

**10 TENDENCIAS EN**

**SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL 2026**



# Índice

*#Sobre este trabajo / Pág. 2*

*#Introducción / Pág. 4*

*#Análisis de tendencias 2026 / Pág. 6*

*#01 Repensar la inversión para el desarrollo / Pág. 7*

*#02 El regreso de la energía nuclear / Pág. 11*

*#03 La sostenibilidad emocional / Pág. 13*

*#04 La inteligencia artificial se pone verde, inclusiva y regulada / Pág. 16*

*#05 Crisis climática: el fin del pesimismo catastrófico / Pág. 19*

*#06 ¿Su empresa ya invierte en la "Sociedad del Cuidado"? / Pág. 22*

*#07 ¿Hacia dónde va el ESG? La nueva encrucijada del capitalismo sostenible / Pág. 25*

*#08 Empresas biofílicas: la nueva frontera de la sostenibilidad empresarial / Pág. 28*

*#09 El océano enfermo y su factura creciente para la economía y las empresas / Pág. 31*

*#10 El océano enfermo y su factura creciente para la economía y las empresas / Pág. 33*

A top-down view of a workspace. In the upper left, a portion of a silver laptop is visible, showing the keyboard with keys like Q, W, E, R, A, S, D, F, G, H, J, K, L, Z, X, C, V, B, N, M, and function keys. Below the laptop, a silver clipboard with a black clip holds a white sheet of paper. To the left of the clipboard is a black stapler, and to the right is a black pencil. The background is a light-colored wooden surface.

# Sobre este trabajo

**ComunicarSe** lleva 23 años de trabajo periodístico alrededor de la agenda del desarrollo sustentable y su vinculación con el accionar de diversos sectores como la empresa, los gobiernos, la sociedad civil, los organismos internacionales, los sindicatos y la academia. En ese mismo camino, hemos desarrollado diecisiete trabajos de investigación que han abordado un amplio arco temático: comunicación, diversidad, cadena de valor, gestión, etc.

En este tiempo, vimos evolucionar la responsabilidad social, desde aquellos antiguos paradigmas que la ubicaban cerca de la filantropía, hasta nuestros días en los que dentro de un enfoque más integral se lo denomina sustentabilidad.

En ese derrotero, nuestra línea editorial se ha destacado por mantenerse en constante actualización, incorporando todos aquellos temas nuevos que se iban sumando a la conversación en los diversos cambios de época.



**¿Cómo hacemos para identificar esos temas?**

- Seguimos el día a día de la actualización de casi 200 fuentes globales de información.
- Estamos en estrecho contacto con los avances en las estrategias de sustentabilidad de las empresas y organizaciones más importantes del mundo.
- Recibimos y analizamos cada año papers, investigaciones, artículos y estudios de organizaciones clave.
- Cubrimos de manera presencial algunos de los eventos internacionales más influyentes, como las COP de Cambio Climático.
- Entrevistamos regularmente a importantes referentes del mundo de la sustentabilidad. Este ejercicio de observación, análisis y ponderación le ha dado a nuestro equipo de trabajo periodístico un “olfato” especial para “pescar” los nuevos issues, y anticiparse a los debates que se vienen.

**¿Cuándo un tema se convierte en relevante y con impacto sobre el futuro?**

- Cuando su presencia en nuestra agenda periodística es recurrente.
- Cuando los actores que inician su impulso tienen una influencia relevante.
- Cuando conecta con demandas sociales y propone soluciones nuevas a problemáticas no resueltas.

**El trabajo se plantea como objetivos:**

1. Identificar las principales tendencias en materia de sostenibilidad.
2. Anticipar potenciales escenarios críticos dentro de la agenda del desarrollo sustentable.
3. Brindar a los líderes información estratégica que posibilite orientar la gestión de riesgos potenciales.
4. Desarrollar un marco de análisis sobre el futuro de la agenda del desarrollo sostenible .
5. Detectar cuáles son los temas de la agenda global que impactarán con más fuerza en el contexto de América Latina.

