

EDUCACIÓN Y VULNERABILIDAD: LAS INICIATIVAS QUE CONCENTRAN EL IMPACTO SOCIAL

Medir el impacto social positivo que generan 75 empresas de 11 industrias es el principal objetivo del “Índice de Impacto Social Empresarial”, desarrollado por BSponsor. El informe analizó las iniciativas sociales y comunitarias a partir de los reportes integrados o de sostenibilidad del año 2024 e identificó 9.275 puntos de impacto a nivel nacional con más de 4 millones de personas beneficiadas.

El CEO de BSponsor, José Luis Tapia, define el impacto social como “un cambio en una comunidad específica en base a una intervención determinada” y, en ese sentido, explica que los elementos clave de la medición son: la integración de las líneas base comunitarias, que permite valorar más una intervención en un territorio con mayores carencias, que una similar en un área con necesidades cubiertas; las características de la intervención -como la intensidad o calidad-, que permiten diferenciar una acción puntual de un programa robusto que genera cambios sostenibles; y los efectos causales, que miden el cambio real generado en las personas.

La minería, banca y servicios financieros, alimentos y agroindustria y energía, combustibles y agua son las industrias que alcanzaron los mayores puntajes de impacto social. “El rol de las empresas ha cambiado de manera muy importante en las últimas décadas”, valora el subgerente de relaciones con la comunidad de Agrosuper, Rodrigo Torres. A sus ojos, el rol social hoy va mucho más allá de los resultados

El Índice de Impacto Social Empresarial 2025, realizado por BSponsor, revela que la inversión social de las compañías en iniciativas ligadas a estas temáticas concentra el 53% del impacto a nivel país. Minería, banca y servicios financieros presentan los mayores puntajes.

POR ANDREA CAMPILAY

del negocio y tiene como propósito generar impacto positivo en los lugares donde cuentan con operaciones. Algo que, asegura, su sector ha entendido con cada vez mayor preocupación por el entorno.

Principales temáticas

Entre las áreas más abordadas por las iniciativas, figuran educación, vulnerabilidad, agua limpia y saneamiento, deporte y fomento del emprendimiento. “Educación y vulnerabilidad son las temáticas que dominan el ranking. Juntas, suman el 53% del impacto total a nivel nacional”, señala Tapia. En el caso de las iniciativas de educación, delinea que responden a un consenso en el mundo corporativo de que este es el motor principal de movilidad social y desarrollo a largo plazo. Mientras, la vulnerabilidad “agrupa gran parte de la respuesta del sector privado a catástrofes y crisis sociales, donde las empresas demuestran una gran capacidad de movilización”.

En ese contexto, el ejecutivo

IMPACTO POR TEMÁTICA

IMPACTO POR TEMÁTICA	PUNTAJE*
EDUCACIÓN	3.525
VULNERABILIDAD	1.354
AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	1.233
DEPORTE	421
FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO	394
HAMBRE CERO	392
ARTE Y CULTURA	360
INNOVACIÓN	199
ÁREAS VERDES	194
ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	189
INTEGRACIÓN SOCIAL	185
VIDA SUBMARINA	177
INCLUSIÓN DE MINORÍAS	156
ACCIÓN POR EL CLIMA	125
TECNOLOGÍA	108
SALUD Y BIENESTAR	75
SEGURIDAD	64
REINSERCIÓN LABORAL	55
ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	55
DESIGUALDAD	12
PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE	2

IMPACTO SOCIAL POR INDUSTRIA

IMPACTO SOCIAL POR INDUSTRIA	PUNTAJE*
MINERÍA	2.268
BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS	1.723
ALIMENTOS Y AGROINDUSTRIA	1.248
ENERGÍA, COMBUSTIBLES Y AGUA	1.078
RETAIL Y CENTROS COMERCIALES	926
FORESTAL	880
BEBIDAS Y VITIVINÍCOLA	486
TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍA	329
ACUICULTURA	242
INFRAESTRUCTURA, TRANSPORTE Y SERVICIOS INDUSTRIALES	58
AFP	36

(*) RESULTADO DE PUNTAJE NORMALIZADO EN UNA ESCALA RELATIVA, EN LA QUE EL VALOR DE REFERENCIA (1.000 PUNTOS) CORRESPONDE A ANTOFAGASTA MINERALS, EMPRESA CON EL MAYOR IMPACTO SOCIAL POSITIVO GENERADO DURANTE 2024.

