



Radiografía de directorios por la acción climática 2025



Claudio Muñoz

Presidente de Chapter Zero Chile

El mundo enfrenta una grave crisis de pérdida de biodiversidad, contaminación y calentamiento global; sus impactos los podemos ver ya a nivel social, económico y ambiental. Y las perspectivas indican que esta situación podría empeorar.

Desde Chapter Zero Chile creemos que para hacer frente a esta realidad es fundamental avanzar en soluciones puntuales, fortalecer aprendizajes y establecer alianzas que permitan transformar los esfuerzos en acción climática en resultados positivos para los ecosistemas y las personas.

Para lograrlo es imperativo contar con directores que entiendan que el cambio climático no puede ser un tema periférico de la agenda. Debe estar en el centro del negocio, entendiendo los riesgos y oportunidades que representa para sus organizaciones. Y eso, solo lo lograremos teniendo claridad en qué medida los gobiernos corporativos están comprometidos con las estrategias de sostenibilidad y cómo éstas se reflejan en acciones concretas y financiables.

Por eso, presentamos junto con EY y el Instituto de Directores de Chile, esta “Radiografía de directorios por la acción climática 2025”, que en su segunda edición

muestra los avances y brechas pendientes de los directores de empresas de nuestro país respecto del cambio climático.

Como Chapter Zero estamos convencidos que con una gobernanza sólida y con conocimiento y herramientas prácticas, como este estudio, los directorios pueden impulsar los objetivos climáticos y de descarbonización en sus organizaciones de una manera más robusta.

Y eso, no solo es una cuestión de responsabilidad: una acción decidida en esta línea garantiza el crecimiento, produce ahorros, construye organizaciones más resilientes, aumenta la confianza de los inversores, estimula la innovación y la competitividad, y demuestra con acciones el compromiso con la sostenibilidad ante una ciudadanía cada vez más consciente.

Los directores de empresas, desde nuestro rol de liderazgo, tenemos la responsabilidad de encabezar los esfuerzos de nuestras organizaciones para abordar los desafíos climáticos hacia un mundo más sostenible. Por eso, los invito a seguir sumándose a iniciativas como esta, con la certeza de que lo que es bueno para el planeta es bueno para la empresa.

Macarena Navarrete

Social Principal EY

En un contexto de emergencia climática, el liderazgo de alto nivel de una empresa es más importante que nunca. El directorio de una compañía juega un papel crucial en la formulación de políticas y estrategias corporativas. Cuando el cambio climático se integra de manera efectiva en la agenda de gobernanza corporativa, las decisiones pueden dar lugar a transformaciones significativas, no solo para la organización, sino también para el entorno en el que opera.

Adoptar un enfoque proactivo frente al cambio climático puede proporcionar ventajas competitivas importantes: mayor resiliencia, licencia social para operar, lealtad de los clientes, acceso a nuevos mercados, mitigación de riesgos y beneficios financieros sostenibles a largo plazo. Además, promover estrategias sostenibles conlleva mejoras operativas que, en muchos casos, se traducen en eficiencia y reducción de costos.

La evidencia respalda esta perspectiva: las empresas que incorporan factores ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en su estrategia tienden a lograr mejores resultados financieros y una mayor valoración por parte de los inversores. Así, la gobernanza climática, en particular, se ha convertido en un criterio clave de evaluación para quienes buscan organizaciones preparadas para el futuro.

En EY, tenemos el propósito de construir un mejor mundo de negocios, y uno de nuestros pilares estratégicos es la sostenibilidad. Este estudio, desarrollado en colaboración con Chapter Zero y el Instituto de Directores de Chile (IdDC), forma parte de nuestro compromiso por

proporcionar conocimiento y herramientas que fortalezcan la acción empresarial frente al cambio climático.

En este sentido, nuestra estrategia se basa en “Shaping the future with confidence”, es decir, dar forma al futuro en base a generar confianza, un enfoque que refleja nuestra dedicación a enfrentar los desafíos actuales y construir un mañana más sostenible.

Esta Radiografía de Directorios por la Acción Climática 2025 representa la segunda edición de este estudio y refleja la evolución del compromiso de los directorios con los desafíos climáticos en Chile. Gracias a la participación de 80 directores de empresas, hemos identificado brechas entre el estado actual y el nivel deseado de gobernanza climática. El análisis permite delinear oportunidades concretas de mejora, para que las organizaciones avancen con mayor claridad y convicción hacia sus objetivos sostenibles.

Sabemos que avanzar hacia un modelo de desarrollo más sostenible implica esfuerzos significativos, pero también creemos que, ante uno de los

mayores desafíos de nuestra era, estas acciones no solo son necesarias: son urgentes.

Esperamos que esta publicación sea una herramienta útil para los directorios y gobiernos corporativos de Chile. Estamos convencidos de que el compromiso activo del directorio con la gobernanza climática es clave para asegurar el éxito de las organizaciones a largo plazo y, al mismo tiempo, contribuir de manera concreta al bienestar del planeta y de las generaciones futuras.

Fadua Gajardo

Directora ejecutiva Instituto de Directores de Chile

La acción climática ya no es una opción: es una responsabilidad ineludible para los gobiernos corporativos.

En un entorno marcado por la urgencia climática, los directorios tienen hoy un rol crucial que va más allá de la supervisión financiera: son los llamados a liderar con visión, integrando de manera efectiva la sostenibilidad en la estrategia, el riesgo y la toma de decisiones. No se trata solo de responder a nuevas normativas o expectativas del mercado, sino de anticiparse, innovar y generar valor en un contexto empresarial profundamente interconectado con los desafíos medioambientales.

Desde el Instituto de Directores de Chile, creemos firmemente que una gobernanza climática robusta es esencial para la resiliencia y la competitividad de las empresas. Por eso, impulsamos espacios de formación y conversación estratégica, como los que nacen de

esta alianza con EY y Chapter Zero Chile.

Esta segunda edición de la Radiografía de directorios por la acción climática es una herramienta concreta y valiosa para el ecosistema empresarial chileno. Nos permite comprender los avances, detectar brechas y, sobre todo, movilizar a los directorios hacia una gobernanza más comprometida, informada y alineada con los desafíos del planeta.

Agradezco a todos los directores que participaron en esta edición, y los invito a seguir promoviendo una mirada estratégica e integral que ponga a la acción climática en el centro del gobierno corporativo.



Contenidos

Introducción	06
Sobre Chapter Zero	07
Sobre EY	07
Sobre el Instituto de Directores de Chile	07
Acerca de la encuesta	08
Dimensión 1: Estrategia organizacional en relación con el cambio climático	09
Dimensión 2: Gestión del riesgo	21
Dimensión 3: Reportabilidad y divulgación	29
Conclusión	38
¿Cómo avanzar a nivel del directorio? Recomendaciones y reflexiones	40
Anexo: Caracterización muestral	42

Introducción

La “Radiografía de Directorios por la Acción Climática 2025” es la segunda edición del estudio realizado en conjunto por Chapter Zero Chile, EY y el Instituto de Directores de Chile (IdDC), institución que hospeda la iniciativa global en Chile.

El levantamiento de la información se realizó en base a un modelo de madurez de gobernanza climática de EY. La convocatoria para participar del estudio abarcó a miembros de directorios de empresas de diversos sectores productivos que son parte de la Red Chapter Zero Chile y de la Red Alumni del IdDC.

El estudio procura, por segunda vez, recoger la visión de los encuestados sobre su grado de entendimiento, acción y prácticas de los directores de las empresas chilenas o que operan en el país, sobre el convencimiento y estrategias de integración de iniciativas de clima en sus negocios.

El cambio climático es uno de los temas más apremiantes de nuestro tiempo, y su influencia en el entorno empresarial es innegable. La preocupación por sus efectos, como el aumento de las temperaturas globales, eventos climáticos extremos y la escasez de recursos naturales, han llevado a un enfoque creciente en la integración de estrategias de sostenibilidad en el mundo corporativo.

En este contexto, la función de los directorios de empresas adquiere una relevancia fundamental, ya que tienen un papel crucial en la supervisión y toma de decisiones que impactan tanto en el desempeño financiero como en la sostenibilidad ambiental y social de la organización y su entorno.

A través de esta iniciativa, analizamos las dimensiones, ejes y prácticas de sostenibilidad corporativa de los directores encuestados. Los resultados nos permiten obtener una fotografía inicial que da cuenta de los avances, pero también de las brechas en la gobernanza corporativa relativa al clima en las compañías del país.

Finalmente, desplegamos una serie de conclusiones respecto de ámbitos en los que los directorios tienen oportunidades de mejora para profundizar su estrategia, implementar medidas de mitigación, adaptación, y hacer que sus empresas sean más resilientes ante los desafíos del cambio climático.

El papel de los directorios de empresas en la gestión de la sustentabilidad es vital, y este estudio profundiza en aspectos claves necesarios para que las organizaciones sean líderes en la lucha contra el cambio climático y, al mismo tiempo, generen beneficios sostenibles a largo plazo.

Sobre Chapter Zero

Chapter Zero es una iniciativa global presente en más de 80 países que moviliza a los directores alrededor del mundo para que lideren, promuevan y aborden la emergencia climática en los negocios. Nace el 2019 bajo el alero de la Universidad de Cambridge, impulsado por Climate Governance Initiative en colaboración con el World Economic Forum.

Su objetivo es generar comunidad de directores y directoras de empresas entregándoles conocimiento, competencias y herramientas para conformar una red articulada a través de la cual puedan impulsar la gobernanza climática en los directorios donde se desenvuelven, esto en línea para cumplir con el objetivo de una economía de cero emisiones de carbono antes del 2050.

La iniciativa se instauró en Chile en 2021, impulsada por

el Instituto de Directores de Chile, EY y la Bolsa de Santiago, donde a la fecha se han sumado más de 160 miembros, directores y directoras de empresas que quieren ser líderes de la acción climática.

Sobre EY

EY existe para construir un mejor mundo de negocios, ayudando a crear valor a largo plazo para los clientes, las personas y la sociedad, y construir confianza en los mercados de capital.

Mediante el uso de los datos y la tecnología, los diversos equipos de EY en más de 150 países brindan confianza a través de la seguridad y ayudan a los clientes a crecer, transformarse y operar.

Trabajando en auditoría, consultoría, leyes, estrategia, impuestos y transacciones, los equipos de EY formulan

mejores preguntas para encontrar nuevas respuestas a los complejos problemas que enfrenta nuestro mundo hoy.

Sobre el Instituto de Directores de Chile

El Instituto de Directores de Chile es una de las principales organizaciones de gobierno corporativo en Chile. Es referente al generar y difundir conocimiento sobre las mejores prácticas para directorios, con lo cual incide en diversos agentes de mercado. Contribuye en el desempeño sostenible de las organizaciones y, en consecuencia, a una mejor sociedad.

Acerca de la encuesta

Las compañías buscan crear valor para sus diferentes grupos de interés como clientes, colaboradores, proveedores, accionistas y las comunidades donde están insertas, al mismo tiempo en que mejoran su desempeño en aspectos ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza).

El estudio: “Radiografía de directorios por la acción climática 2025” se enfoca en los directores de empresas, que son quienes deben liderar e inspirar al resto de la organización a tomar medidas efectivas en relación con las acciones climáticas de la compañía.

En la siguiente encuesta, se analizan los resultados de las 80 respuestas obtenidas entre el 19 de febrero y el 27 abril de 2025.

La encuesta se basa en un modelo de madurez que se estructura en tres dimensiones que abarcan los aspectos

más relevantes del gobierno corporativo de las empresas en este tema: la estrategia organizacional en relación con el cambio climático, la gestión del riesgo; y la reportabilidad y divulgación.

Dimensión 1:
Estrategia
organizacional
en relación con
el cambio
climático



La primera dimensión aborda las bases que cimentan el accionar de los directorios, su conformación y elaboración de la estrategia desde el punto de vista de las temáticas de acción climática. Es decir, busca analizar si el directorio cuenta con una estructura, capacidades y herramientas necesarias para abordar de manera efectiva aspectos de sustentabilidad y cambio climático, así como la relevancia que le otorga a estos.

En este sentido, revisa aspectos relativos a la existencia de áreas dedicadas a la sustentabilidad en la empresa y comités especializados en los directorios, que permitan analizar adecuadamente estos temas, la inclusión de presupuesto y estrategias corporativas en estas áreas y que deriven en acciones concretas.

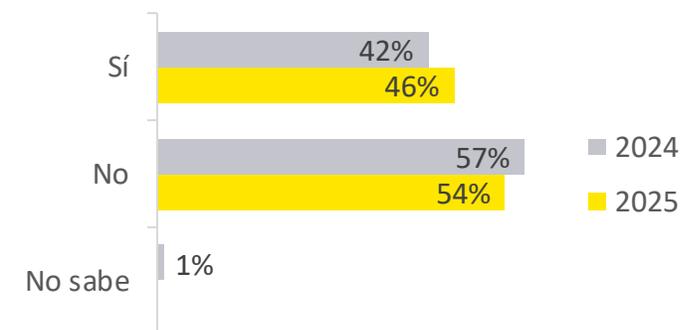
Se evalúa el conocimiento y experiencia de sus miembros y se contrasta con la formación que reciben en temas climáticos. Además, se consulta sobre la consideración del impacto del cambio climático en la toma de decisiones y la prioridad que otorgan a la acción climática. Complementariamente, se analiza la inclusión de metas de clima en las evaluaciones de desempeño del directorio y los indicadores utilizados en el modelo de incentivos para los ejecutivos.