Esperamos que este trabajo aporte a la construcción de un ecosistema empresarial sostenible en América Latina y que ayude a impulsar soluciones innovadoras de cara a los desafíos sociales, ambientales y económicos que nos esperan en los años venideros.

# Introducción



## *La sostenibilidad después del auge*

Desde hace casi veinte años, **ComunicarSe** observa cómo la sostenibilidad empresarial en América Latina ha pasado de ser un tema emergente a constituir un eje estratégico en la gestión corporativa. En este tiempo, el discurso de la responsabilidad social, el desarrollo sostenible y el propósito empresarial se expandió con fuerza, impulsando compromisos, reportes y metas globales. Hoy, sin embargo, esa etapa de expansión da lugar a una fase más exigente: la del realismo estratégico, donde la sostenibilidad debe demostrar resultados tangibles y capacidad de transformación estructural.

La edición 2025 del estudio Tendencias en Sostenibilidad Empresarial en América Latina aparece en un momento de transición. A nivel internacional, la agenda ESG experimenta una revisión crítica, marcada por tensiones políticas, debates sobre el “greenwashing” y la creciente presión regulatoria.

En la región, más que un retroceso, observamos un proceso de maduración: las empresas integran la sostenibilidad a sus decisiones de inversión, gobierno corporativo y gestión del riesgo, dejando atrás la lógica comunicacional para centrarse en la gestión del impacto.

En 2026, la sostenibilidad empresarial entra en una nueva fase marcada por el realismo y la acción. Las empresas dejan atrás el catastrofismo climático para enfocarse en soluciones resilientes y colaborativas, mientras el financiamiento sostenible y el blended finance se consolidan como motores del desarrollo ante la escasez de recursos públicos. Al mismo tiempo, emergen un multilateralismo climático más diverso y el regreso de la energía nuclear como opción limpia y confiable. La sostenibilidad deja así de ser un compromiso reputacional para convertirse en una estrategia de competitividad y transformación sistémica.

América Latina sigue ofreciendo un terreno fértil para la innovación social y ambiental. A pesar de los desafíos en materia de financiamiento, regulación y desigualdad, las empresas de la región muestran una notable capacidad para articular alianzas, generar valor compartido y responder con creatividad a contextos complejos.

Esa combinación de realismo y compromiso genuino define una nueva etapa: menos declarativa, más estratégica; menos centrada en la narrativa y más en la ejecución.

El aparente “silencio” de muchas empresas no implica el fin de la sostenibilidad corporativa, sino un cambio de tono. Según MIT Sloan Management Review (2025), el 99 % de los líderes empresariales planea mantener o ampliar sus compromisos ambientales, pese a comunicar menos. Este fenómeno, conocido como greenhushing, responde al temor a la polarización o al escrutinio público, especialmente en EE. UU. y Europa. En palabras del investigador Andrew Winston, “las empresas están haciendo más, pero hablando menos”.

Lejos de significar un retroceso, este silencio puede reflejar una madurez estratégica: el paso del discurso al desempeño. Empresas como Patagonia o Ikea continúan invirtiendo en energías renovables o economía circular sin grandes campañas de comunicación. En América Latina, donde el reconocimiento público sigue siendo un incentivo clave, la tendencia invita a repensar cómo comunicar con evidencia, mostrando resultados verificables en lugar de declaraciones aspiracionales.

En **ComunicarSe**, entendemos que la sostenibilidad no atraviesa un fin de ciclo, sino un cambio de paradigma. Después del auge, llega la consolidación: el momento en que las ideas se ponen a prueba en la práctica. Este estudio busca reflejar esa transformación, ofreciendo un mapa riguroso de las tendencias, los aprendizajes y los desafíos que definirán el rumbo de la sostenibilidad empresarial en América Latina durante los próximos años..



**Alejandro Langlois,**  
**Director de ComunicarSe**



# Análisis de tendencias 2026



01

Repensar la inversión  
para el desarrollo



02

El regreso de la energía  
Nuclear



03

La sostenibilidad  
emocional



04

La inteligencia artificial  
se pone verde, inclusiva  
y regulada



05

Crisis climática: el fin del  
pesimismo catastrófico



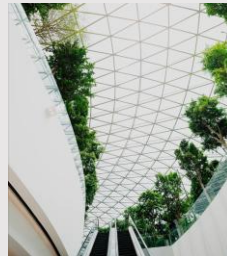
06

¿Su empresa ya invierte en  
la "Sociedad del Cuidado"?