FUENTE: ÍNDICE DE IMPACTO SOCIAL EMPRESARIAL, DE BSPONSOR.

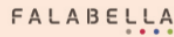
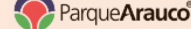
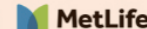
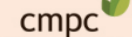
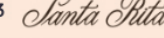
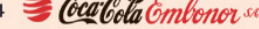
aclara que “no por tener más iniciativas o alcanzar a más personas, un tema genera más impacto”, y ejemplifica con el trabajo que algunas empresas hacen en temas de agua limpia y saneamiento, donde pocas compañías e iniciativas “generan un gran impacto en comunidades específicas”, como el caso de la industria de bebidas y vitivinícola, que mantiene un alto impacto en esta temática. La subgerente de asuntos públicos y gestión terri-

torial de CCU, María José Rivas, afirma que “la construcción de un relacionamiento sólido y permanente con la comunidad está directamente ligado con nuestra preocupación por el bienestar de las personas”. Por eso, cuando la firma identificó que el agua era un tema prioritario en la Región de Coquimbo y en la comuna de Coinco, construyó pozos de agua potable y proyectos de eficiencia hídrica para el manejo de predios.

LAS INDUSTRIAS Y EMPRESAS DEL PAÍS CON MÁS IMPACTO SOCIAL

Este índice, desarrollado por BSponsor, empresa tecnológica chilena especializada en medición de impacto social y eficiencia, analizó en profundidad —a partir de información pública contenida en reportes integrados y de sostenibilidad— las iniciativas sociales y comunitarias implementadas por 75 grandes empresas en Chile durante 2024. Minería, banca y servicios financieros y alimentos destacaron como las industrias con mayor impacto social. En cambio, donde se observó menos impacto social positivo fue en las AFP, en infraestructura, transporte y servicios industriales, y también en acuicultura.

RANKING POR INDUSTRIA

MINERÍA2.268 pts #1ANTOFAGASTA MINERALS #2 #3FREEPORT-McMoRAN #4Teck #5CODELCO #6lundin mining #7KINROSS #8CMF #9GOLD FIELDS RETAIL Y CENTROS COMERCIALES926 pts #1FALABELLA #2 #3 #4 #5 #6ParqueArauco® #7mallplaza #8 ACUICULTURA242 pts #1AQUACHILE #2BLUMAR #3Salmones Camanchaca #4Salmones Austral #5MULTI X	BANCA Y SERV. FINANCIEROS1.723 pts #1Banco de Chile #2consorcio #3Santander #4MetLife #5Bci #6itaú #7GRUPO security #8Scotiabank #9GRUPO SURA #10MUTUAL DE SEGUROS DE CHILE FORESTAL880 pts #1cmpc #2arauco #3MASISA INDUSTRIA Y TRANSPORTE58 pts #1AZA #2SALFACORP #3LATAM #4Enaex #5CSAV #6SOY	ALIMENTOS1.248 pts #1AGROSUPER #2Soprole #3coexca S.A. #4PF Alimentos #5Grupo nutresa #6carozzi #7Watt's #8nutrisco. #9IANSA BEBIDAS Y VITIVINCOLA486 pts #1CCU #2Coca-Cola ANDINA #3Santa Rita #4Coca-Cola Embonora #5CT CONCHAYTORO #6vspt AFP36 pts #1PlanVital #2Provida #3HABITAT #4AFP Capital #5Cuprum	ENERGÍA Y AGUA1.078 pts #1Colbun #2enel #3COPEC #4grupo saesa #5aes Chile #6AGUAS andinas. #7ENGIE #8abastible #9GASCO #10metrogas TELEC. Y TECNOLOGÍA329 pts #1entel #2gtd #3WOM #4SONDA.
---	--	---	--

PUBLIRREPORTAJE

ESTUDIO ELABORADO POR LA CONSULTORA B SPONSOR:

Iniciativas en educación y desarrollo local impulsan el primer lugar de Agrosuper en ranking de impacto social empresarial

La compañía destacó por la implementación de diferentes iniciativas sociales que, durante 2024, beneficiaron directamente a más de 131 mil vecinos de 25 comunas de O'Higgins, Valparaíso y la RM.