Áreas exclusivas de sustentabilidad en las empresas

El 46% de los encuestados indica que su empresa cuenta con un área dedicada, exclusivamente, a la sustentabilidad y que aborda temáticas de cambio climático. Por otra parte, el 54% de los encuestados señala que su empresa no cuenta con un área dedicada.

Figura 1:

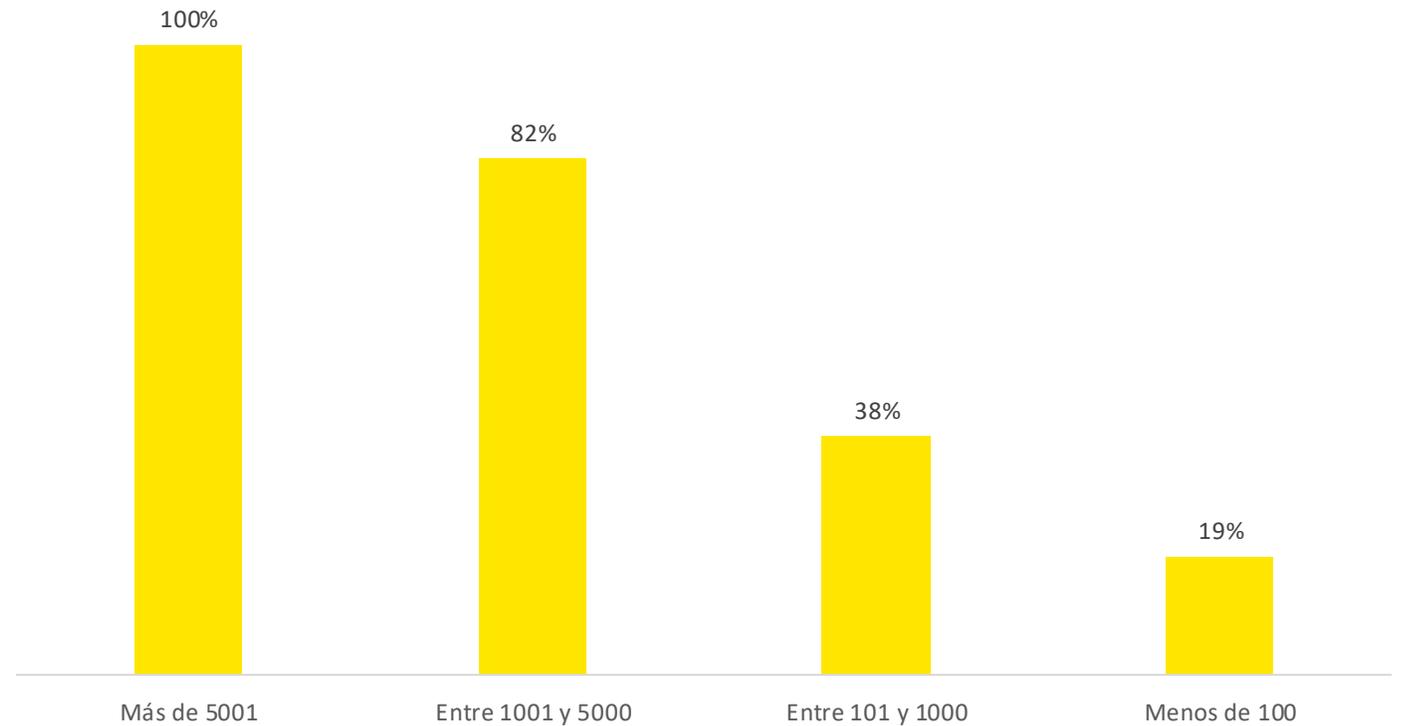
¿Cuenta la empresa con una unidad/área que se dedique exclusivamente a la sustentabilidad y que aborda temáticas de cambio climático?



Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

La correlación es muy clara respecto del número de empleados. La totalidad de las empresas con más de 5 mil empleados cuenta con un área dedicada a temas de sustentabilidad. Este porcentaje va decreciendo a medida que baja el número de colaboradores, hasta ubicarse en el 19% en las compañías con menos de 100 personas.

% Empresas con área dedicada por n° de trabajadores



Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Por consiguiente, se identifica una brecha en la formación de áreas con dedicación específica a la sustentabilidad en algunas empresas, lo cual podría indicar un nivel inferior de madurez en dichas empresas. Las mejores prácticas internacionales indican el contar con una equipo dedicado a la sustentabilidad, que se puede enfocar en identificar y gestionar los riesgos ambientales, desarrollar estrategias, asegurar la coordinación interna en políticas de sostenibilidad, y garantizar el cumplimiento normativo. Una unidad de estas características, trabaja en línea con los objetivos de la empresa y contribuye a su misión general, mientras ayuda a la organización a ser parte de la solución al cambio climático.

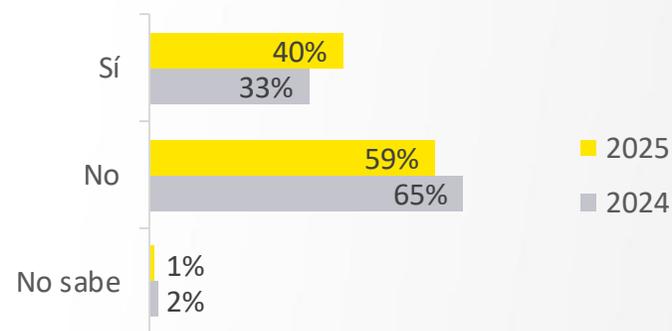
Comités del directorio

El 46% de los encuestados indica que el directorio de su empresa cuenta con un comité dirigido a analizar aspectos de sustentabilidad y cambio climático. Por el contrario, el 59% señala que su empresa no cuenta con un comité.

La inclusión de un comité de sustentabilidad y cambio climático en el nivel del directorio es crucial, porque garantiza que estos temas sean considerados en la toma de decisiones estratégicas de la empresa. Asimismo, al estar en el nivel más alto, se asegura que la sustentabilidad sea vista como una prioridad central que afecta la dirección y el éxito a largo plazo de la organización.

Figura 3:

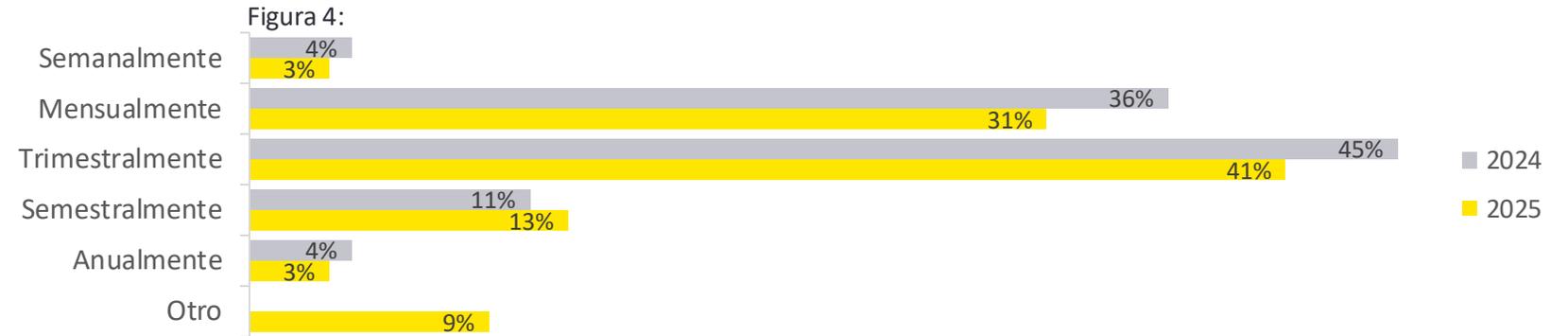
¿Cuenta el directorio con un comité dirigido a analizar aspectos de sustentabilidad y cambio climático?



Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

De las empresas que sí cuentan con un comité dirigido a analizar aspectos de sustentabilidad y cambio climático, la mayoría (72%), indica que el directorio se reúne con esta unidad/área de cambio climático de forma mensual (31%) o trimestral (41%).

¿Con qué frecuencia se reúne el directorio con esta unidad/área del cambio climático?



Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Las reuniones entre los miembros del directorio y las áreas a cargo del cambio climático, facilitan la comunicación efectiva sobre los objetivos, desafíos y logros en esta materia. Asimismo, permite a la junta comprender mejor cómo las iniciativas de sustentabilidad se alinean con la estrategia general de la empresa y cómo pueden contribuir al valor a largo plazo. Esto también

envía un mensaje claro a los *stakeholders* sobre el compromiso de la empresa con la responsabilidad social y ambiental, fortaleciendo su reputación y confianza en el mercado.

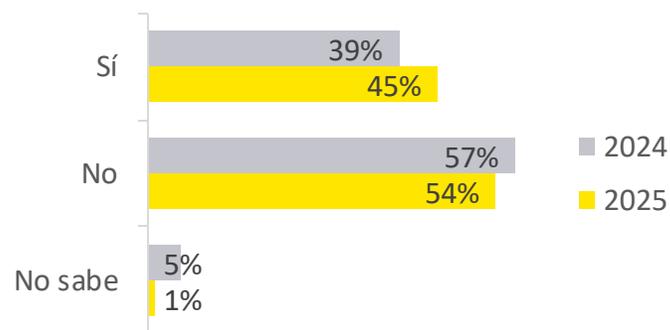
Presupuesto y estrategia corporativa

El 45% de los encuestados indica que su empresa cuenta con un presupuesto definido para abordar iniciativas de sustentabilidad que incluyan acciones climáticas. Sin embargo, el 55% indica que no cuentan con un presupuesto definido.

Un presupuesto definido posibilita una planificación y ejecución efectiva de la estrategia y proyectos. Permite a las empresas asignar recursos adecuados para lograr sus objetivos de sostenibilidad.

Figura 5:

¿Existe un presupuesto definido para abordar iniciativas de sustentabilidad que incluyan acciones climáticas?

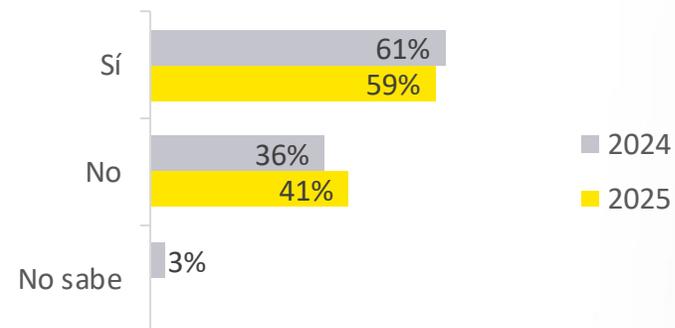


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

La mayor parte de los encuestados (59%), indica que la estrategia corporativa de su empresa incluye temáticas de acción climática. Sin embargo, cabe destacar que de estos, solo el 55% de ellos cuenta con un presupuesto definido.

Figura 6:

¿Su estrategia corporativa incluye temáticas de acción climática?



Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Analizando al 59% que respondió que su estrategia corporativa incluye temáticas de acción climática, se observa que:

- ▶ Al igual que en 2024, los “Objetivos de neutralidad de carbono” sigue siendo la acción climática más relevante para las compañías, en línea con el compromiso de Chile como país de llegar a la neutralidad del carbono para 2050 en el Acuerdo de París.
- ▶ Casi 10 puntos más abajo se ubica “iniciativas en torno a factores ASG”(28%), luego “reducción de emisiones” (26%) y “eficiencia energética y energías renovables” (23%).
- ▶ En relación con la evaluación de la incorporación de temáticas de acción climáticas en la estrategia corporativa, el 68% de los encuestados evalúa de manera eficiente o muy eficiente.

Figura 7:
En su opinión, ¿podría nombrar la acción climática más relevante?