07

¿Hacia dónde va el ESG?  
La nueva encrucijada del  
capitalismo sostenible



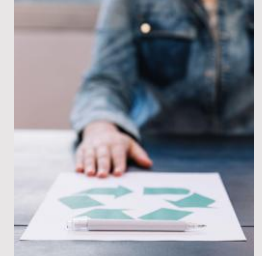
08

Empresas biofílicas: la  
nueva frontera de la  
sostenibilidad empresarial



09

El océano enfermo y su  
factura creciente para la  
economía y las empresas



10

Regulación de la  
responsabilidad extendida  
del productor (EPR) y  
empuje hacia la economía  
circular

# 01. Repensar la inversión para el desarrollo



América Latina se enfrenta a una **desaceleración económica generalizada**, con un crecimiento proyectado del PIB real del 2,2% en 2025 y 2,3% en 2026, lo que confirma una década de bajo dinamismo. Los ingresos públicos son insuficientes y el espacio fiscal de los gobiernos es limitado, con una inversión pública que ha sido utilizada como variable de ajuste fiscal.

Ante este panorama, la brecha de financiamiento para alcanzar los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** en países en desarrollo, incluida América Latina y el Caribe, se ha ampliado significativamente: de **2,5 billones de dólares anuales** antes de la pandemia a entre 3 y 4 billones de dólares en 2025, con proyecciones de superar los **6 billones para 2030** si no cambian las tendencias actuales.

**Esta enorme brecha subraya la urgencia de fomentar la inversión privada, tanto nacional como externa, como complemento indispensable a los recursos públicos.**



**Financiamiento Sostenible y Bonos Temáticos**

Las empresas tienen una creciente oportunidad en el mercado de financiamiento sostenible.

**En 2024, América Latina y el Caribe emitió 33.130 millones de dólares en bonos temáticos (verdes, sociales, sostenibles y vinculados a la sostenibilidad), lo que representa el mayor volumen desde 2021.**

Estos instrumentos permiten acceder a una base más amplia de inversionistas que buscan impacto. La clave para el éxito radica en el desarrollo de capacidades institucionales, la coordinación estratégica, la alineación con normas internacionales y objetivos de desarrollo nacionales, y la implementación de indicadores clave de desempeño (KPIs) medibles y transparentes.

**El surgimiento de un multilateralismo climático “alternativo”**

La reciente retirada de Estados Unidos del Acuerdo de París y el giro aislacionista de su política climática han encendido las alarmas en todo el sistema multilateral. Pero lejos de paralizar la acción global, este nuevo escenario está acelerando el surgimiento de un multilateralismo climático “alternativo”, más descentralizado, más diverso, y quizás más pragmático. El año 2026 se perfila como un punto de inflexión para estas nuevas formas de cooperación.

La promesa de que el liderazgo estadounidense era indispensable para alcanzar los objetivos del Acuerdo de París parece desmoronarse. Con un Congreso fragmentado y una administración que ha desmantelado los compromisos climáticos federales, los actores multilaterales, incluyendo a Naciones Unidas, miran hacia Europa, Asia y América Latina para sostener el impulso.

En este contexto, la Unión Europea ha reafirmado su “**Green Deal**” como una política de competitividad, mientras China —aunque con contradicciones internas— avanza en regulaciones ambientales y energías limpias.

Pero la gran novedad es el creciente protagonismo de países del Sur Global, que ya no esperan consensos imposibles, sino que actúan.

Expertos como Jean Pisani-Ferry y Beatrice Weder di Mauro ya hablan de una “*geometría variable*” de compromisos. En lugar de esperar una solución global y uniforme, se consolidan “*coaliciones temáticas*”: países que cooperan en torno a objetivos específicos como descarbonización del transporte, adaptación urbana o protección de biodiversidad marina.

