

Corfo en la premiación: cuando el fomento público y la sostenibilidad dejan de ser conversaciones paralelas

La gerenta de Emprendimiento de Corfo, Maricho Gálvez, abrió la entrega de los premios con un diagnóstico sin eufemismos: durante décadas privilegiaron una lógica casi exclusivamente económica en el fomento de proyectos. Hoy, la agencia pública dice haber corregido eso, incorporando los criterios de sostenibilidad como un elemento constitutivo del modelo de negocios desde etapas tempranas.

POR BÁRBARA PEZOA

El miércoles 8 de abril, en el centro de eventos Hilaria, la Gerencia de Emprendimiento de la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo) tomó la palabra antes de que se entregara el primer galardón de los Premios Iniciativas Sustentables 2025, que organiza Hub Sustentabilidad de La Tercera. Maricho Gálvez, al frente de esa gerencia, planteó una autocrítica institucional: durante años, el fomento al emprendimiento operó bajo una lógica casi exclusivamente económica, y esa omisión ha tenido consecuencias.

"Años atrás sacrificamos muchas cosas para llegar a la sustentabilidad económica y financiera, y hoy eso nos está pasando la cuenta", dijo Gálvez frente a emprendedores, empresas y representantes del ecosistema de innovación reunidos en la ceremonia.

La frase sintetiza el giro estratégico que Corfo ha intentado ejecutar en los últimos años: incorporar los criterios de sostenibilidad no como un requisito de reporte corporativo, sino como un elemento constitutivo del modelo de negocio desde las etapas más tempranas.

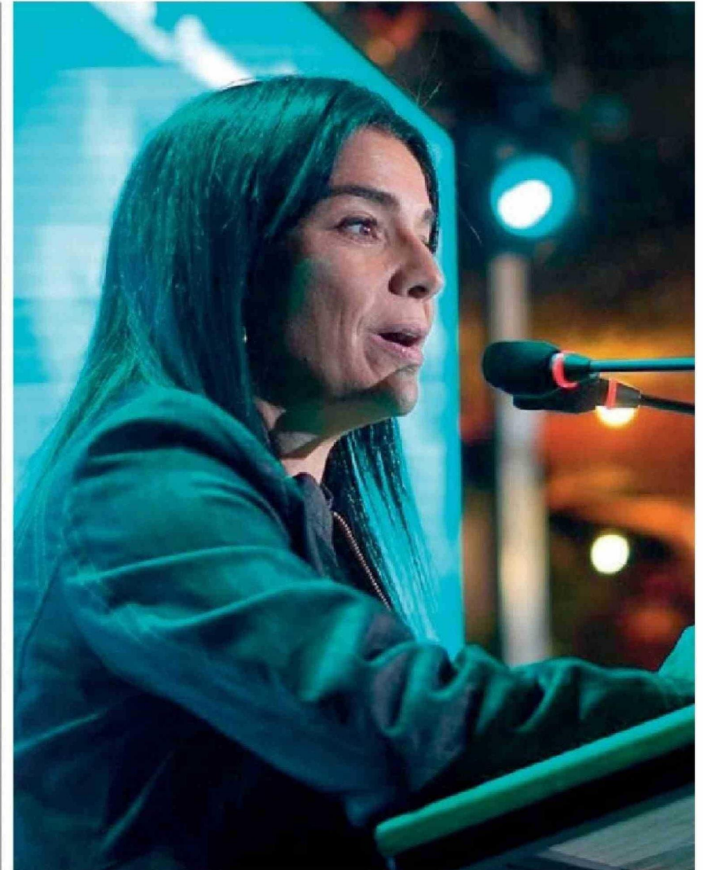
El punto de partida fue, según la propia gerenta, un diagnóstico incómodo. Cuando los equipos de Corfo preguntaban a los emprendedores a qué Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) apuntaba su proyecto, la respuesta más frecuente era el desconcierto. "ODS, ¿qué es eso?", resumió Gálvez. Desde ahí, la institución decidió actuar en lo que ella llama un "T sub cero": antes de financiar, educar. Antes de acelerar, instalar el concepto.

La estrategia tuvo consecuencias medibles. Según datos de la propia gerencia, más del 90% de los emprendimientos apoyados en los últimos años ha avanzado en incorporar la sostenibilidad en sus negocios desde etapas tempranas. Y el 100% de los programas de la Gerencia de Emprendimiento ya integra este criterio como parte estructural del apoyo. No como módulo adicional ni como sello accesorio: como condición de la propuesta de valor.

Así, solo en 2024 el portafolio de emprendimientos del programa Potencia –uno de los instrumentos de aceleración y escalamiento de Corfo– registró ventas superiores a \$13.000 millones y un levantamiento de capital que superó los \$4.300 millones. En total, 17 iniciativas lideradas por aceleradoras especializadas han impulsado el desarrollo de emprendimientos orientados a un crecimiento productivo más sostenible en distintas regiones del país, parte de ellos con financiamiento del Programa de Desarrollo Productivo Sostenible, que coordina el Ministerio de Economía junto a Corfo.

Pero la gerenta fue más allá de las cifras. En su intervención, subrayó que la sostenibilidad empresarial no se agota en la huella de carbono ni en el uso de energías renovables. Abarca también cómo una empresa se relaciona con sus trabajadores, con la comunidad donde opera y con la cadena de valor que activa. "No es trivial la forma cómo se hace ese producto o servicio", dijo. "No es trivial cómo se relaciona con sus trabajadores ni con la comunidad donde están insertos", agregó.

En ese marco, la vinculación entre startups y grandes empresas ocupa un lugar central en la estrategia de Corfo. La lógica



es directa: las corporaciones de sectores como minería, agroindustria, construcción o electromovilidad han incorporado la sostenibilidad como dimensión estratégica del negocio, pero sus estructuras consolidadas muchas veces limitan su capacidad de respuesta frente a desafíos específicos. Los emprendimientos, en cambio, aportan soluciones focalizadas que las empresas no siempre pueden desarrollar internamente. La colaboración genera valor en ambas direcciones: la empresa accede a innovación; el emprendimiento gana escala, validación y un cliente real.

Los finalistas de esta versión de los Premios Iniciativas Sustentables –provenientes de sectores tan distintos como construcción naval, cosmética o servicios

financieros– ilustran precisamente esa convergencia entre propósito y mercado. Gálvez reconoció en varios de los rostros presentes en la sala a emprendimientos que han pasado por los programas de la gerencia, dando cuenta del alcance real de lo que Corfo ha construido.

Al cierre de su intervención, la gerenta lanzó una frase que funcionó como declaración de principios colectiva: "Gol que no se grita, no es gol".

La visibilización de los proyectos sostenibles, dijo, no es vanidad ni marketing: es el mecanismo que genera efecto de arrastre, que convence a otros emprendedores de que el camino es viable y que empuja al ecosistema completo a elevar su estándar. ●