Fuente: Elaboración propia; 98 respuestas válidas de 98 - Pregunta abierta

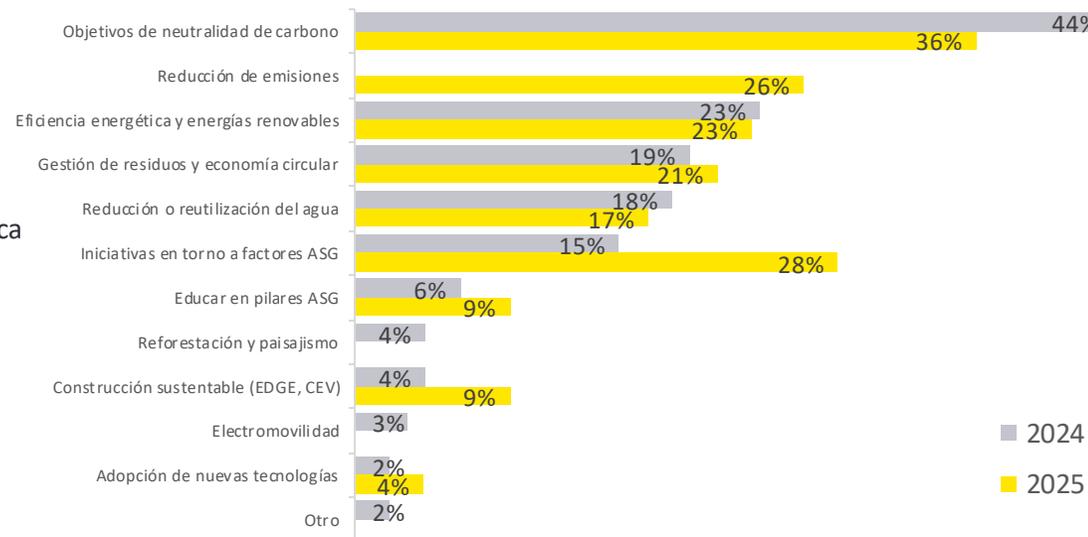
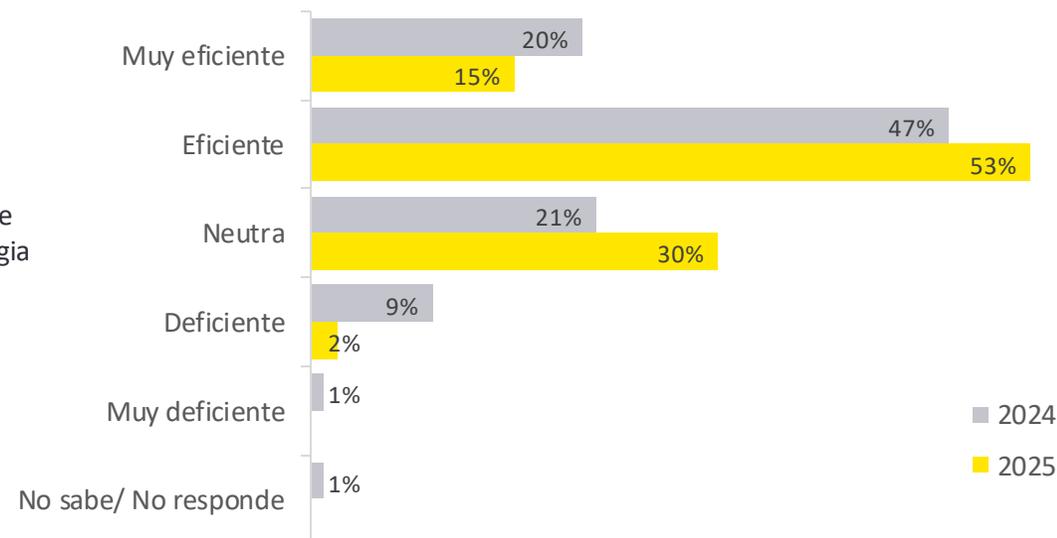


Figura 8:
¿Cómo evaluaría la incorporación de temáticas de acción climática en la estrategia corporativa?

Fuente: Elaboración propia; 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta abierta



Mirada Global

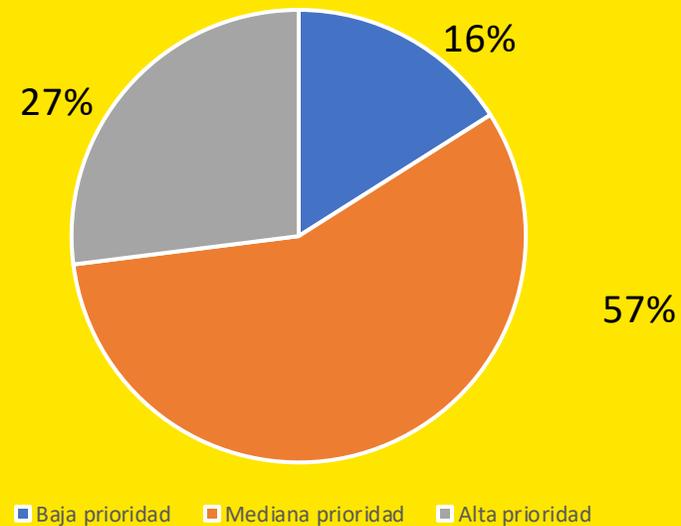
¿Cuán prioritario es el cambio climático en los directores a nivel mundial?

La Iniciativa de Gobernanza Climática (CGI por sus siglas en inglés) en conjunto con Kantar, empresa líder mundial en análisis de datos, presentaron recientemente [Empowering board directors to drive climate action](#), estudio global realizado a 240 directores que ofrece una perspectiva sobre el poder de influencia de estos en las prácticas de sostenibilidad de sus organizaciones.

Una mayoría significativa de los directores (84%) afirma que la acción climática es una prioridad media-alta en su agenda. Sin embargo, el reto para muchas empresas reside en transformar esta apertura en torno a la sostenibilidad en una acción climática informada. Para abordar la brecha entre valor y acción, es fundamental brindar apoyo a medida que las empresas avanzan en su camino hacia la sostenibilidad.

En esa línea, vemos que casi nueve de cada diez directores (88 %) exigen nuevas formas de liderazgo desde la sala de juntas para poder abordar los desafíos climáticos que enfrentan. El contexto climático también presenta oportunidades de innovación y crecimiento empresarial; sin embargo, para implementar esto adecuadamente, la gran mayoría de los directores reconoce que se requiere un cambio de mentalidad sobre el clima y la adopción de nuevas técnicas de liderazgo y colaboración en el directorio.

¿En qué medida la acción climática es considerada una prioridad por el directorio?



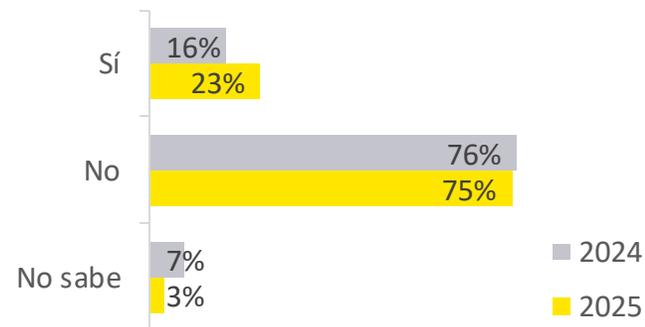
Capacitaciones dirigidas al directorio

El 75% de los encuestados indica que su empresa no cuenta con un plan o programa de capacitaciones dirigidos al directorio respecto a temáticas climáticas. Por otra parte, solo el 23% las incorpora.

Figura 9:

¿Cuentan con un plan o programa de capacitaciones dirigidos al directorio respecto a temáticas climáticas?

El 56% de los encuestados señala que participa al menos una vez al semestre en capacitaciones en

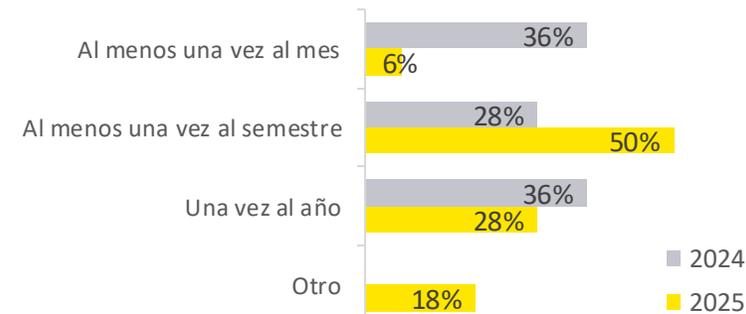


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

temáticas de acciones climáticas.

Figura 10:

¿Con qué frecuencia usted participa en capacitaciones temáticas de acciones climáticas?



Fuente: Elaboración propia; 18 respuestas válidas de 18 - Pregunta cerrada

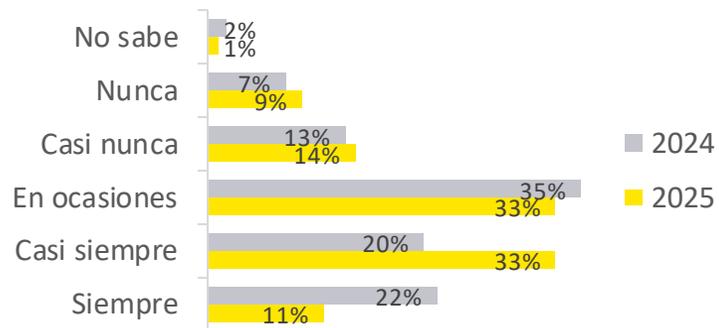
Si bien 74% de los encuestados dice que los directores tienen conocimiento o experiencia en asuntos climáticos (figura 12), no suelen tener un plan de formación establecido. Tres cuartos indica que su empresa no cuenta con un plan o programa de capacitaciones para el directorio en temas climáticos, muy similar al año anterior. De quienes sí cuentan con iniciativas de formación, la periodicidad de estas se ha ampliado respecto del año anterior.

Toma de decisiones y prioridad de la acción climática

El 44% de los encuestados señala que el directorio considera “siempre” o “casi siempre” el impacto del cambio climático en la toma de decisiones. Mientras que el 33% de los encuestados indica que su empresa “en ocasiones” considera el impacto del cambio climático en la toma de decisiones.

Figura 11:

¿El directorio de su empresa, considera el impacto del cambio climático en la toma de decisiones?



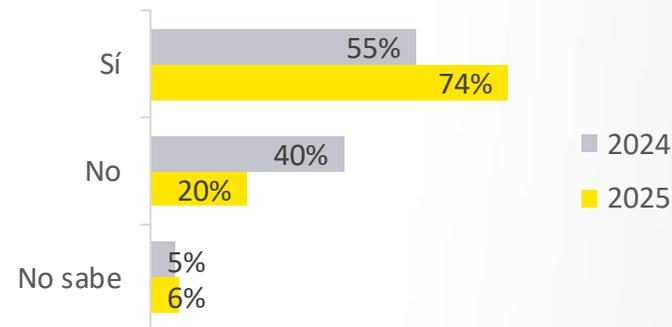
Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Conocimiento de los directores o de la empresa sobre cambio climático

El 74% de los encuestados indica que la estructura del directorio cuenta con directores con conocimiento o experiencia en temas de cambio climático/sostenibilidad, una cifra 19 puntos porcentuales más alta que la obtenida en la encuesta del año pasado.

Figura 12:

¿Cuenta en la estructura del directorio con directores con conocimiento o experiencia en temas de cambio climático/sostenibilidad?

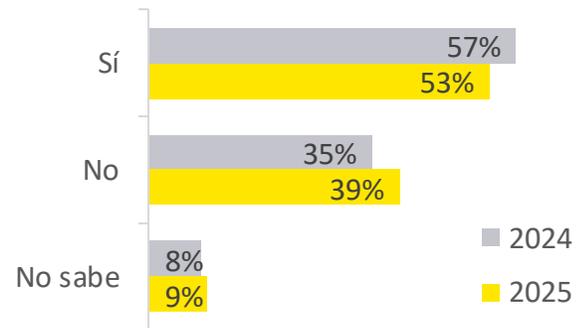


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

El 53% de los encuestados señala que se sensibiliza a otras áreas respecto a las temáticas de cambio climático.

Figura 13:

Respecto a la integración de los lineamientos climáticos en la empresa, ¿sensibilizan a otras áreas respecto a las temáticas de cambio climático?



Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Con el cambio climático y la sostenibilidad cada vez más centrales para la normativa y las expectativas de los *stakeholders*, la sensibilización sobre el cambio climático puede permitir a las diferentes áreas desarrollar e implementar estrategias más eficaces. Cuando todas las áreas entienden la importancia del cambio climático en la organización, es más probable que acepten la responsabilidad de ayudar a mitigarlo y adaptarse a él. Esto puede resultar en un mayor compromiso y a la implementación de prácticas e iniciativas concretas que generen impacto positivo en el entorno.

Mirada Global

En materia de sostenibilidad, los directores se sienten bien posicionados para tener un impacto tangible en el rumbo de su organización. El 96% de los directores declara que tiene capacidad para influir en el rumbo de su organización respecto al cambio climático.

Fuente: [Empowering board directors to drive climate action](#)

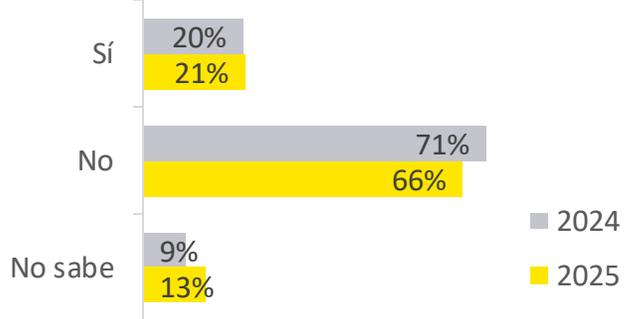
Evaluaciones de desempeño

La mayoría de los encuestados (66%) señala que, dentro de las evaluaciones de desempeño del directorio a sus ejecutivos, no se consideran los resultados de las metas y objetivos en torno a temáticas de cambio climático. Mientras que un 21% señala que sí se consideran.