Algunas de estas alianzas ya están en marcha: la “**Coalición de Altas Ambiciones por la Naturaleza y las Personas**”, impulsada por Chile y Costa Rica, o los acuerdos entre Colombia y Noruega sobre financiamiento basado en resultados para bosques.

**En otras palabras: el multilateralismo no muere, se transforma.**

## Nuevas herramientas de cooperación y desarrollo

Esto se puso de manifiesto con total claridad durante la "*Hamburg Sustainability Conference (HSC) 2025*", que reunió a líderes de empresas, gobiernos y sociedad civil con un objetivo en común: pasar del discurso a la acción, y que es una de las cumbres más importantes del mundo en materia de cooperación para el desarrollo. El encuentro dejó algunas decisiones estratégicas que colocan al "sector privado en el centro de la transformación global".

La conferencia impulsó la creación de "*SCALED (Scaling Capital for Sustainable Development)*", una nueva plataforma que busca movilizar miles de millones en inversión privada para acelerar soluciones sostenibles. El modelo prevé la creación de vehículos financieros estandarizados para facilitar el financiamiento de proyectos verdes, especialmente en países en desarrollo. Se espera que la empresa que gestionará esta iniciativa comience a operar antes de fin de año.

Durante el encuentro en Alemania los gobiernos, empresas y organizaciones multilaterales firmaron la "**Global Alliance against Inequality**", una alianza inédita que propone políticas públicas basadas en evidencia, innovación social y compromiso empresarial para reducir desigualdades.

El sector privado es convocado a actuar como aliado en la generación de empleo digno, reducción de brechas de género y acceso equitativo a servicios esenciales.

De esto también habla el "**Livre Blanc 2025**" de Expertise France, realizado en colaboración con el Institut de relations internationales et stratégiques (IRIS) Es un documento clave que celebra los 10 años de Expertise France y, al mismo tiempo, mira hacia el futuro, identificando los desafíos y prioridades venideras en un mundo en constante cambio.

Los principales hallazgos y proposiciones de este documento, que buscan ofrecer una nueva perspectiva sobre los ámbitos de intervención y enriquecer las prácticas de Expertise France, se estructuran en varios ejes principales:

➡ **Una cooperación mundial equilibrada:** Se constata un cambio en la dinámica global, con el declive relativo de la hegemonía estadounidense, la afirmación de China y Asia, y el ascenso de los países del Sur, ejemplificado por la expansión de los BRICS+. Las **normas y valores considerados universales ya no se imponen política, ideológica ni culturalmente**, y las potencias occidentales son a menudo criticadas por un "doble rasero". Se hace imperativo integrar estos nuevos paradigmas y **construir nuevas formas de cooperación**, reconociendo a los países del

Sur como socios conscientes de sus propios intereses y evitando posturas neocoloniales.

➡ **Las alianzas multipartitas para el clima:** Las últimas décadas han sido las más cálidas registradas, y las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) siguen aumentando, mientras las políticas de transición ecológica enfrentan resistencia. Es crucial que todos los actores (organizaciones internacionales, estados, sector privado, sociedad civil, investigadores) **formen coaliciones para reforzar la acción climática**, tanto en la mitigación (reducción de GEI) como en la adaptación a los impactos (eventos extremos, estrés hídrico). El **desinterés creciente de algunos actores del sector privado y gobiernos** en los compromisos climáticos es una preocupación. Los **levantes judiciales, políticos y económicos** (como el Fondo Verde para el Clima) son fundamentales para impulsar la acción.

Surge un nuevo paradigma de cooperación y financiamiento en el que las ciudades y gobiernos locales actúan como articuladores de capital privado. El caso de Sevilla (España) es ilustrativo: con apoyo del PNUD y financiadores europeos, la ciudad lanzó una iniciativa para movilizar más de 1.000 millones de euros hacia proyectos de energía renovable, movilidad eléctrica y regeneración urbana, mediante instrumentos financieros combinados (blended finance).

Este modelo, presentado en la **European Sustainable Finance Week 2025**, ya inspira experiencias similares en Medellín, San José y Santiago, donde se busca replicar este esquema de colaboración público-privada para escalar la inversión verde.

