

Fecha: 30-04-2026
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Energía & Sustentabilidad
Tipo: Columnas de Opinión
Título: Columnas de Opinión: Sostenibilidad al servicio de la rentabilidad

Pág. : 10
Cm2: 114,1
VPE: \$ 1.498.581

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida

Sostenibilidad al servicio de la rentabilidad

Luego de transcurridos un par de días del Summit de Sostenibilidad organizado por "El Mercurio", creo importante relevar una idea que me parece fundamental para que podamos ser eficaces en el camino de la sustentabilidad y protección de nuestros recursos naturales, cada vez más escasos. Quizás puede parecer extraño, o al menos no habitual, referirnos a la rentabilidad como un concepto que va de la mano de la sustentabilidad.

Hoy, más que nunca, debemos avanzar en temas tan complejos como la descarbonización de nuestra economía, lo que cual significa, ni más ni menos, que modificar nuestra matriz energética, y eso a su vez significa en gran parte electrificar nuestra matriz. Un 67% de nuestra energía primaria está basada en combustibles fósiles; un 98% del petróleo que se utiliza en Chile es importado. Desafío no menor y que requiere todo nuestro trabajo y mejores esfuerzos para generar soluciones, pero no cualquier solución, sino soluciones que sean rentables y atractivas al sector privado, que es responsable de 85% del PIB de nuestro país.

Se insiste mucho en el rol del Estado, que sin duda es importante, en crear las condiciones habilitantes para generar oportunidades. Pero no pensemos tanto en el Estado, sino en cómo movilizamos al sector privado y somos capaces de desarrollar soluciones tecnológicas, repito, rentables. Las empresas deben velar por la rentabilidad de sus operaciones, sin este requisito, no existen, entonces pongámonos manos a la obra para que ello ocurra.

El mercado de carbono es un buen ejemplo de cómo encontrar soluciones que, por una parte, aumenten la tasa interna de retorno (TIR) de proyectos de privados que disminuyan la emisión de gases de efecto invernadero, a través de la venta de bonos de carbono, y, por otra, apoyen a la descarbonización. Chile tiene una gran oportunidad en este mercado. De eso se trata.

Paradójicamente, la deuda soberana de Chile hoy está indexada en un 40% a bonos temáticos (sostenibles con contenido ESG) cuya tasa de interés está condicionada al cumplimiento de sus KPI, como, por ejemplo, el cumplimiento de las metas

climáticas o el número de mujeres en los directorios.

Algunos hablan de crisis ambiental, yo prefiero hablar de oportunidades; oportunidades que nacen de la necesidad de buscar soluciones de la mano del mercado.

No se trata aquí de medioambiente versus la economía, se trata de considerar principios de mercado y crecimiento económico.

En vez de hablar de sacrificios (decrecimiento), busquemos las oportunidades de generar ingresos, que las hay.

Chile tiene hoy una generación eléctrica bruta basada en energías renovables no convencionales equivalente a un 63%, sin la intervención del Estado, y eso es lo destacable. Se puede.

En el plano de la conservación de los recursos naturales, también debemos mirar ejemplos que dan cuenta de lo anterior, a través de las llamadas soluciones basadas en la naturaleza (SBN). Nuestros recursos naturales, como por ejemplo los humedales, proveen de servicios ecosistémicos tales como purificación del

agua, absorción de carbono, refugios de aves migratorias, etc. Todo lo anterior debe mirarse como un activo, y sacar cuentas alegres. Hoy vemos cómo algunas inmobiliarias lo ven así e integran el humedal dentro de sus políticas de sustentabilidad; y el humedal es parte de su proyecto, un activo del mismo que atrae a inversionistas y habitantes. Del mismo modo se refuerza la colaboración público-privada hacia la conservación, y en Fundación Kennedy tenemos ejemplos que dan cuenta de estas experiencias.

La sustentabilidad (y ESG) mejora el acceso a financiamiento con menores costos de capital, disminuye la volatilidad financiera en el mediano y largo plazo, mejora el control de riesgos y la reputación corporativa (cuál es el valor de mi marca), entre otros.

En resumen, cuando hablamos de sustentabilidad no estamos hablando de una moda, de filantropía, ni de una buena onda, sino que de un instrumento para lograr una mayor rentabilidad dentro de la empresa, de cómo hacer buenos negocios de la mano del cuidado del medioambiente.



ARTURO BRANDT,
DIRECTOR DE LA FUNDACIÓN KENNEDY