

# hub sustentabilidad

ES UNA INICIATIVA  
 CONJUNTA DE



## Sostenibilidad empresarial: del discurso a la estrategia corporativa

En un contexto global marcado por la urgencia climática, la presión regulatoria y la creciente conciencia ciudadana, la sostenibilidad dejó de ser un área periférica para convertirse en un eje estratégico de competitividad empresarial. Desde la banca hasta la minería, pasando por alimentos, energía y retail, las compañías continúan redefiniendo su propósito y avanzando hacia modelos más resilientes, innovadores y alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

**S**egún Naciones Unidas, el desarrollo sostenible es un enfoque integral que combina las preocupaciones ambientales con el desarrollo económico. La Comisión Brundtland, del organismo internacional, definió la sostenibilidad en 1987 como "la capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer las de las futuras generaciones".

Actualmente, indica el organismo, casi 140 países en desarrollo buscan cumplir este objetivo, especialmente frente al cambio climático. Para ello, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), conocidos como la Agenda 2030 de Naciones Unidas, buscan mejorar la calidad de vida global y mitigar los efectos del cambio climático.

Aunque muchos países respaldan estos objetivos como una meta global, el recorrido no está exento de desafíos. En Chile, distintas compañías están avanzando con propuestas concretas, innovadoras y alineadas con este nuevo paradigma, demostrando que la sostenibilidad bien gestionada puede ser una palanca de transformación profunda y de un modelo de negocios exitoso.

**¿Qué significa sostenibilidad para las empresas chilenas y cómo la in-**

PAULINA REYES

**tegran en su gestión corporativa?**

**Verónica Pinilla Martínez**, gerente Asuntos Públicos y Sostenibilidad de BancoEstado

"En el sistema financiero, el enfoque de sostenibilidad se ha transformado en un pilar clave para impulsar transformaciones profundas. Ya no se trata solo de gestionar riesgos, sino de movilizar recursos hacia actividades que impulsen la transición verde, promuevan la inclusión y fortalezcan una cultura de transparencia y responsabilidad.

Aunque este es un mercado emergente, vemos señales claras de avance: crece el interés de los inversionistas, surgen fondos especializados y se están desarrollando directrices y taxonomías que fortalecen la credibilidad de estos instrumentos. Nuestra experiencia en bonos verdes y sostenibles nos ha enseñado que la transparencia, el impacto medible y la participación temprana de los inversionistas son fundamentales para generar confianza".

**Marcela Bocchetto**, gerente de Cambio Climático y Sustentabilidad de Anglo American

"La minería debe seguir abordando los desafíos críticos asociados a la seguridad, productividad, uso de agua y energía, e impacto en la naturaleza. La población mundial de

consumidores está aumentando, y con ello una mayor demanda de minerales y metales. La sociedad moderna exige algo más que la alta calidad del producto: que la minería haga una contribución positiva al desarrollo socioeconómico mientras reduce su huella ambiental y apoya la biodiversidad.

En la COP16 quedó destacado que la participación del sector empresarial es fundamental para lograr avances significativos en la conservación de la biodiversidad. A medida que aumenta la concienciación sobre los riesgos y oportunidades que conlleva la pérdida de biodiversidad, también crecen los factores que impulsan a las empresas a medir e informar sobre sus impactos y dependencias en este ámbito".

**Zdenka Astudillo**, directora ejecutiva de Sistema B

"Las empresas deben actuar en beneficio de todas las personas, las comunidades y el planeta, cumpliendo altos niveles de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad legal, equilibrando así ganancias y propósito. Eso es sostenibilidad.

Las organizaciones que incorporan sus riesgos ambientales críticos en su modelo de negocio tendrán una mejor capacidad adaptativa y de resiliencia, potenciando ventajas competitivas que incluyen mejor acceso a financiamiento, reducción de riesgos regulatorios, fortalecimiento de relaciones con grupos de interés y desarrollo de nuevas oportunidades de mercado.

Hoy lo urgente es que las empresas logren hacer suya la responsabilidad de incorporar en sus modelos de negocio estrategias donde el triple impacto positivo sea "LA" forma de hacer negocio. Integrar a las cadenas de valor a este desafío. Otorgar oportunidades y condiciones para favorecer el desarrollo de negocios donde el cuidado del medioambiente y el bienestar de las personas sea lo que los motive a avanzar, se vuelve central".

**Soledad Vial**, subgerente de Sostenibilidad e Impacto de Arauco

"Somos parte de un sector que tiene el privilegio y la responsabilidad de gestionar bosques, capturar carbono y ofrecer productos que pueden reemplazar materiales de origen fósil. En una industria basada en recursos renovables la sostenibilidad se vive como una oportunidad concreta de aportar a desafíos globales como el cambio climático, el reemplazo de materiales de origen fósil por reno-





vables o la necesidad de soluciones constructivas limpias y eficientes.

Uno de los principales desafíos de una industria como la nuestra, es avanzar manteniendo la competitividad y los más altos estándares en sostenibilidad, en un entorno cambiante y cada vez más exigente. A eso se suma la urgencia de responder al cambio climático, proteger la biodiversidad y fortalecer la relación con nuestras comunidades”.

**Pamela Méndez**, socia líder de *Servicios de Cambio Climático y Sostenibilidad de EY Chile*

“Para EY la naturaleza y la biodiversidad son aspectos claves dentro de la estrategia de negocios de una empresa, especialmente cuando éstas dependen del capital natural, los servicios ecosistémicos y la biodiversidad en general y al mismo tiempo los impactan en el desarrollo de su cadena de valor. Hemos desarrollado soluciones basadas en marcos internacionales y con el apoyo de nuestra red global buscamos resolver desafíos en este aspecto que además se relaciona directamente con el cambio climático.