**Blended Finance: una nueva fórmula que puede destrabar los ODS hacia 2030**

Mientras el reloj de la Agenda 2030 avanza sin pausa, los recursos públicos ya no alcanzan para cubrir las promesas del desarrollo sostenible. Con un déficit de financiamiento estimado en 4 billones de dólares anuales, el mundo se enfrenta a una disyuntiva: rediseñar las reglas del juego o resignarse al incumplimiento masivo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En este contexto, el concepto de “**blended finance**” —o financiamiento combinado— comienza a ganar protagonismo como **una de las herramientas más prometedoras para movilizar capital privado hacia sectores críticos**. No se trata de una moda pasajera, sino de una reconfiguración profunda de la arquitectura financiera del desarrollo.

**El blended finance combina recursos públicos, filantrópicos y privados para “reducir el riesgo percibido por inversores tradicionales” y atraer capital hacia proyectos con impacto social o ambiental. En otras palabras, usa dinero público como “catalizador” para liberar inversión privada en sectores donde, hasta ahora, la rentabilidad no justificaba el riesgo.**

Organismos multilaterales como el BID, la CAF y la Corporación Financiera Internacional (IFC) ya utilizan este enfoque, pero el potencial de escalamiento aún está lejos de alcanzarse.

América Latina aparece en el radar global como una región clave para escalar el blended finance. ¿La razón? Su enorme brecha en infraestructura sostenible, su capital natural estratégico y su creciente ecosistema de innovación social. Sin embargo, también enfrenta obstáculos significativos: marcos regulatorios fragmentados, limitada capacidad técnica en estructuración financiera y bajo nivel de bancarización en zonas rurales.

Algunos países ya están actuando. Colombia y Chile han avanzado en canjes de deuda por naturaleza. Brasil explora fondos climáticos con participación privada. Costa Rica promueve alianzas para proyectos de movilidad sostenible. Pero el desafío es escalar y sistematizar estas experiencias en todo el continente.

Como bien advierte Jozef Síkelá, ministro de Industria de República Checa, el blended finance:

**“No puede ser un sustituto de la ayuda pública, sino un multiplicador”.**

El reto es lograr el equilibrio entre eficacia financiera y justicia estructural.



## 02. El regreso de la energía nuclear

Lo que hace unos años parecía una apuesta polémica, en 2025 y hacia 2026 ya se perfila como una tendencia concreta en sostenibilidad empresarial: la energía nuclear está recobrando protagonismo. No como utopía, ni como mero discurso, sino como alternativa plausible para empresas, bancos de desarrollo y gobiernos que enfrentan una triple dificultad: demandas crecientes de electricidad limpia, urgencia climática, y necesidad de fiabilidad (continuidad) en el suministro.

Tres acontecimientos recientes ilustran este cambio:

- El Banco Mundial, que durante décadas ha tenido prohibida la financiación de proyectos nucleares, está evaluando levantar esta restricción.
- Un grupo grande de empresas tecnológicas y de otros sectores firmó un acuerdo para “triplicar la capacidad nuclear mundial hacia 2050”, como parte de su estrategia de seguridad energética y descarbonización.
- La empresa Meta ha recurrido a la energía nuclear para responder al creciente uso de inteligencia artificial (IA), que exige centros de datos con suministro energético fiable, estable y cada vez más limpio.

**Claves detrás del impulso renovado: ¿Por qué esta revalorización de lo nuclear?**

1. Demanda energética creciente + nuevas cargas

El desarrollo de IA, procesamiento de datos, criptomonedas, almacenamiento digital y servicios en la nube están amplificando el consumo eléctrico. Para muchas empresas, la intermitencia de renovables —aunque han avanzado mucho— no garantiza la fiabilidad que exigen ciertas operaciones críticas. Meta lo expone claramente: necesitan energía limpia \*y confiable\*.