Figura 14:

Dentro de las evaluaciones de desempeño del directorio a sus ejecutivos, ¿se consideran los resultados de las metas y objetivos en torno a temáticas de cambio climático?

Pese a que el 59% afirma que su estrategia incluye temáticas sobre el clima, el 66% dice que no evalúa en el desempeño,



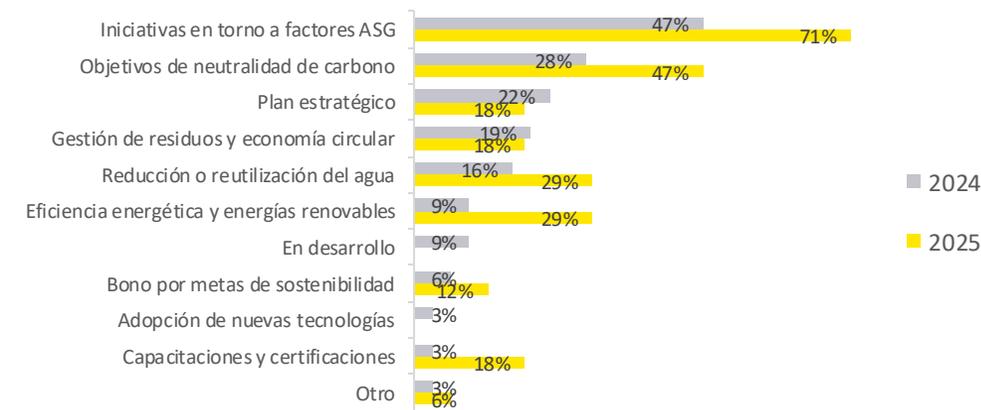
Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

las metas y objetivos de los miembros del directorio ni de sus ejecutivos en torno a temáticas de cambio climático.

Los indicadores más relevantes respecto a los objetivos y metas en cambio climático que integran en el modelo de incentivos de los ejecutivos son las “iniciativas en torno a factores ASG” (71%), bastante más atrás le sigue los “objetivos de neutralidad de carbono” (47%) y la “reducción o reutilización del agua”, que empata con “eficiencia energética y energías renovables”, ambas con 29%.

Figura 15:

¿Qué indicadores respecto a los objetivos y metas en cambio climático integran el modelo de incentivos de los ejecutivos



Fuente: Elaboración propia; 17 respuestas válidas de 17 - Pregunta abierta

Dimensión 2: Gestión del riesgo



La segunda dimensión del estudio se centra en la madurez de la supervisión de la gestión del riesgo, uno de los roles más importantes del directorio, en este caso asociado al cambio climático.

Se explora cómo sus miembros asumen la responsabilidad en este ámbito, con especial atención a diferencias entre empresas, según su alcance nacional o internacional y el número de colaboradores. Se indaga sobre la información proporcionada al directorio respecto a los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático, y cómo se evalúa la gestión de estos y sus impactos.

En cuanto a las acciones derivadas de una supervisión y gestión de riesgo eficaz, se pregunta sobre la implementación de medidas concretas para reforzar la resiliencia de la organización con iniciativas de mitigación -como energías renovables y eficiencia energética-, y de adaptación, -como reforestación o cambio en el uso del suelo-, así como los principales desafíos asociados con estas acciones.

Responsabilidad asociada a riesgos y oportunidades

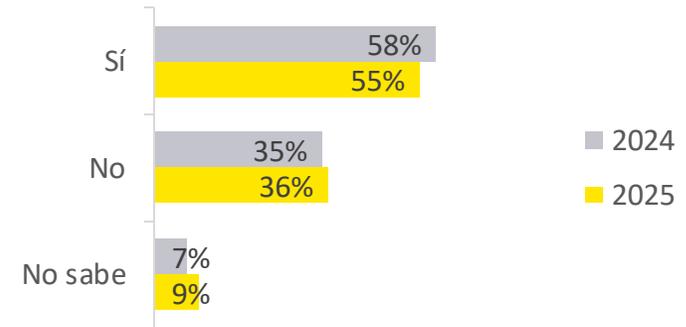
Siguiendo con la dimensión 2, enfocada en la gestión del riesgo, el 55% de los encuestados indica que el directorio considera que la responsabilidad asociada a los riesgos y oportunidades en cambio climático es parte de su rol.

La importancia de que el directorio o consejo de administración asuma la responsabilidad en este aspecto es ampliamente reconocida por diversas organizaciones y marcos de referencia en el ámbito empresarial y de sostenibilidad.

El cambio climático representa un riesgo significativo, no solo en términos de cumplimiento regulatorio y reputación, sino también en su impacto potencial en las operaciones, la cadena de suministro y la demanda del mercado. Además, la junta tiene la responsabilidad de reconocer las oportunidades que pueden surgir de la transición hacia una economía más sostenible, contribuyendo así a la resiliencia y éxito a largo plazo de la empresa.

Figura 16:

¿El directorio considera como parte de su rol la responsabilidad asociada a los riesgos y oportunidades en cambio climático?

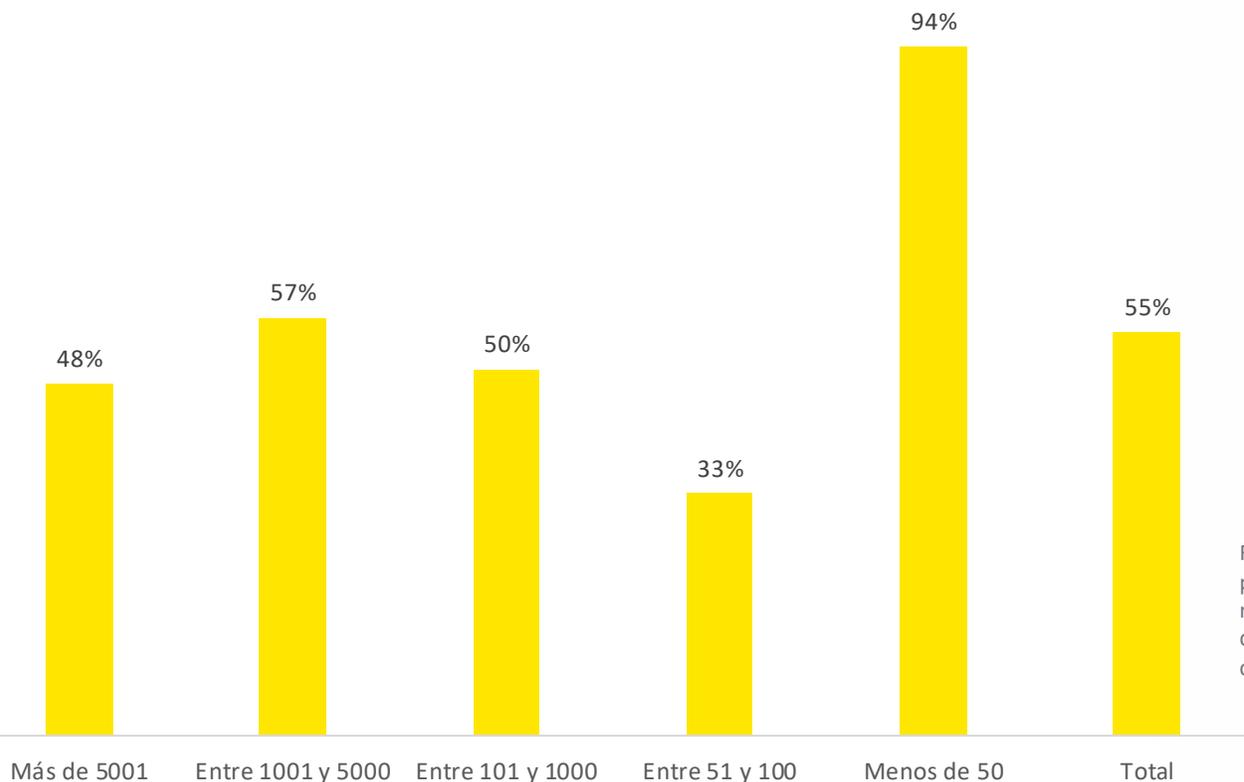


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Se evidencia que es imperante fortalecer el enfoque de riesgo en las organizaciones, especialmente en las locales. Lo que se desprende del resultado es que los directorios con jerarquías corporativas internacionales tienen un rol más activo de responsabilidad asociados a riesgo en temas climáticos que a nivel local.

Figura 17:

% Empresas en las que el directorio considera como parte de su rol la responsabilidad asociada a los riesgos y oportunidades en cambio climático por origen de la matriz y n° de colaboradores



Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Mirada Global

89% de los directores cree que forma parte de su función influir en acción climática en el directorio.

Utilizan esta influencia para integrar el clima en la estrategia del negocio, así como para mitigar riesgos. Los encuestados señalan que el desafío climático ofrece la oportunidad de introducir nuevos comportamientos, desarrollar nuevas habilidades corporativas y aprovecharlas para crecer. Sin embargo, estas innovadoras formas de pensar; la adopción de nuevos liderazgos, técnicas de colaboración, alianzas y modelos de negocio son, para muchos, áreas totalmente nuevas y que requieren desarrollar.

Fuente: [Empowering board directors to drive climate action](#)

Información y gestión de riesgos y oportunidades

El 34% de los encuestados señala que “pocas veces” se mantiene informado al directorio sobre los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático para su negocio.

El 49% de los encuestados evalúa de manera “buena” o “muy buena la gestión de riesgos, impactos y oportunidades asociadas al cambio climático, bastante mejor que el resultado del año pasado. En tanto quienes evalúan este aspecto como “regular” alcanza el 28%, mientras que las menciones de “mala” y “muy mala” suman 21%.

Figura 18:

¿Se mantiene informado al directorio sobre los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático para su negocio?

Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

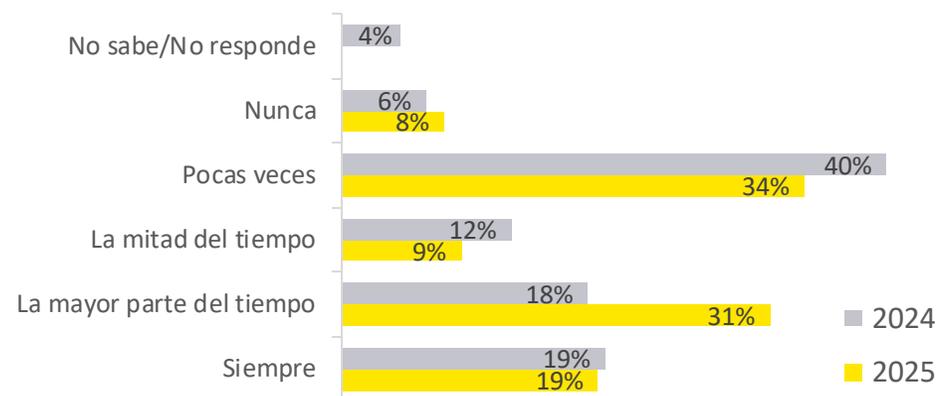
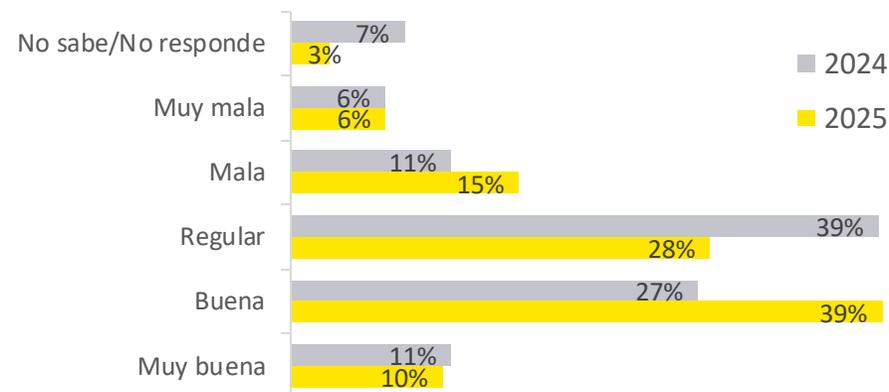


Figura 19:

¿Cómo evaluaría la gestión de riesgos, impactos y oportunidades asociadas a cambio climático?

Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada



Para gestionar los riesgos de manera proactiva, se recomienda habilitar instancias periódicas de identificación, evaluación y priorización de los riesgos. Una vez identificados los riesgos, la compañía debe desarrollar una estrategia que incluya la mitigación y adaptación al cambio climático y debido a que las amenazas y oportunidades

asociadas a este ámbito están en constante evolución, es vital monitorear continuamente los riesgos y ajustar las estrategias en consecuencia.