El reciente Índice de Impacto Social Empresarial 2025, estudio elaborado por la consultora B Sponsor que evaluó más de 900 iniciativas sociales de 75 empresas en Chile, destacó a Agrosuper como la compañía con mayor impacto social positivo en el sector Alimentos y Agroindustria. La empresa triplicó el promedio de su industria y representó el 32,9% del impacto total del sector.

El análisis reveló que Agrosuper cuenta con diferentes iniciativas sociales que, durante 2024, beneficiaron directamente a más de 131 mil vecinos de 25 comunas, de las cuales, el 90% corresponden a programas desarrollados en la Región de O'Higgins, donde la compañía

cuenta con instalaciones productivas.

El subgerente de Relaciones con la Comunidad de Agrosuper, Rodrigo Torres, destacó el orgullo de recibir este reconocimiento, el cual reafirma un trabajo de años que ha avanzado en la dirección correcta. "Nuestro gran objetivo es trabajar cada día para generar vínculos permanentes con las comunidades vecinas, creando relaciones de confianza a partir de un diálogo transparente y directo. Para ello, desarrollamos distintos programas e iniciativas a través de las que buscamos contribuir al desarrollo de cada comuna donde estamos presentes".

Una de las iniciativas más destacadas es la

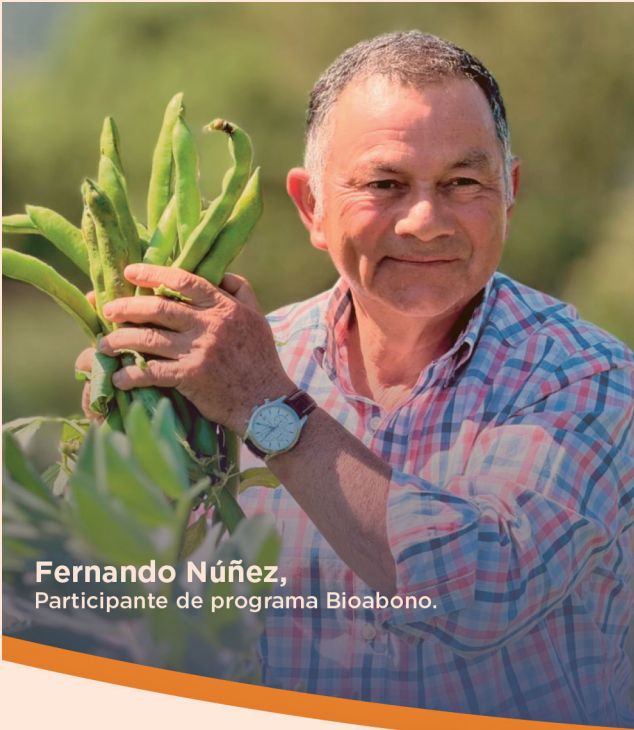
creación, en 2002, del Colegio Los Cipreses, establecimiento educacional perteneciente a la Fundación Agrosuper, ubicado en la comuna de Doñihue, que entrega educación gratuita y de excelencia a más de 1.000 estudiantes provenientes de distintas comunas de la región.

"La educación es una de las prioridades principales de nuestros vecinos, por lo que también la hemos transformado en una prioridad para nosotros, logrando tener un impacto directo en las comunas donde operamos", agrega Torres.

Otro de los programas destacados de Agrosuper es el "Super Sano", iniciativa que

busca promover hábitos de vida saludable y alimentación equilibrada en niños y niñas de estas tres regiones, a través de talleres educativos, con actividades lúdicas y entrega de material didáctico en los establecimientos escolares. A esto se suma el "Fondo Vecino", que entrega capacitaciones y financiamiento directo a organizaciones comunitarias para el desarrollo de proyectos locales.

Con este reconocimiento, Agrosuper consolida su liderazgo en impacto social dentro de su industria, a través de programas sostenibles que generan cambios significativos en la educación y calidad de vida de las comunidades donde está presente.



Fernando Núñez,
Participante de programa Bioabono.