2. Compromisos climáticos que exigen soluciones pragmáticas

A medida que los objetivos de emisiones netas cero se hacen más ambiciosos, la narrativa empresarial ya no acepta que “bueno, tenemos solar y eólica, eso es suficiente”. Se buscan combinaciones híbridas, fuentes “base” que operen continuamente. La energía nuclear cumple esa función en varios países. El reconocimiento del Banco Mundial de que la nuclear podría ser parte de su cartera refleja que los organismos multilaterales se están adaptando.

3. Colaboración intersectorial y público-privada

Las alianzas empiezan a cruzar los viejos límites: tecnologías, finanzas, infraestructuras, innovación regulatoria. Empresas tecnológicas, instituciones financieras, asociaciones energéticas, gobiernos. El compromiso que incluye a Google, Amazon, Meta y otros es un buen ejemplo: no es solo discurso corporativo, sino compromisos públicamente asumidos.

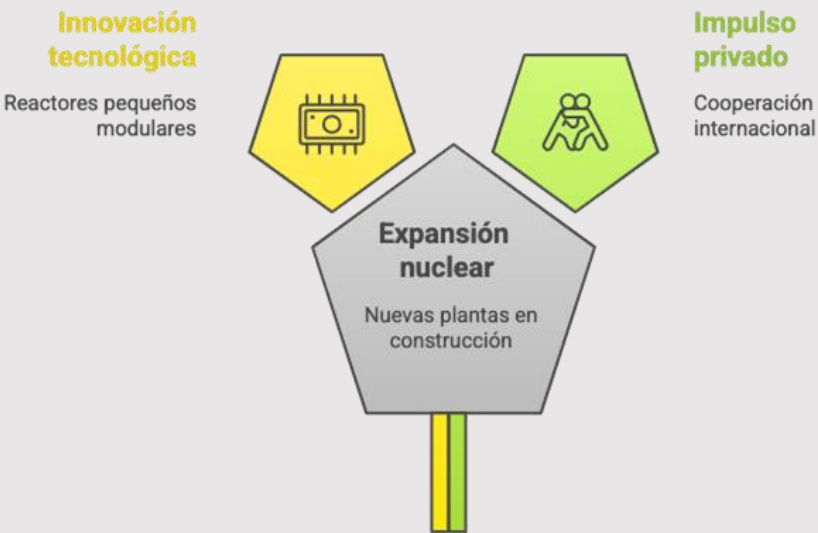
4. Avances tecnológicos y nuevas generaciones de reactores

Pequeños reactores modulares, tecnologías de seguridad mejorada, diseños más eficientes, costes potencialmente menores en operación y mantenimiento están haciendo que lo nuclear se vea menos riesgoso, más escalable y más aceptable socialmente. Aunque no todos los riesgos han sido resueltos, la percepción de que la tecnología puede “modernizarse” ha ganado terreno.

5. Diversificar fuentes limpias, no depender solo de una

Aunque la nuclear parece estar emergiendo como “columna vertebral” para muchas estrategias energéticas, lo ideal será combinarla con renovables, almacenamiento, eficiencia energética, para mantener resiliencia frente a shocks (políticos, climáticos, precios, regulaciones).

**La energía nuclear alcanza niveles récord en 2026**





### 03. La sostenibilidad emocional



En un escenario marcado por la fatiga informativa y la crisis de confianza en los discursos corporativos, dos nuevas tendencias emergen con fuerza en 2026: la sostenibilidad emocional, centrada en la conexión estética y afectiva con el entorno, y el storytelling íntimo, basado en relatos personales como herramienta estratégica para movilizar internamente y vincular externamente. En este capítulo exploramos cómo estas tendencias están configurando un nuevo lenguaje de sostenibilidad, con ejemplos concretos de empresas que ya las están adoptando.

#### 1. La sostenibilidad se vuelve emocional: belleza, pertenencia y esperanza como motor de acción

La nueva generación de iniciativas sostenibles busca tocar fibras sensibles, no solo cumplir indicadores. La sostenibilidad emocional se aleja de los discursos de culpa o urgencia técnica y se ancla en tres elementos clave: la belleza (como inspiración), la pertenencia (como vínculo) y la esperanza (como dirección movilizadora).



