



XIMENA VIAL
Socia en Quest Capital

¿ES APROPIADO INVERTIR EN SOSTENIBILIDAD CUANDO APENAS SE LLEGA A FIN DE MES?

Aunque la estrategia de mejorar las ventas mediante la producción de una película funcionó para Barbie, LEGO no tuvo la misma suerte. Este icónico imperio de muñecos de plástico y bloques enfrenta actualmente su peor crisis en sus 50 años de existencia, una realidad compartida por otras empresas que cierran fábricas y realizan despidos, según informa la prensa a diario.

A lo largo de su existencia, LEGO ha enfrentado duras críticas por el uso de plástico, lo que la llevó a invertir sumas considerables en la búsqueda de alternativas menos contaminantes. Hace unos meses, la empresa admitió que se

rendía en su intento de fabricar juguetes más sostenibles. Es probable que la inversión necesaria para avanzar en esta dirección fuera aun más cuantiosa, en medio de la lucha por mantenerse a flote.

En períodos de supervivencia surge la pregunta: ¿es apropiado que las empresas inviertan en nuevas tecnologías o implementen metodologías sostenibles, a pesar del costo adicional para el sistema? La tensión histórica entre la viabilidad económica y la responsabilidad socioambiental dentro de las empresas es innegable, y parece más evidente aún que, ser sostenible durante períodos de austeridad, es más desafiante.

La idea de privilegiar la eficiencia a corto plazo en detrimento de preocuparse por problemas socioambientales es fácil de criticar públicamente. Sin embargo, siendo realistas, se entiende que exista una disyuntiva interna, ya que cuando la sostenibilidad no forma parte integral de la estrategia, la tarea se complica. La sostenibilidad, cuando está arraigada en la operación y el núcleo de los negocios, se convierte en una parte intrínseca de la vida misma de la empresa, y los tiempos de crisis no alterarán su enfoque sostenible. Un ejemplo cercano se encuentra en la industria pesquera del norte de Chile, donde se esperan pérdidas por US\$ 35 millones debido a fenóme-

nos climáticos exacerbados por el cambio climático. ¿No abordará esta industria de manera proactiva este problema, no solo como respuesta a la crisis actual, sino como una inversión en su propia supervivencia a largo plazo? Evidentemente, estas inversiones no deberían ser percibidas como un simple gasto adicional al sistema. La sostenibilidad no debería ser vista como un lujo o una tendencia pasajera, sino como un elemento esencial de la estrategia empresarial, que fortalece su propia resiliencia. De lo contrario, continuaremos lidiando con prácticas superficiales, como el famoso *greenwashing* y sus consecuencias.