Cristina Reynoso,
Participante de programa Capital Emprendedor.



Nelson González,
Participante de programa Fondo Vecino.



PRIMER LUGAR

MAYOR IMPACTO SOCIAL POSITIVO EN EL SECTOR ALIMENTOS Y AGROINDUSTRIA.



Más de 130 mil vecinos de 25 comunas de las regiones de **O'Higgins, Valparaíso y Metropolitana** fueron beneficiados en 2024.



www.agrosuper.cl

"EL ÉXITO DEL IMPACTO SOCIAL NO DEPENDE DE UNA FÓRMULA ÚNICA"

A la luz de los resultados del informe "Índice Impacto Social Empresarial 2025", el CEO de BSponsor, José Luis Tapia, destaca que la principal conclusión de la medición es que "no existe una estrategia mejor que otra" cuando se trata de generar un impacto social positivo.

El informe identifica tres estrategias principales por industria: impacto profundo y focalizado, alcance amplio y menos intensivo, y equilibrio entre impacto y alcance. El ejecutivo detalla que cada una de estas líneas de acción tiene beneficios claros cuando se aplica en el contexto correcto. Así, mientras el impacto profundo y focalizado adoptado por la industria minera y forestal es ideal para sectores con una huella territorial muy concentrada e intensa, el amplio alcance observado en la industria de alimentos "es coherente para empresas con presencia nacional masiva, donde se busca llegar a

El CEO de BSponsor, José Luis Tapia, asegura que no existe una única estrategia para lograr un impacto social significativo: alinear las necesidades de los grupos de interés y la capacidad operativa de las compañías es clave. POR ANDREA CAMPILAY

la mayor cantidad de personas", precisa Tapia. En tanto, el equilibrio alcanzado por la banca funciona para sectores que deben combinar presencia nacional con acciones de alta intensidad.

No obstante, Tapia hace énfasis en que "el éxito del impacto social no depende de una fórmula única, sino de la coherencia entre la estrategia de sostenibilidad y el núcleo del negocio", y delinea que la mejor estrategia es siempre aquella que alinea el propósito y materialidad de la empresa con las necesidades



reales de sus grupos de interés y su propia capacidad operativa.

Impacto y normativas

A ojos de Tapia, otro parámetro interesante es el impacto social promedio logrado por cada industria, donde, por ejemplo, el sector forestal ocupa el sexto lugar en impacto absoluto, ya que son pocas las empresas de este rubro con iniciativas de impacto para las comunidades, pero "en promedio son las que más impacto generan, superando incluso a minería".

Además, menciona que las industrias con mayor huella territorial se ven exigidas tanto por normativa, como por su interacción comunitaria constante, a tener un estándar más alto en su relación con las comunidades.

"Por lo mismo las industrias no son necesariamente comparables, aunque sí podemos hablar de 'segmentos de industrias' que viven realidades similares", aclara Tapia. En su opinión, lo importante es que cada empresa, según sus necesidades, propósito y materialidad, se pueda fijar objetivos claros y medibles para alcanzar el Social Mix Modeling adecuado. También destaca que el índice no se basa en percepciones, sino en los cambios reales que las empresas están generando.

CCU
175
Años Juntos

BSPONSOR
TEC + SOCIAL

ÍNDICE DE IMPACTO SOCIAL EMPRESARIAL CHILE 2025

1º

IMPACTO SOCIAL BEBIDAS Y VITIVINÍCOLA

En CCU tenemos un compromiso con las personas para generar **transformaciones sociales reales en las comunidades.**

Estamos felices y nos inspira a seguir trabajando

Juntos Por un Mejor Vivir



Santa Rita es destacada como la viña con mayor impacto social empresarial de Chile

El índice elaborado por Bsponsor, resaltó la estrategia de alta especialización de la compañía en el ámbito cultural y urbano, lo que le ha permitido posicionarse entre los principales actores del sector vitivinícola.

Viña Santa Rita fue reconocida como la viña con mayor impacto social empresarial de la industria, según el Índice de Impacto Social Empresarial 2025 elaborado por Bsponsor, plataforma que mide y certifica la eficiencia e impacto de los recursos que las empresas destinan a las comunidades.