### Caso Patagonia

La marca de indumentaria outdoor Patagonia ha sido pionera en desarrollar un discurso ambiental que apela a lo afectivo. En sus campañas recientes, no solo promueve productos responsables, sino que comunica el amor por lugares específicos —ríos, cordilleras, costas— a través de la voz de activistas locales, escaladores y guías de montaña. En su narrativa, proteger el planeta no es una acción técnica, sino una declaración de afecto. Su documental Public Trust no recurre a estadísticas, sino a la conexión emocional con territorios que definen identidades culturales y personales.

#### 2. Storytelling íntimo: cuando el relato personal se convierte en estrategia de sostenibilidad

La sostenibilidad deja de ser anónima y se vuelve personal. Las empresas más avanzadas están explorando cómo las “historias individuales” pueden generar sentido compartido, alinear a sus equipos y construir vínculos de confianza con stakeholders. La gestión del cambio ambiental se vuelve más eficaz cuando se presenta como una travesía humana, no como una imposición normativa.

### Caso Grupo Hinojosa

En su informe de sostenibilidad 2025, el **Grupo Hinojosa** incluyó testimonios de colaboradores que crecieron junto a la planta de papel en Xàtiva. La narrativa no se centró en las toneladas recicladas, sino en cómo la transición energética está transformando la relación de la empresa con la comunidad. Un operario cuenta cómo su hijo ahora estudia ingeniería ambiental motivado por lo que ve en casa.

**Esta integración del relato personal como parte del discurso institucional refuerza el compromiso con el territorio y la legitimidad de las acciones.**

#### 3. Del dato al relato: reconectar con audiencias internas y externas

En un entorno sobresaturado de métricas e informes, las empresas que logran movilizar emocionalmente a sus audiencias son aquellas **que humanizan los datos**. Esto no significa eliminar la evidencia cuantitativa, sino acompañarla de relatos significativos que den contexto, emoción y propósito.

### Caso IKEA

IKEA ha comenzado a incluir en sus comunicaciones ambientales no solo cifras de reducción de emisiones, sino también historias de trabajadores que lideran proyectos de economía circular en sus tiendas. En lugar de destacar exclusivamente la tecnología implementada, se enfoca en cómo empleados de distintas áreas —logística, diseño, ventas— aportan ideas que se transforman en iniciativas globales. El impacto se vuelve más creíble y memorable cuando tiene rostro y voz.

#### 4. La emoción como ventaja competitiva: sostenibilidad como experiencia estética y social

La tendencia hacia una sostenibilidad emocional también está transformando el diseño de experiencias: productos, servicios y campañas que generan placer estético, sentido de comunidad y emoción compartida tienden a lograr mayor fidelización.

**Caso Norteña**

La empresa española **Norteña**, especializada en cubiertas y sistemas de protección solar, lanzó la campaña “Una cubierta = un árbol”, en la que por cada obra ejecutada se planta una encina con participación de niños, vecinos y personas con discapacidad. La acción trasciende el greenwashing porque se convierte en una experiencia sensible, enraizada en el territorio, donde cada árbol lleva una placa con nombres y fechas. La sostenibilidad ya no es solo cumplimiento: es ceremonia, memoria y belleza.

5. Del compliance a la emoción colectiva: construir una nueva cultura organizacional

Estas nuevas narrativas no sólo impactan hacia afuera, también transforman la cultura organizacional. Las historias compartidas crean sentido de pertenencia y refuerzan valores que orientan la toma de decisiones sostenibles a largo plazo.

**Caso ilustrativo: Rebi & Michelin**

El proyecto conjunto entre la empresa energética Rebi y Michelin en Castilla y León reutiliza el calor residual industrial para abastecer redes de calefacción urbana.

Más allá del modelo técnico de economía circular, lo que distingue este caso es su narrativa comunitaria: los vecinos de Aranda de Duero participan activamente en el proceso y se reconocen como parte de una red de colaboración intersectorial. La historia no es solo de eficiencia energética, sino de cocreación ciudadana.

6. Implicaciones estratégicas para las empresas en 2026

El relato se convierte en ventaja competitiva: las marcas que emocionan, conectan y movilizan ganan reputación, fidelidad y legitimidad.