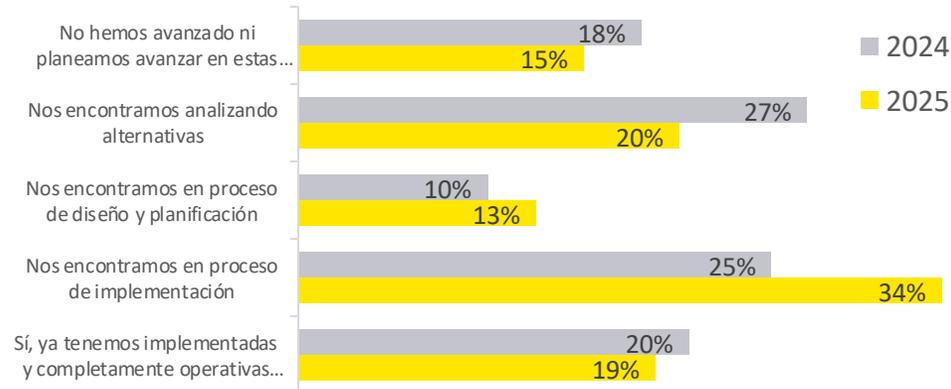
Por último, también se debe fortalecer la reportabilidad y toma de decisiones basados en este análisis de riesgos permanente.

Medidas de mitigación

El 86% de los encuestados está al menos analizando alternativas para implementar medidas de **mitigación** para ser más resilientes ante el cambio climático.

Figura 20:

¿Han implementado medidas de mitigación para ser más resilientes ante el cambio climático? (energías renovables, transporte sostenible, eficiencia energética, entre otros).

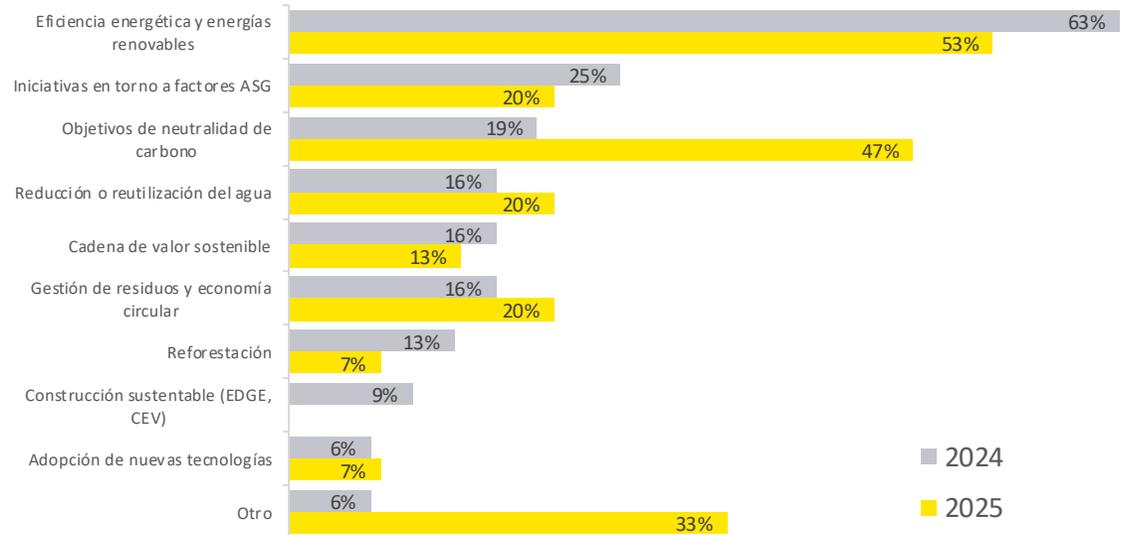


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Quienes ya han implementado medidas de mitigación para ser más resilientes ante el cambio climático (19%), señalan que las principales medidas que han implementado son la “Eficiencia energética y energías renovables” (53%), seguido por los “objetivo de neutralidad de carbono” (47%)

Figura 21:

¿Cuáles son las principales medidas que han implementado?



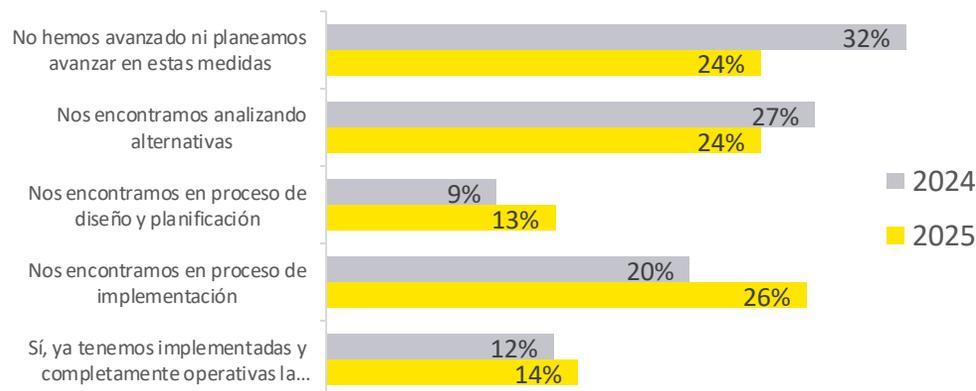
Fuente: Elaboración propia; 15 respuestas válidas de 15 - Pregunta cerrada

Medidas de adaptación

El 64% de los encuestados está al menos analizando alternativas para implementar medidas de **adaptación** para ser más resilientes ante el cambio climático. Esto es menos que el 86% que afirmaba lo mismo respecto de las iniciativas de mitigación.

Figura 22:

¿Han implementado medidas de adaptación para ser más resilientes ante el cambio climático? (reforestación, cambio en uso de suelo, mitigación de inundaciones, entre otros).

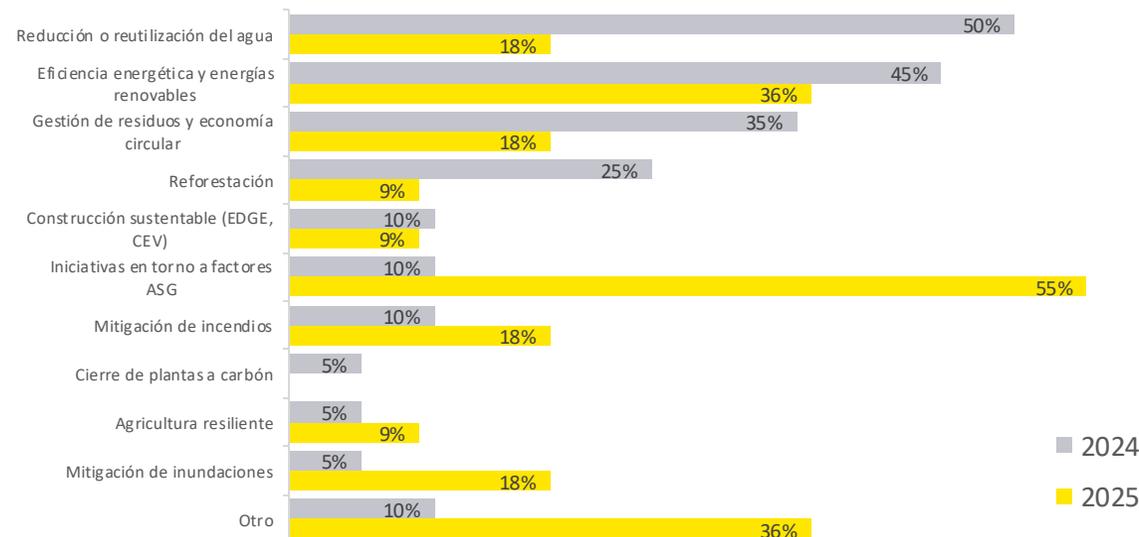


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

De quienes ya han implementado medidas de adaptación ante el cambio climático (14%), indican que las principales medidas que han implementado son las “Iniciativas en torno a factores ASG” (55%) y la “Eficiencia energética y energías renovables” (36%).

Figura 23:

¿Cuáles son las principales medidas que han implementado?



Fuente: Elaboración propia; 11 respuestas válidas de 11 - Pregunta abierta

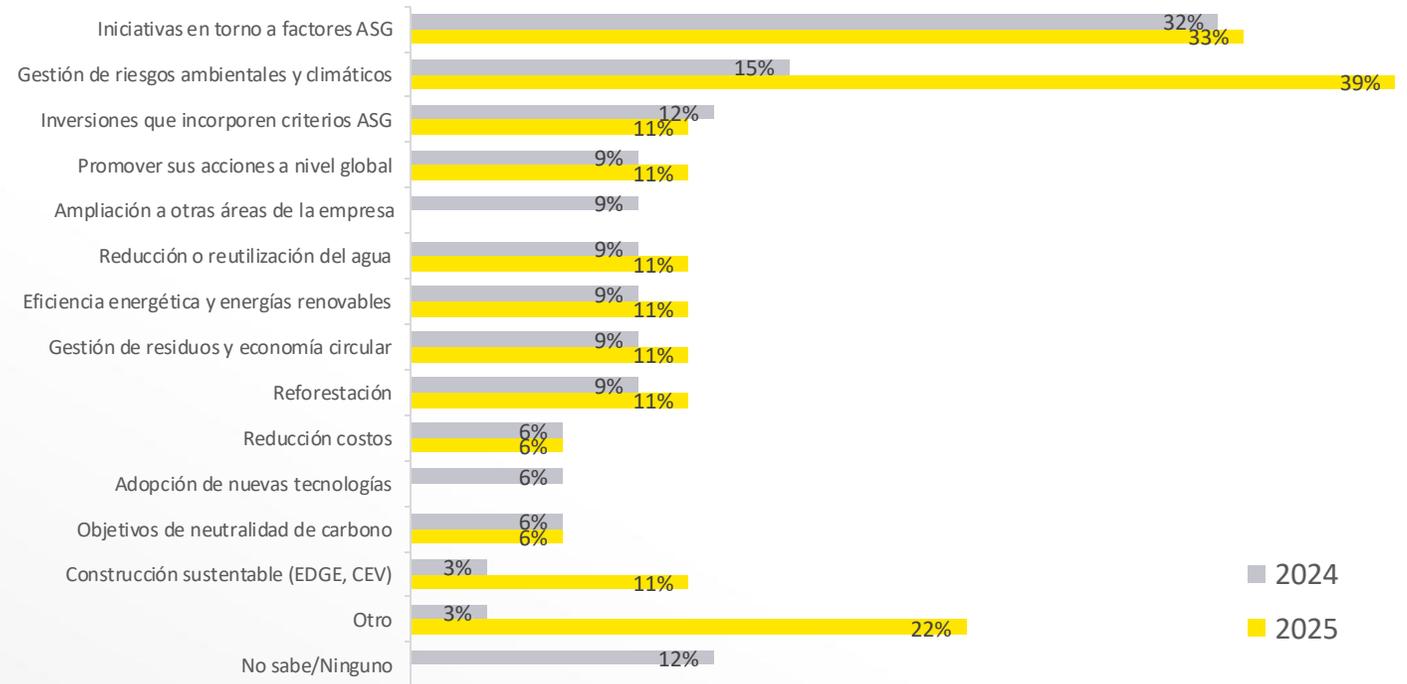
Es vital que las empresas se comprometan a implementar medidas de mitigación y de adaptación, no solo por responsabilidad social y ambiental, sino también por razones económicas y de sostenibilidad del negocio en el largo plazo. Esto se debe a razones como el cumplimiento de regulaciones, la reducción de costos operativos a través de la eficiencia energética, mejorar la reputación de la marca, disminuir riesgos ambientales y financieros, impulsar la innovación y la competitividad, y el acceso a financiamiento debido a políticas de sostenibilidad.

Desafíos que consideran para ser más resilientes

Respecto de quienes ya implementaron medidas de mitigación y/o adaptación para ser más resilientes ante el cambio climático, los principales desafíos que observan son principalmente la “gestión de riesgos ambientales y climáticos” (39%) e “Iniciativas en torno a factores ASG” (33%).

Figura 24:

En caso de que ya hayan implementado medidas de mitigación y/o adaptación para ser más resilientes ante el cambio climático (respuesta “Sí” a alguna de las 2 preguntas anteriores): ¿Cuáles serían los desafíos que consideran?



Fuente: Elaboración propia; 18 respuestas válidas - Pregunta abierta



Dimensión 3:
Reportabilidad y
divulgación

La tercera dimensión del estudio se enfoca en la reportabilidad y divulgación enfocados en temas climáticos y de ASG. Es decir, cómo los gobiernos corporativos están cumpliendo con garantizar que la información no financiera se recopile, se revise y se divulgue de manera precisa y transparente. Esto con el objeto de que los *stakeholders* tengan una imagen clara y completa de la empresa y puedan tomar decisiones informadas.