El estudio, basado en la metodología BFactor®, evaluó más de 900 iniciativas sociales y comunitarias desarrolladas por 75 grandes compañías de 11 sectores productivos en Chile. Esta metodología mide tanto la profundidad como el alcance de los programas sociales, considerando variables de contexto, duración, intensidad e impacto real en las comunidades beneficiadas.

Dentro del sector vitivinícola, Santa Rita fue destacada como líder indiscutida por su estrategia de alta especialización en el ámbito cultural y urbano, con foco en la Región Metropolitana. Este enfoque, le ha permitido desarrollar un modelo de impacto social único en la industria, coherente con su compromiso cultural, valorización territorial, la difusión del patrimonio nacional y su papel como referente en sostenibilidad social.

“Su diferenciador clave ha sido) la estrategia de nicho única en el sector, apalancando su patrimonio cultural para generar impacto (...) lo que le ha permitido posicionarse entre los principales actores del sector”, indica el informe.

Desde hace más de catorce años, Viña Santa Rita desarrolla una sólida agenda de valorización territorial, con proyectos que conectan a la comunidad con el patrimonio vitivinícola, ambiental y cultural del Valle del Maipo, promoviendo orgullo y sentido de pertenencia por el territorio y el desarrollo local.

Entre ellos, el Proyecto Vendimia —iniciado en 2013— enseña a estudiantes en la sala de



clase y en el viñedo, la historia y el proceso del vino, desde sus orígenes en el 6.000 a.C. hasta hoy, y desde la poda hasta la embotellación y etiquetado. Cada año participan cerca de 80 alumnos. Hasta la fecha, más de 960 jóvenes han sido parte de esta iniciativa.

El Proyecto Biodiversidad invita a los escolares a conocer la flora y fauna del entorno de los viñedos, combinando aprendizaje en aula y trabajo en terreno; cerca de 700 estudiantes han participado desde su creación.

El Ciclo de Conciertos de Estaciones, desarrollado desde 2012 por la Fundación Claro Vial en Viña Santa Rita y acogido a la Ley de Donaciones Culturales, ha realizado más de 70 conciertos, tanto educativos como abiertos al público. Artistas como Jordi Savall, Philippe Jaroussky y los cuartetos Gewandhaus, Borodin y Takács han sido parte de esta iniciativa, que ha reunido a más de 7.000 estudiantes.

Durante los Días del Patrimonio Cultural y del Vino, la viña recibe a más de 5.000 visitantes por evento, con recorridos, música, degustaciones y ferias de artesanos locales que celebran las tradiciones rurales y la identidad de la zona.

En el Museo Andino, ubicado dentro de la viña, la Fundación Claro Vial conserva una colección de más de 3.000 piezas precolombinas, convirtiéndolo en uno de los museos etnográficos más relevantes del país. A través del programa Maipo + Cerca de la Cultura, desarrollado por el CEM, junto a Santa Rita, más de 24.000 estudiantes han participado en visitas y actividades que promueven el aprendizaje, la creatividad y la colaboración escolar.

Con 145 años de historia, Viña Santa Rita reafirma su compromiso con el desarrollo local y la generación de valor compartido, proyectando un impacto que trasciende el mundo del vino.



CÓMO LAS EMPRESAS MOLDEAN LA INVERSIÓN SOCIAL EN CHILE SEGÚN EL TERRITORIO

La minería, la banca y la energía concentran el impacto social en sus zonas de influencia, evidenciando un modelo de inversión cada vez más estratégico y territorial, según el Índice de Impacto Empresarial 2025.

POR VALENTINA CÉSPEDES

El Índice de Impacto Empresarial 2025, elaborado por BSponsor, revela cómo el sector privado está orientando su inversión social según el territorio: la minería concentra el 90% del impacto en el norte, la banca el 31% en la zona centro y la energía el 63% en el sur. Un mapa que muestra cómo las compañías están asumiendo un rol activo en la cohesión territorial y el desarrollo local.

El estudio evaluó 900 iniciativas de 75 compañías de 11 industrias que beneficiaron a más de 4 millones de personas, reflejando una estrategia cada vez más vinculada al desarrollo local.

