

---

JUAN FONTAINE CORREA,  
FUNDADOR Y CEO DE ACCIONET

## Sin datos no hay sostenibilidad

Quién podría negar en estos tiempos la importancia que ha cobrado la sostenibilidad como eje estratégico en el sector corporativo. Los estándares ESG, la presión regulatoria y las expectativas de consumidores y comunidades han elevado el estándar y han hecho que ya no baste con declarar compromisos, hay que demostrar resultados. En este escenario surge una dificultad que muchas organizaciones aún no logran resolver del todo: cómo medir con precisión su impacto ambiental y social.

En la práctica, gran parte de los reportes se construyen con información dispersa, indicadores parciales o evaluaciones puntuales. Son fotografías estáticas de una realidad dinámica que no dejan ver qué es lo que está funcionando bien y lo que no, limitando la capacidad de corregir a tiempo.

El desafío es más evidente en industrias que operan en territorios complejos, como la minería, la energía, la infraestructura o el sector forestal. Son rubros que invierten recursos significativos en proyectos ambientales, programas sociales y relacionamiento comunitario. Sin embargo, muchas veces no cuentan con herramientas que les permitan monitorear en tiempo real cómo evolucionan esas variables en la práctica, y por eso, la sostenibilidad corre el riesgo de quedarse en una narrativa bien intencionada, pero difícil de evaluar con claridad.

Lo interesante es que este panorama está comenzando a cambiar. La incorporación de nuevas tecnologías, especialmente la inteligencia artificial y el análisis de datos, está abriendo una nueva etapa. Hoy es posible integrar información ambiental, social y operativa en plataformas que permiten visualizar tendencias, identificar patrones y anticipar riesgos.

Variables como la calidad del aire, las condiciones meteorológicas, o incluso la percepción de las comunidades pueden transformarse en datos e información útil para tomar decisiones concretas. Este cambio es más profundo de lo que parece, porque implica pasar de reportar sostenibilidad una vez al año a gestionarla de manera continua.

Incluso podríamos hablar de anticipar el futuro, ya que a medida que las empresas cuentan con datos integrados, pueden evaluar si sus acciones están generando impacto real, ajustar sus estrategias y priorizar recursos donde más se necesitan. La sostenibilidad deja de ser un compromiso declarativo y pasa a ser una gestión basada en evidencia.

El mundo y los mercados apuntan a mayores exigencias regulatorias, mientras que los consumidores demandan más transparencia, y algunos son capaces de abandonar una marca si ésta no cumple con lo que promete o daña el ecosistema. Esto será cada vez más determinante, y como consecuencia, medir el impacto en los territorios será parte estándar. Está clara la prioridad de lo sostenible en los próximos años. Pero la diferencia se verá en cómo se aborda. Las buenas intenciones no son suficientes, lo que se requiere es entender para gestionar mejor. En palabras simples: sin datos, no hay sostenibilidad.