En esta sección se indaga sobre si las organizaciones informan, tanto interna como externamente, sobre estos aspectos, y cómo lo hacen a través de diferentes medios o instancias de comunicación. Se consulta qué marcos y estándares siguen las empresas y, en caso de no estar alineadas, si han considerado los posibles riesgos de no reportar bajo ningún marco regulatorio.

A nivel de las posibles mayores exigencias del mercado respecto de información ASG, se pregunta si han enfrentado solicitudes de fuentes de financiamiento y si se han beneficiado de incentivos disponibles. Respecto a la cadena de valor, se consulta si han aumentado los requisitos relativos a estos factores a los proveedores o si han cambiado los requerimientos de los clientes hacia ellos.

Finalmente, se pregunta por las acciones más exitosas lideradas por el directorio en relación con el clima hasta la fecha.

Reportabilidad de manera interna y externa

Un poco más de la mitad de los encuestados (58%) indica que sus empresas u organizaciones sí informan a sus *stakeholders* internos los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio y riesgo climático.

Se evidencia una brecha entre las empresas reguladas y obligadas a reportar y las que no lo son. Mientras el 73% de las primeras informan de manera interna los riesgos y oportunidades, el 47% de las segundas lo hace.

En tanto, en esta versión del estudio no se percibe una gran diferencia entre las compañías con matriz internacional y las nacionales (57% vs 59%).

¿Informan de manera interna de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio y riesgos climáticos?

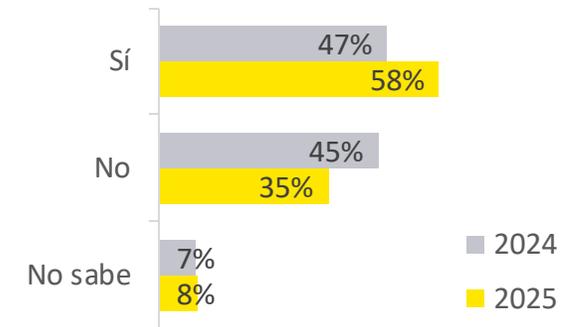
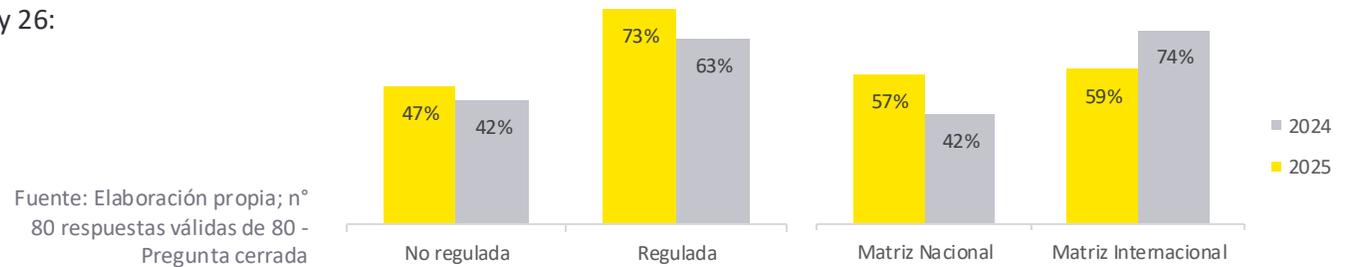


Figura 25 y 26:



Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Quienes comunican a sus *stakeholders* externos los riesgos y oportunidades relacionados al clima alcanzan el 41% de los encuestados.

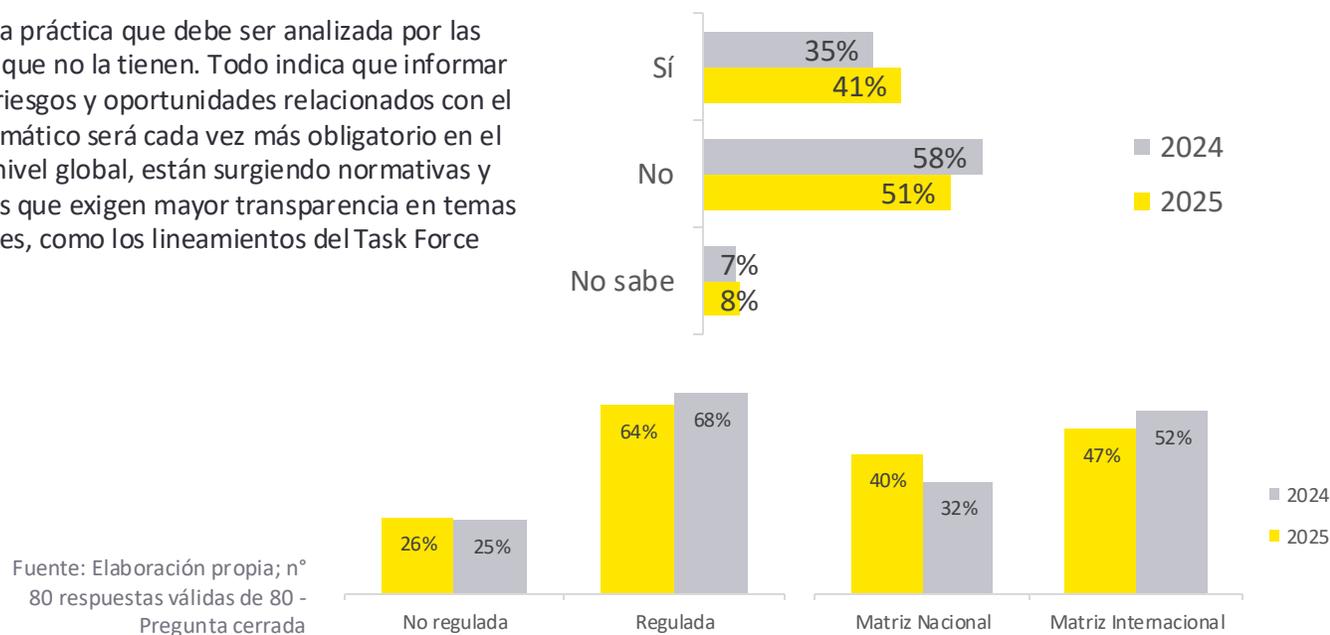
Nuevamente es mayor el porcentaje de empresas reguladas que reporta (64%), que las reguladas que también lo hacen (26%). Por su lado, el 47% de las empresas con matriz internacional informan de manera externa los riesgos y oportunidades, mientras que el 40% de las compañías nacionales encuestadas tiene la misma iniciativa.

Esta es una práctica que debe ser analizada por las empresas que no la tienen. Todo indica que informar sobre los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático será cada vez más obligatorio en el futuro. A nivel global, están surgiendo normativas y estándares que exigen mayor transparencia en temas ambientales, como los lineamientos del Task Force

on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) o el nuevo estándar del International Sustainability Standards Board (ISSB).

Figura 27 y 28:

¿Informan de manera externa de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio y riesgos climáticos?



Proveer información sobre riesgos y oportunidades climáticas de manera externa permite a los inversionistas, clientes y otras partes interesadas tomar decisiones informadas.

Los inversionistas, en particular, están cada vez más interesados en entender cómo las empresas gestionan los riesgos relacionados con el clima y cómo se anticipan a escenarios futuros. Además, la divulgación de riesgos climáticos se está volviendo obligatoria en algunos países. Aquellas empresas que reportan pueden obtener una ventaja competitiva, ya que pueden ser vistas como líderes en sostenibilidad y adaptación al clima.

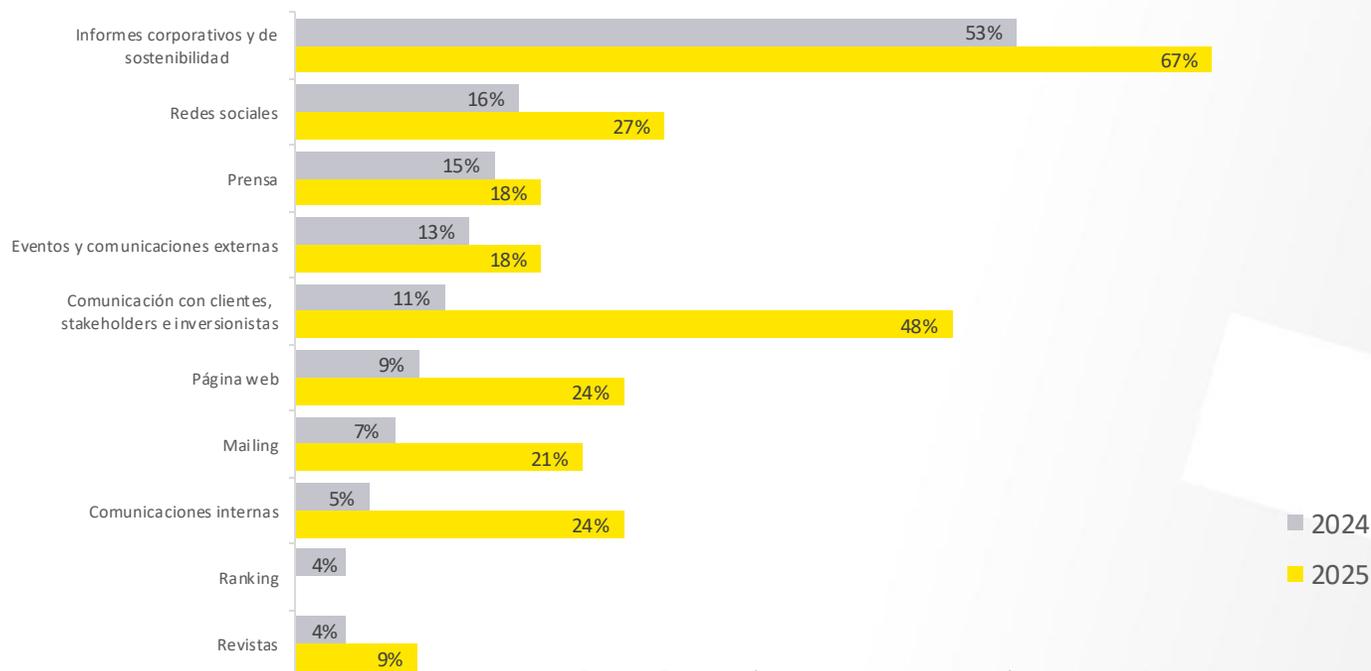
Divulgar información sobre la organización, no debiera estar restringida solo a empresas reguladas y mandatadas a hacerlo, debiera ser visto como una buena práctica corporativa mantener informado a los diversos grupos relacionados.

Respecto de cómo comunican de manera externa de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio y riesgos climáticos, los encuestados apuntan mayoritariamente a “Informes corporativos y de sostenibilidad” (67%), seguido por “comunicación con clientes, *stakeholders* e inversionistas”, instancia que subió mucho respecto del año pasado (48% vs 11%).

Figura 29:

En caso de que informen de manera externa de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio y riesgos climáticos (respuesta “Sí” a la pregunta anterior): ¿A través de qué medios o instancias comunican de manera externa lo asociado al cambio y riesgo climático?

Esto da cuenta del creciente interés de diferentes *stakeholders* en este aspecto, por lo que se sugiere la ampliación de los canales de difusión de temas relacionados con la sostenibilidad y el cambio climático. Para asegurar una comunicación efectiva, un buen mapa de *stakeholders* es una forma efectiva para definir medios y frecuencia de llegar a los grupos de interés.



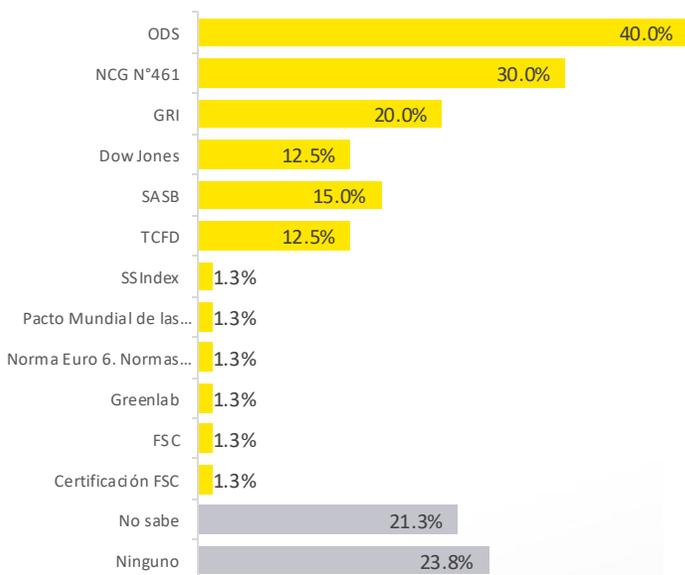
Fuente: Elaboración propia; 33 respuestas válidas de 33 – Pregunta abierta

Marcos y/o estándares regulatorios

A continuación, en relación con los marcos y/o estándares regulatorios a los cuales se alinea la empresa del encuestado, el 54,9% de los encuestados señala que su empresa se alinea a algún marco o estándar regulatorio. Mientras que el 23,8% de los encuestados señala que su empresa no se alinea a ningún marco.