De acuerdo con el CEO de BSponsor, José Luis Tapia, esta radiografía demuestra que la inversión social empresarial en Chile "está madurando, se está moviendo desde un modelo de donación centralizada hacia una inversión estratégica y contextualizada a las realidades de cada territorio". Esto, añade, abre la puerta a generar datos que faciliten una colaboración más efectiva entre empresas, Estado y sociedad civil.

Educación, lo primero

El estudio demostró que la zona norte concentra el 21% del impacto total, con la minería como motor principal. Las iniciativas más relevantes se relacionan con educación (41%) y agua limpia y saneamiento, esta última como respuesta a los desafíos so-

ciales y ambientales del territorio.

Tapia explica que esto se vincula con la presencia territorial directa de la industria, cuya "licencia social para operar depende del bienestar de las comunidades vecinas". Bajo esa lógica, la minería ha adoptado un enfoque de impacto focalizado, orientando sus esfuerzos hacia el acceso al agua, la educación técnica y el desarrollo local. Esto representa una oportunidad: siendo el sector "un actor clave en agua limpia, puede impulsar alianzas público-privadas para escalar soluciones y evitar duplicidad de esfuerzos", agrega.

Más empleabilidad

En otra vereda se encuentran los resultados de la zona centro, la cual concentra el 35% del impacto total, con la banca y los servicios financieros como principales impulsores. Las temáticas predominantes son educación (35,8%) y vulnerabilidad (22,9%), reflejo de los desafíos sociales propios de las grandes urbes.

Una de las empresas que lide-

ran los resultados del estudio es Banco de Chile, cuyas estrategias evidencian esta realidad. Para su gerenta de asuntos corporativos y desarrollo sostenible, María Victoria Martabit, los desafíos del territorio se expresan en la inclusión financiera, la reconversión laboral —especialmente en mujeres, personas mayores y jóvenes— y las brechas en educación técnico-profesional y financiera. Frente a ello, la compañía ha desarrollado una estrategia integral enfocada en educación, empleabilidad, inclusión y cuidado del medio ambiente, donde el trabajo colaborativo es clave. "Identificamos necesidades reales a través de alianzas con fundaciones, universidades y organizaciones sociales con presencia directa en las comunidades. Junto a ellos avanzamos en iniciativas que generen resultados significativos y amplifiquen su impacto a nivel local", sostiene Martabit.

Preservación ambiental

La zona sur concentra el 20% del impacto total, con un 63% proveniente de las industrias energética y forestal. Aunque educación sigue siendo la temática dominante (48,8%), también destacan el emprendimiento,

el deporte y la preservación ambiental.

Colbún fue distinguida por el estudio como la empresa que lidera el impacto en la zona sur. Su subgerente de comunidades centrales, Julián Perret, explica que la compañía impulsa programas que fortalecen la educación, el emprendimiento local y la conservación de ecosistemas. "El desarrollo energético debe ir de la mano con el desarrollo de los territorios donde operamos, buscando que nuestra presencia permita crear valor en el territorio junto a las comunidades vecinas", dice.

Asimismo, Perret agrega que mantener una relación transparente y de largo plazo con las comunidades es clave para generar beneficios mutuos y fortalecer la habilitación social de los proyectos.

Tapia relata que el mapa permite identificar puntos de colaboración entre sectores productivos, como energía y forestal en el sur, que pueden unir esfuerzos para impulsar programas educativos y sociales de mayor alcance que los que lograría cada industria por separado. También ayuda a facilitar la identificación de brechas, permitiendo a los gobiernos locales y comunidades "visualizar qué regiones y qué temáticas están recibiendo menos inversión social de las empresas, permitiendo focalizar esfuerzos y atraer nuevos actores", concluye el ejecutivo.

90%
DEL IMPACTO DE LA MINERÍA SE PRODUCE EN LA ZONA NORTE DEL PAÍS.

63%
DEL IMPACTO DEL SECTOR ENERGÉTICO SE CONCENTRA EN EL SUR.



1^{er} lugar en la categoría telecomunicaciones del Índice de Impacto Social Empresarial: Empresas Líderes

Un reconocimiento de **B Sponsor**
y **DEX a nuestro compromiso**
con la sostenibilidad
y grupos de interés.



BSPONSOR
TEC • SOCIAL

Contigo en Todas

