco. En el Chile de 2025, la pregunta para las compañías ya no es cuánto cuesta ser responsable, sino cuál es el precio de no serlo.