



PERCEPCIÓN CIUDADANA

Qué esperan las personas de las empresas en materia ESG

La sostenibilidad se ha consolidado como un factor cada vez más relevante para la sociedad, al integrar crecimiento económico, cuidado del medioambiente y bienestar social dentro de una misma estrategia de desarrollo.

Por: Cristóbal Bley

Las empresas han asumido un rol cada vez más protagónico en la implementación de criterios ESG, especialmente aquellas comprometidas con avanzar en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), mediante iniciativas orientadas a reducir su huella de carbono, impulsar la economía

circular y fortalecer políticas de diversidad e inclusión, entre otras acciones. Sin embargo, más allá de las estrategias corporativas, surge una pregunta clave: ¿cómo perciben las personas la sostenibilidad empresarial?

Para responder a esa interrogante, el Monitor de Sostenibilidad Empresarial, desarrollado por Ipsos y la Universidad del Desarrollo, encuestó a más de 5 mil personas mayores de 18 años a lo largo de Chile, representando distintos grupos socioeconómicos. Los resultados de esta nueva edición evidenciaron una tendencia clara: la ciudadanía no solo valora la sostenibilidad, sino que también ha elevado sus expectativas respecto al rol que cumplen las empresas en esta materia.

El estudio mostró un aumento en la percepción positiva en comparación con 2024. En términos generales, el promedio empresarial registró un alza de cinco puntos, alcanzando un Índice de Percepción de Sostenibilidad Empresarial (IPSE) de 597 puntos. A nivel de dimensiones ESG, todas registraron avances: el ámbito ambiental pasó de 592 a 597 puntos, el social aumentó de 608 a 612 y gobernanza subió de 594 a 598 puntos.

Si bien el crecimiento fue moderado, los resultados reflejan una señal consistente de que las personas perciben un mayor compromiso de las compañías con prácticas más responsables, sostenibles y transparentes. Sin embargo, el estudio también revela una brecha importante entre el avance de las estrategias corporativas y la comprensión que tiene la ciudadanía sobre estos conceptos.

A medida que la sostenibilidad ha ganado espacio dentro de las comunicaciones de instituciones públicas y privadas, también se han complejizado los conceptos asociados, especialmente en la dimensión ambiental. El lenguaje utilizado se ha vuelto cada vez más técnico, dificultando que muchas personas puedan comprender fácilmente este tipo de información.

Conceptos y mensajes como "somos una empresa sostenible" o "comprometidos con la sostenibilidad" se han vuelto frecuentes en campañas y comunicaciones corporativas. No obstante, el estudio de Ipsos evidenció que cerca de la mitad de las personas aún no está familiarizada con el concepto

de sostenibilidad, por lo que este tipo de mensajes puede perder efectividad si no se comunica de manera más clara y cercana.

Pese a ello, el conocimiento sobre sostenibilidad ha mostrado avances en los últimos años. Según los resultados del Monitor, el porcentaje de personas que tiene una idea parcial o reconoce correctamente el concepto aumentó desde un 49% en la medición de 2023 a un 54% en la versión del 2025.

Según Miguel Ángel Pinto, director del Monitor de Sostenibilidad Empresarial, "es interesante ver que, en los tres años de medición, si bien se mantiene una mayor asociación a la dimensión ambiental de la sostenibilidad, lentamente las personas van entendiendo que también hay un componente social".

¿Por qué nace este índice?

La relación entre los ciudadanos y las marcas ha cambiado de manera profunda. No es suficiente tener publicidad atractiva, empaques coloridos o un conocido rostro en las campañas para ganarse la preferencia de los clientes: hoy los consumidores observan, cuestionan y evalúan a las empresas detrás de los productos que consumen. Las marcas que mejor logran conectar con las personas son aquellas que demuestran un compromiso genuino con su entorno.

En este contexto, la sostenibilidad se ha convertido en un factor clave. Chile, en particular, se ha consolidado como un referente en el avance del Desarrollo Sostenible en América Latina, lo que hace aún más relevante contar con un instrumento que capture la percepción de su ciudadanía en esta materia.

Cómo se construye: la metodología

El estudio se basa en 5.000 encuestas aplicadas a nivel nacional a personas mayores de 18 años y de distintos niveles socioeconómicos. El cuestionario, de aproximadamente 14 minutos en formato online, aborda aspectos como los conceptos que tienen los ciudadanos sobre sostenibilidad, la relevancia que esta tiene en su vida diaria, los esfuerzos que esperan de las empresas en esta materia y cómo perciben el aporte que estas realizan en sus distintas dimensiones.



5.000

encuestas son utilizadas en la confección del índice de Ipsos.

El Monitor de Sostenibilidad Empresarial IPSOS es una iniciativa desarrollada en conjunto por IPSOS y la Universidad del Desarrollo. Ambas instituciones publican sus resultados anualmente, respaldando con rigor académico y metodológico una medición que se ha convertido en referencia para entender cómo los chilenos perciben el rol de las empresas en materia de sostenibilidad.