

Opinión

La sostenibilidad como estrategia de negocio



Margarita Ducci
Directora Ejecutiva
Pacto Global Chile, ONU

Por años, la sostenibilidad fue vista como un complemento deseable, pero no esencial, de la gestión empresarial. Un ámbito relevante, sin duda, pero muchas veces separado del corazón de las decisiones estratégicas. Hoy, a pesar de voces disidentes, esa mirada ya no resiste el análisis. Vivimos un contexto global complejo y exigente. La pandemia hace unos años, con sus consecuencias en todos los ámbitos, la inestabilidad económica, las tensiones geopolíticas, la crisis climática, los desafíos sociales y una creciente polarización, han puesto a prueba a las organizaciones como pocas veces antes.

Las empresas operan en un escenario donde las reglas cambian rápido: se reconfiguran las cadenas de suministro, la tecnología acelera transformaciones profundas y los marcos regulatorios evolucionan con mayor rigor y velocidad. En ese escenario, una conclusión se vuelve cada vez más evidente; la sostenibilidad ha dejado de ser periférica para convertirse en un eje estratégico del negocio. Las empresas que integran propósito, transparencia y visión de largo plazo no solo están mejor preparadas para gestionar riesgos; están, además, construyendo

competitividad, resiliencia e innovación en un mundo incierto. Este punto es especialmente relevante hoy, cuando el Pacto Global de Naciones Unidas inicia su nuevo ciclo estratégico 2026–2030. Ya no basta con afirmar qué es lo correcto, sino que resulta imprescindible mostrar, con datos y evidencia, que la sostenibilidad genera valor económico, mejora la eficiencia, fortalece la reputación y abre oportunidades de crecimiento. La sostenibilidad es ética, pero también es negocio. Es valor social, al mismo tiempo, valor económico. Desde esa convicción surge la importancia de iniciativas como Conecta, una plataforma de Pacto Global que permite visibilizar cómo las empresas están llevando estos principios a la práctica. Este año, se presentaron 150 iniciativas de 64 organizaciones de distintos sectores y tamaños, y cerca de un 70% correspondió a iniciativas nuevas o postuladas por primera vez. Esa cifra no es menor: habla de un ecosistema empresarial activo, dinámico y dispuesto a innovar.

Más allá del reconocimiento a iniciativas destacadas, hay un aspecto que merece especial atención: el aprendizaje colectivo. Por segundo año consecutivo,

las empresas recibieron retroalimentación individual sobre sus proyectos, identificando fortalezas y oportunidades de mejora, con foco en la pertinencia de las metas y los objetivos planteados. Este ejercicio, riguroso y colaborativo, ha elevado la calidad de la información, fortalecido los relatos y contribuido a una mayor profesionalización de la gestión en sostenibilidad. Detrás de cada iniciativa hay equipos convencidos de que las empresas pueden y deben transformar positivamente sus entornos. Hay creatividad, decisiones valientes y, muchas veces, esfuerzos que avanzan contra la inercia. Ver ese compromiso sostenido confirma algo fundamental: en Chile, la sostenibilidad ya no es una promesa; es una realidad que crece, se consolida y se vuelve cada vez más exigente.

Mirando hacia adelante, el desafío es claro. Transformar la ambición en acción concreta, profundizar la medición de impactos y demostrar, con resultados, que la sostenibilidad construye empresas más sólidas y un país más justo, inclusivo y sostenible. Conecta es una prueba tangible de que esto es posible. Un espacio que muestra que la sostenibilidad funciona, y funciona bien, cuando se integra de manera estratégica al negocio.