Los desafíos más urgentes tienen que ver con la identificación de riesgos y oportunidades relacionadas con el cambio climático físicos y la pérdida de biodiversidad que han acelerado su avance de manera importante. La transición energética cuyo avance sin duda se debatirá entre guerras comerciales y metas globales; cadenas de suministros en medio de crecientes desafíos geopolíticos y regulatorios; gestión de datos, inteligencia artificial e innovación tecnológica para la divulgación, transparencia y logro de metas”.

**Rachel Bernardin**, gerenta de *Estrategia y Sostenibilidad de Aguas Andinas*

“La sostenibilidad está en nuestro ADN, pues se relaciona directamente con el quehacer de ‘gestionar el agua de manera sostenible para proteger la vida y contribuir al desarrollo de una ciudad resiliente’. Esta visión nos impulsa a generar valor no solo económico, sino también social y medioambiental, garantizando que el servicio de agua potable y de saneamiento sea sostenible en el tiempo para que más de ocho millones de personas en la Región Metropolitana vivan siempre en entornos saludables.

Tenemos la convicción de que no hay seguridad hídrica sin ecosistemas saludables, y entendemos que el compromiso con la sostenibilidad



no puede esperar. Nuestro deber se expresa a través de alianzas público-privadas que permiten escalar el impacto de nuestros proyectos.

El impulso que está dando el Estado para transitar hacia una economía regenerativa va en la línea correcta, pero necesitamos acelerar su bajada a instrumentos concretos”.

**Luz María Rojas**, gerenta corporativa de *Sostenibilidad y Marketing de Carozzi*

“La sostenibilidad es la base de nuestra estrategia de negocios y es lo que impulsa nuestro propósito: ‘Nos mueve hacer las cosas bien para que todos podamos disfrutar y compartir en un mejor entorno’. Con esto, estamos reflejando que no crecemos sólo para hacer los números, sino para dejar una huella en las personas y proyectarnos en el tiempo. Hemos llegado hasta acá, cumpliendo 127 años, porque en el corazón de nuestra estrategia está la capacidad de mirar siempre más allá, innovando y leyendo el entorno de manera constante.

Tenemos un fuerte compromiso con el campo chileno y con la agricultura sostenible. Hoy trabajamos con más de 3.000 agricultores de la zona centro sur del país, a quienes consideramos nuestros socios estratégicos y que representan más de 63.000 hectáreas plantadas de frutas, vegetales, granos y cereales entre las regiones de Coquimbo y La Araucanía. Son la materia prima con la que elaboramos nuestros productos”.

**Diana Posada**, gerenta de *Gestión Corporativa de Isa Vías*

“Entendemos la sostenibilidad como un elemento necesario para generar impacto positivo, viabilizar nuestro negocio y trascender. A través de la sostenibilidad mantenemos vivo nuestro negocio y damos respuesta a las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés. En nuestra industria aún tenemos muchas oportunidades para profundizar esta mirada. Más allá de las exigencias legales, debemos incorporar mejores prácticas en todos los espacios.

El reto es construir y operar conexiones viales bajas en emisiones, para contribuir y estar alineados con las metas de carbono neutralidad que nos hemos impuesto como compañía y por los compromisos del país ha asumido. Para lograr esto, a nivel interno contamos con una hoja de ruta NET Zero, que posee más de 60 iniciativas y que impactan a todas las áreas de la organización, demos-



trando que este tema ya no está encapsulado solo en un área, sino que es una mirada transversal”.

**Juan Carlos Corvalán**, gerente de *Sostenibilidad y Cumplimiento de Sodimac*

“La sostenibilidad es entender y asumir que los negocios no son a cualquier costo. Debe haber un necesario equilibrio entre los resultados de crecimiento y rentabilidad, con respecto a los desafíos medioambientales, sociales y éticos de anticorrupción e integridad. Esto obliga a hacerse cargo responsablemente de nuestros impactos medioambientales sociales y de gobernanza, y gestionarlos de manera estratégica e incluidos en la misma gestión del negocio.

La protección de la biodiversidad y los ecosistemas es un tema relativamente nuevo, y estamos trabajando principalmente en el ámbito de la explotación de los bosques y la oferta de la madera en Sodimac.

Uno de los desafíos más urgentes es que sean cada vez más las empresas del sector de la construcción y el mejoramiento del hogar que incorporen la sostenibilidad a su estrategia real, y que nuestro sector sea capaz de ofrecer cada vez más productos, servicios y soluciones sostenibles en la construcción y para los hogares, de manera que para las personas la sostenibilidad les haga sentido en su propia calidad de vida”.

**Juan Pablo Doñas**, gerente de *Asuntos Corporativos de Copec*

“Somos una empresa en transformación, y nuestros esfuerzos están alineados con los desafíos que impone el cambio climático y el rol que tenemos como compañía en la transición energética. En relación con el cuidado de la biodiversidad, tenemos el compromiso de promover el cuidado y protección de 39 ecosistemas a lo largo del país hacia el año 2034.

Desde Copec, estamos comprometidos con liderar esta transición energética en forma activa y responsable. Nuestra meta al 2050 es distribuir y comercializar una proporción mayoritaria de energías renovables por sobre los combustibles fósiles.

Durante 2025, seguiremos desplegando iniciativas que fortalecen esta visión: expansión de infraestructura para electromovilidad; diversas alianzas con *startups* de tecnología limpia; más soluciones en eficiencia energética; y la consolidación de un portafolio de conveniencia que responda a los nuevos hábitos de consumo”.