Figura 30:

¿A cuáles marcos y/o estándares se alinea su empresa?

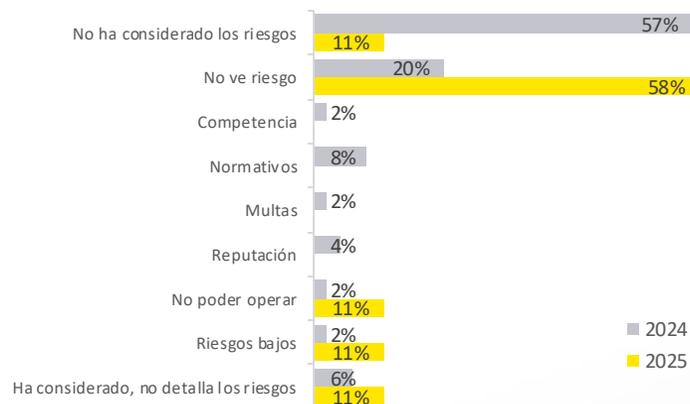


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

De aquellas empresas que no se alinean, un 69% considera que no hay riesgo, o lo considera bajo, para su empresa el no reportar con un marco estandarizado.

Figura 31:

¿Ha considerado cuáles serían los posibles riesgos que implica para su empresa no reportar bajo ninguno de los marcos antes mencionados?



Fuente: Elaboración propia; 19 respuestas válidas de 19 - Pregunta abierta

No reportar los riesgos ambientales bajo un marco o normativa reconocida puede exponer a la empresa a múltiples riesgos, tanto financieros como reputacionales. La falta de transparencia puede generar desconfianza entre inversionistas, clientes y otros *stakeholders*, afectando negativamente el acceso a financiamiento y oportunidades comerciales.

Los marcos o estándares regulatorios desempeñan un papel crucial en el mundo empresarial y en la toma de decisiones informadas, proporcionan una estructura y guía para la gestión, así como para la divulgación no financiera de las organizaciones. Permiten la transparencia y la comparabilidad, lo que conlleva a construir confianza con los *stakeholders*. Además, facilitan a los inversionistas y otras partes interesadas evaluar los riesgos y oportunidades que pueden afectar la sostenibilidad y la rentabilidad del negocio.

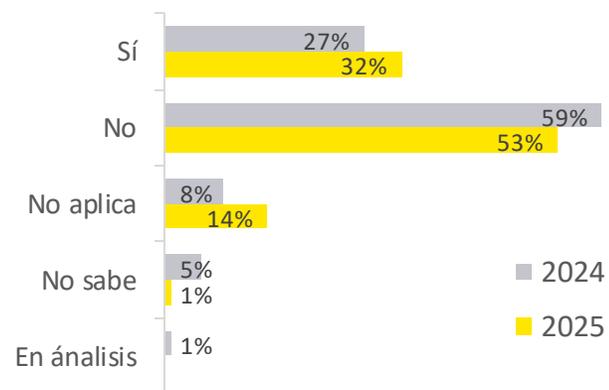
Por lo mismo, para garantizar un desempeño óptimo, es altamente recomendable alinearse a estándares y *frameworks* que permitan asegurar la correcta gestión en temas de sostenibilidad y cambio climático. Cabe mencionar que algunos de estos estándares, dependiendo la industria, son obligatorios.

Fuentes de financiamiento

Respecto a quienes se han visto enfrentados a solicitud de fuentes de financiamiento, el 32% de los encuestados afirma que han aumentado las exigencias frente a solicitudes de fuentes de financiamiento, mientras que el 53% de los encuestados opina lo contrario.

Figura 32:

En caso de haberse visto enfrentado a solicitud de fuentes de financiamiento, en su experiencia, ¿han aumentado las exigencias? ¿Se ha visto beneficiado por algún incentivo disponible?



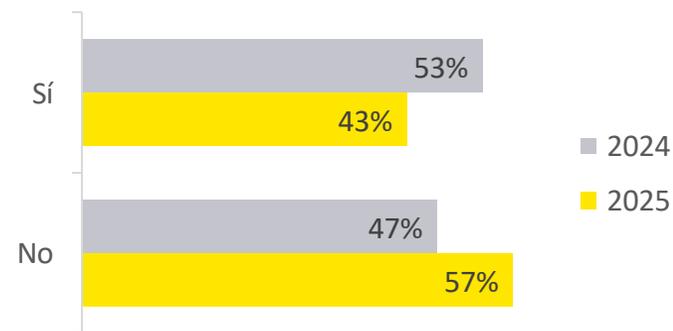
Fuente: Elaboración propia; n° 79 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

De los encuestados que respondieron que sí se han visto beneficiados por algún incentivo disponible frente a solicitudes de financiamiento, destacan las iniciativas de la banca. Algunos de los beneficios que observan son:

- ▶ Créditos hipotecarios con tasas preferenciales para edificios y viviendas certificadas "verdes"
- ▶ Mejores tasas para quienes reducen emisiones
- ▶ Financiamiento específico para acciones/soluciones que vayan en la dirección de mitigar riesgo asociados al cambio climático.
- ▶ Beneficios en emisión de bonos verdes

Figura 33:

En caso de haberse visto enfrentado a solicitud de fuentes de financiamiento, en su experiencia, ¿han aumentado las exigencias? ¿Se ha visto beneficiado por algún incentivo disponible?



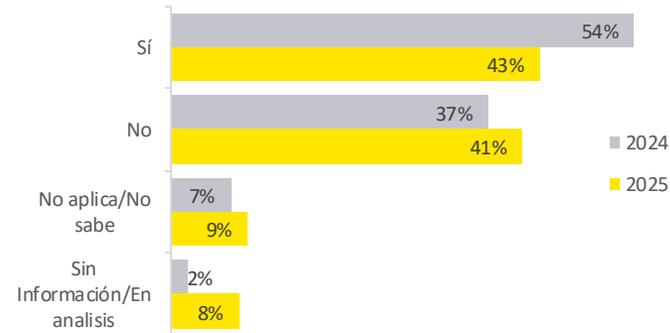
Fuente: Elaboración propia; 14 respuestas

Exigencias y requerimientos de los clientes

El 43% de los encuestados respondió que sí han aumentado las exigencias que realizan a sus proveedores o han aumentado los requerimientos que les realizan sus clientes.

Figura 34:

Respecto a la cadena de valor, ¿han aumentado las exigencias que realizan a sus proveedores o han cambiado los requerimientos que les realizan a ustedes sus clientes?



Fuente: Elaboración propia; 80 respuestas válidas - Pregunta abierta

La cadena de suministro sostenible es un habilitador para generar valor a largo plazo, por lo que se recomienda tomar acción en el corto plazo para abordar estos desafíos. A nivel internacional, el aumento de exigencias ASG a proveedores, no solo refleja la creciente preocupación de las empresas por estos criterios, sino que también son una respuesta a la demanda de los consumidores y los inversionistas por la sostenibilidad.

Fortalecer la cadena de suministro en aspectos de sostenibilidad permitirá potenciar la reducción de riesgos operacionales, disminuir los impactos y potenciar el cumplimiento de objetivos de la organización.

Acciones exitosas lideradas por el directorio

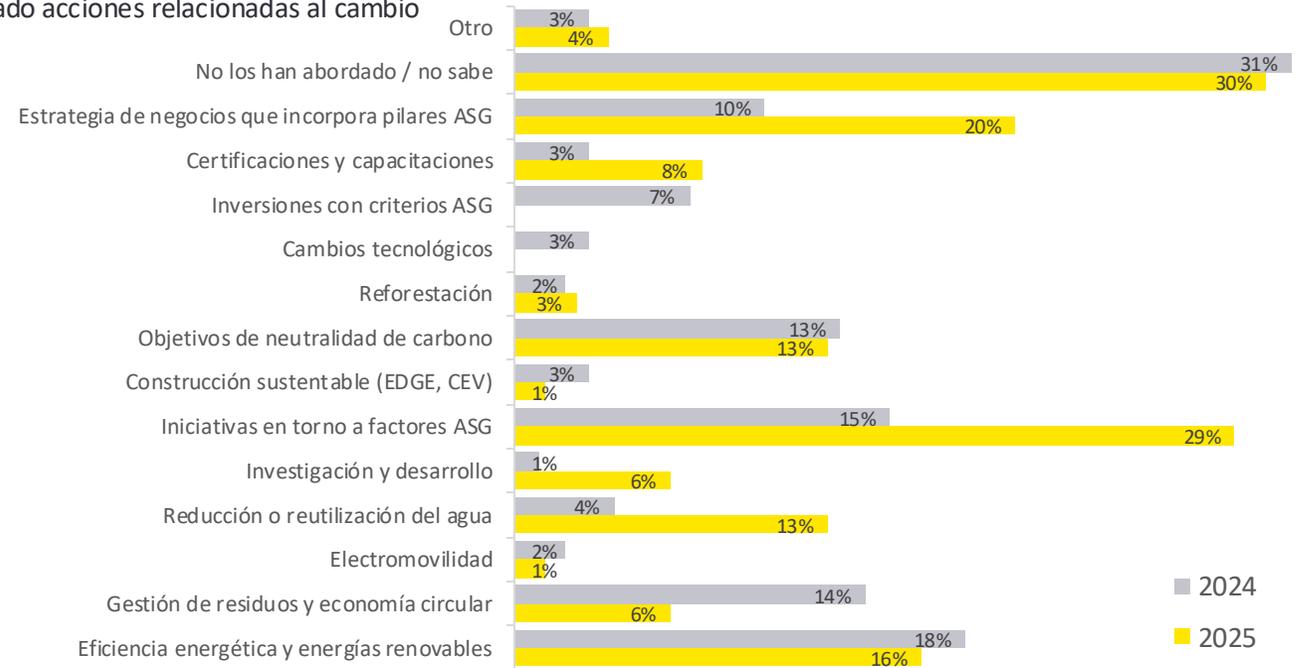
De acuerdo con los encuestados, las acciones más exitosas lideradas por el directorio en clima a la fecha corresponden a “Iniciativas entorno a factores ASG” (29%), luego “Eficiencia energética y energías renovables” (16%), y “Reducción o reutilización de agua” (13%), que empata con “Objetivos de neutralidad de carbono” (13%).

Por otra parte, el 30% de los encuestados señala que el directorio no ha abordado acciones relacionadas al cambio

climático o que no sabe cuáles son estas acciones.

Figura 36:

¿Cuáles han sido las acciones más exitosas lideradas por el directorio en clima a la fecha?



Conclusión

La segunda versión de la “Radiografía de directorios por la acción climática” nos muestra una perspectiva muy similar al estudio realizado hace un año, dando cuenta de la falta de velocidad en un tema que es urgente.

La madurez de las empresas en cuanto a gobernanza climática aún muestra contrastes. Si bien muchas organizaciones ya reconocen claramente la relevancia del cambio climático y la sustentabilidad, persisten importantes brechas estructurales que limitan la efectividad en la gestión de estos temas.

Entre los avances más destacados, se aprecia que las empresas están integrando el cambio climático en la agenda del directorio y actuando en consecuencia. Muchas ya cuentan con estrategias definidas y están implementando acciones concretas.

Asimismo, están desarrollando e incorporando medidas de mitigación y adaptación orientadas a enfrentar los retos climáticos y fortalecer su capacidad de resiliencia.

Las empresas son conscientes de que el mercado demanda con creciente intensidad medidas concretas frente al cambio climático, así como una mayor transparencia respecto a las acciones que están implementando en este ámbito. En consecuencia, han aumentado de forma significativa las formas en que las empresas comunican los riesgos y oportunidades asociados al cambio climático y sus impactos. Este avance se refleja especialmente en la mejora de los reportes de sustentabilidad y en una comunicación

más activa y transparente con clientes, *stakeholders* e inversionistas. Además, se ha ampliado la diversidad de canales utilizados, incluyendo mails masivos, redes sociales y sitios web corporativos, lo que permite llegar a audiencias más amplias y fortalecer el compromiso con la sustentabilidad.

Las empresas destacan entre sus principales acciones la búsqueda de la neutralidad de carbono, el incremento en la eficiencia energética, la incorporación de energías renovables, diversas iniciativas vinculadas a criterios ASG y estrategias para reducir o reutilizar el agua.

No obstante, los resultados de la encuesta muestran que aún existen grandes desafíos por superar, los cuales, al mismo tiempo, representan valiosas oportunidades para fortalecer la gobernanza climática dentro de las organizaciones.

Sigue existiendo una brecha en la estructura de gobernanza, reflejada en la ausencia de comités específicos de sustentabilidad dentro de varios directorios, si bien su presencia ha crecido en comparación con el año anterior.

También se evidencia la falta de áreas especializadas y presupuestos definidos dentro de las empresas. Contar con estos elementos facilitaría un análisis más profundo y una gestión más efectiva de los riesgos y oportunidades relacionados con factores ASG. De hecho, menos de la mitad (44%) de los encuestados señala que el directorio tiene incorporado de manera frecuente el impacto del cambio climático en su toma de decisiones.

encuestados aseguran que su directorio incluye algún miembro con experiencia y conocimiento en temas climáticos, la mayoría no dispone de un programa de formación formal. De hecho, el 75% señala que su empresa no ha implementado ningún plan o capacitación específica para el directorio en esta materia.

Además, que solo el 55% de los directores considere que los temas Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG) forman parte de su responsabilidad es preocupante, ya que estos aspectos son fundamentales para la sostenibilidad, la gestión de riesgos y la satisfacción de las expectativas de inversionistas y otros *stakeholders*. Esto coincide con que, a nivel local, el 33% de los encuestados señala que su empresa solo “en algunas ocasiones” toma en cuenta el impacto del cambio climático al momento de tomar decisiones. Además, casi la mitad (42%) afirma que el directorio rara vez o nunca recibe información sobre los riesgos y oportunidades que el cambio climático representa para el negocio. Resulta fundamental no limitarse únicamente a la mitigación, como refleja la encuesta, sino también aumentar la conciencia sobre la importancia de considerar diferentes escenarios futuros, incluso adversos, para diseñar desde ahora estrategias que permitan la transformación y adaptación de las empresas.

Un desafío adicional es que solo la mitad de las empresas informa externamente sobre aspectos climáticos, a pesar de que los directores reconocen que el mercado exige

cada vez más transparencia para facilitar el acceso a financiamiento o inversión. Es crucial avanzar en la calidad y coherencia de la información divulgada, tanto interna como externamente, asegurando que sea comprensible y comparable para el mercado y demás partes interesadas. En este contexto, resulta preocupante que más del 20% de los encuestados no sepa si su empresa realiza reportes climáticos, y que la mayoría no haya evaluado ni identificado riesgos asociados a la falta de alineación con marcos o estándares regulatorios.

En definitiva, la encuesta evidencia una gran oportunidad para que los directorios en Chile asuman un rol más activo frente a los desafíos climáticos, impulsando la creación de estructuras de gobernanza sólidas, sistemas de incentivos adecuados y mecanismos de información que permitan una supervisión efectiva de riesgos y la identificación de oportunidades estratégicas.

Los casos de empresas que han enfrentado serias consecuencias por no considerar los riesgos climáticos siguen en aumento. En este contexto, un directorio que integre la sostenibilidad y el cambio climático de forma estructural y transversal no solo fortalece la resiliencia y competitividad de su organización a largo plazo, sino que también demuestra un compromiso real con sus *stakeholders* y contribuye activamente en un entorno global que demanda colaboración y responsabilidad del sector privado como actor clave del cambio.

Persiste la oportunidad de mejora respecto del conocimiento de los directores en el ámbito climático y sustentabilidad. Aunque casi dos tercios de los

¿Cómo avanzar a nivel del directorio? Recomendaciones y reflexiones

La gestión del cambio climático requiere que los directores se informen periódicamente sobre el enfoque de su empresa para gestionar las dependencias, impactos, riesgos y oportunidades asociados, de manera que puedan incorporarlos adecuadamente en su gobernanza y estrategia; fortaleciendo así la resiliencia de sus organizaciones y su contribución a un futuro sostenible.

Para ello, algunos puntos a considerar son:

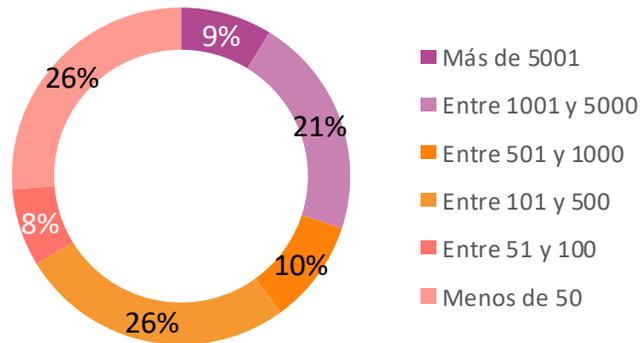
- 1. El deber del director:** la integración proactiva de una estrategia climática es un imperativo fiduciario para los directores en su obligación de proteger y generar valor sostenible a largo plazo para los accionistas y otros stakeholders. Los directores tienen el deber de diligencia, cuidado y lealtad a la empresa; la acción climática permite cumplir con estos deberes, protegiendo y creando valor en un contexto de crecientes desafíos.
- 2. Liderazgo desde el directorio:** es fundamental que el directorio entienda el cambio climático no solo como un riesgo, sino también como una oportunidad que puede impactar el valor de la empresa a largo plazo. Por ende, debe ser este mismo, ya sea a nivel de directorio y/o comité, el que lidere estos esfuerzos y asegure su sostenibilidad.
- 3. Aprendizaje continuo:** fortalecer el conocimiento del directorio sobre temáticas climáticas, así como sus implicaciones financieras, la regulación local e internacional, y las buenas prácticas o casos de éxito, es fundamental para asegurar la correcta toma de decisiones.
- 4. Establecimiento de métricas y objetivos:** los directores deben evaluar la resiliencia de la empresa frente a diferentes escenarios climáticos y definir objetivos e incentivos claros y ambiciosos para la acción climática, mismos que deben ser medibles y supervisados constantemente.
- 5. Fomento de la colaboración:** impulsar el diálogo con diversas organizaciones y directores para compartir conocimientos y experiencias, permite abordar de mejor forma el liderazgo hacia un futuro más sostenible; mientras que la creación de alianzas resulta imprescindible para avanzar con mayor fuerza en estas materias.

Anexo: Caracterización muestral

De acuerdo con las 80 respuestas obtenidas, en cuanto a la caracterización muestral de los encuestados, el 30% de ellos trabajan en empresas que tienen más de 1.000 trabajadores.

Figura 37:

Número de colaboradores en las empresas de los encuestados

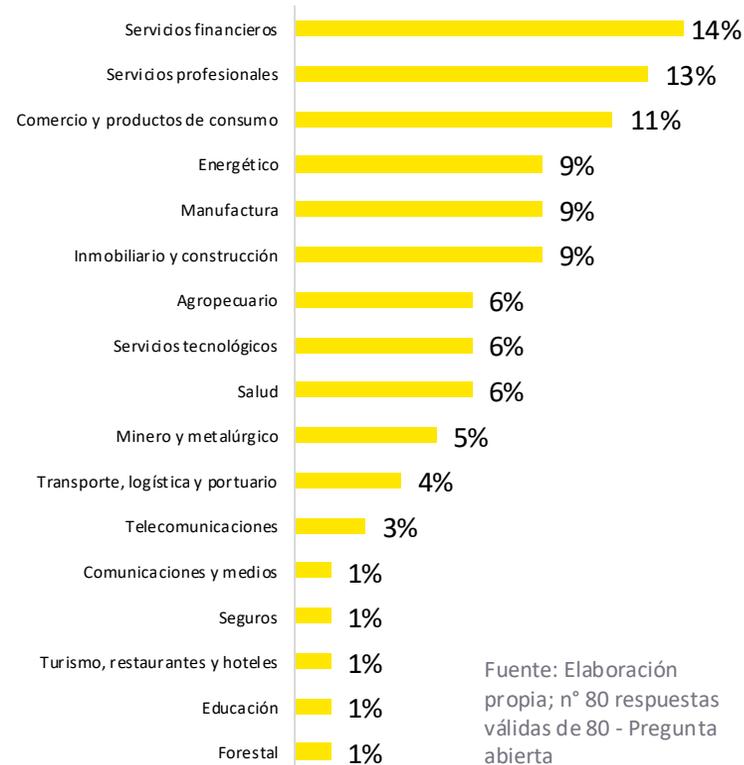


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

El 14% trabaja en el sector “servicios financieros”, seguido por “servicios profesionales” (13%), luego “comercio y productos de consumo” con 11%.

Figura 38:

Porcentaje de empresas según sector

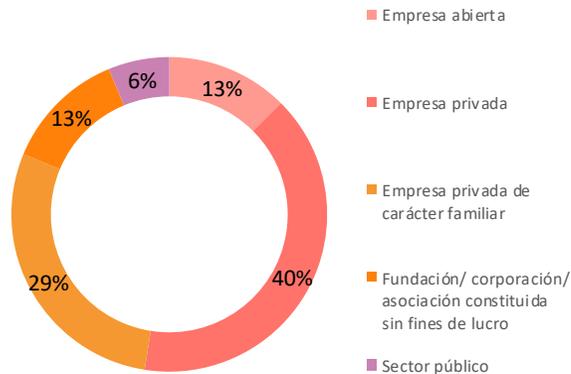


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta abierta

La mayor parte de los encuestados (64%) trabaja en empresas privadas, de los cuales el 40% trabaja en empresas privadas de socios y el 29% en empresas privadas de carácter familiar. Mientras que el 13% trabaja en empresas abiertas, la misma cifra trabaja en una fundación, corporación o fundación constituida sin fines de lucro y, por último, solo el 6% de los encuestados pertenece al sector público.

Figura 39:

¿Cuál descripción se encaja mejor con el directorio de la empresa u organización que ha definido para responder esta encuesta?

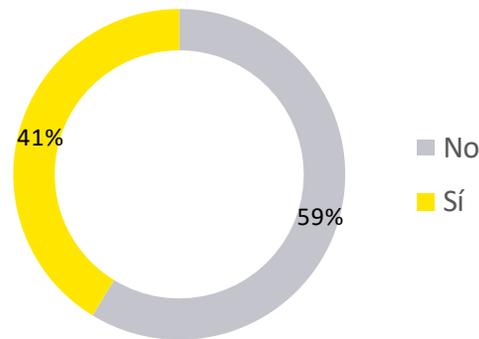


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Más de la mitad de los encuestados (59%) trabaja en empresas no reguladas por la CMF y el 41% trabaja en empresas que sí están reguladas.

Figura 40:

La empresa está regulada por la CMF

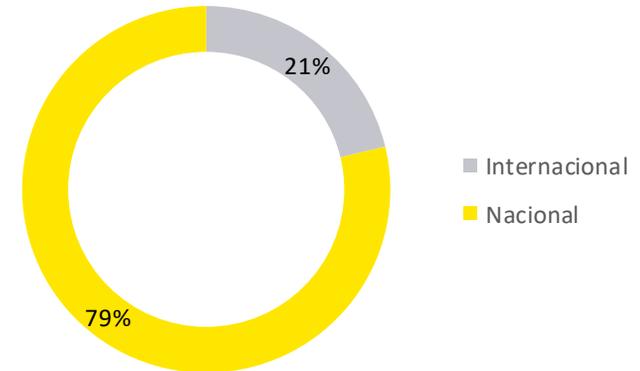


Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

La mayor parte de los encuestados (79%) trabaja en empresas con matriz nacional. Por otra parte, el 21% trabaja en empresas con matriz internacional.

Figura 41:

Origen de la empresa matriz



Fuente: Elaboración propia; n° 80 respuestas válidas de 80 - Pregunta cerrada

Contactos

Montserrat Diosdado

Gerente de Sostenibilidad y Alianzas
Chapter Zero Chile
mdiosdado@iddc.cl

Pamela Méndez

Socia líder de Servicios de Cambio Climático y Sostenibilidad
EY Chile
Pamela.Mendez@d.ey.com

Camilo Carrasco

Subgerente de Desarrollo
IdDC
ccarrasco@iddc.cl

EY | Construyendo un mejor mundo de negocios

EY está construyendo un mejor mundo de negocios al crear nuevo valor para los clientes, las personas, la sociedad y el planeta, mientras genera confianza en los mercados de capital.

Impulsados por datos, IA y tecnología avanzada, los equipos de EY ayudan a los clientes a dar forma al futuro con confianza y desarrollar respuestas para los problemas más urgentes de hoy y mañana.

Los equipos de EY trabajan en un espectro completo de servicios en Auditoría y Finanzas, Consultoría, Fiscal-Legal, Estrategia y Transacciones.

Impulsados por conocimientos sectoriales, una red globalmente conectada y multidisciplinaria, y socios de ecosistemas diversos, brindamos soluciones en más de 150 países y territorios.

All in to shape the future with confidence.

EY se refiere a la organización global y podría referirse a una o más de las firmas integrantes de Ernst & Young Global Limited, cada una de las cuales es una entidad legal independiente. Ernst & Young Global Limited, una compañía de responsabilidad limitada constituida conforme a las leyes del Reino Unido, no proporciona servicios a clientes. Para conocer la información sobre cómo EY recaba y utiliza los datos personales y una descripción de los derechos que tienen las personas conforme a la ley de protección de datos, ingrese a ey.com/privacy. Las firmas miembro de EY no ofrecen servicios legales en los casos en que las leyes locales lo prohíban. Para obtener mayor información acerca de nuestra organización, ingrese a ey.com.

© 2025 EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesoría Limitada.
Todos los derechos reservados.

ED None

Este material se ha preparado únicamente con fines informativos generales y no debe considerarse como asesoramiento contable, fiscal, legal o profesional. Consulte a sus asesores para obtener consejos específicos.