El capital narrativo es parte del capital reputacional: las historias reales generan confianza en contextos de creciente escepticismo.

La sostenibilidad deja de ser un área funcional y se convierte en una forma de contar la identidad corporativa.

El reciente artículo de Fundación Avina, “*De los laberintos se sale por arriba*”, propone una mirada renovadora sobre los desafíos sociales y ambientales en América Latina: avanzar no solo con nuevas políticas, sino con nuevas sensibilidades.

Frente a un panorama de polarización y desencanto, se plantea que la salida requiere creatividad colectiva y reconexión con los valores humanos que sustentan el cambio. Este enfoque resuena con una tendencia más amplia que empieza a marcar la agenda global: entender la sostenibilidad no solo como un sistema de indicadores, sino como una práctica emocional y cultural que invita a imaginar futuros posibles.

En sintonía con esta perspectiva, la noción de “**sostenibilidad emocional**” redefine la comunicación del desarrollo sostenible. La estética, la pertenencia y la esperanza se vuelven ejes estratégicos para inspirar compromiso y confianza, tanto en comunidades como en organizaciones. Del mismo modo, el *storytelling íntimo* —basado en relatos personales y vivencias compartidas— se perfila como herramienta poderosa para reconstruir la legitimidad de los discursos ambientales. El texto de Avina y estas nuevas tendencias confluyen en una misma dirección: el cambio no ocurre solo con métricas, sino cuando la sostenibilidad logra emocionar, vincular y movilizar a las personas en torno a un sentido común de propósito.

## 04. La inteligencia artificial se pone verde, inclusiva y regulada



La integración de la inteligencia artificial (IA) en los sistemas productivos y de gestión ambiental está redefiniendo la sostenibilidad. Lo que comenzó como una herramienta para optimizar procesos hoy se convierte en un factor estructural de cambio: la IA permite medir impactos, mejorar la trazabilidad y reducir consumos energéticos a una escala inédita. Pero en 2026 la conversación da un giro: la innovación tecnológica ya no basta si no es **verde, inclusiva y éticamente gobernada**.

### La IA verde: eficiencia energética como nuevo estándar

El auge de la IA tiene un costo ambiental creciente. Los centros de datos ya consumen más de **460 teravatio-hora (TWh)** al año —más que toda la demanda eléctrica de un país como Suecia—, y se proyecta que superen los **1.000 TWh para 2030** si continúa la expansión del entrenamiento de grandes modelos. En respuesta, surge el concepto de “**Green AI**”, que prioriza algoritmos más ligeros, entrenamientos eficientes y energías limpias.



Un estudio de 2023, *A Systematic Review of Green AI*, analizó 98 investigaciones y reveló que la optimización de parámetros o la reducción de datos irrelevantes puede disminuir el consumo energético de los modelos en más del **50%**, sin pérdida significativa de precisión. Otro informe, *Data-Centric Green AI*, mostró reducciones de hasta **92%** al simplificar los conjuntos de datos de entrenamiento.

Empresas como **Google** lideran este movimiento: sus centros de datos han multiplicado por seis la cantidad de computación útil por unidad de electricidad desde 2018 y mantienen el compromiso de operar con energía 100% libre de carbono las 24 horas del día para 2030. Otras firmas como **Verdigris Technologies** aplican IA para monitorear consumos eléctricos en edificios industriales y reducir desperdicios, mientras **Xylem, Inc.** utiliza algoritmos predictivos para detectar fugas y optimizar redes de agua.

IA inclusiva: cerrar brechas y democratizar la tecnología

El mercado global de la IA generativa podría alcanzar 1,3 billones de dólares en 2032, según Bloomberg Intelligence.

Sin embargo, el mapa de poder tecnológico sigue concentrado: Estados Unidos lidera la inversión privada y las startups, mientras China avanza con un modelo fuertemente regulado y centrado en el control estatal. África y América Latina enfrentan rezagos estructurales en infraestructura digital y formación técnica, lo que amenaza con ampliar las brechas del conocimiento.

Para una **IA inclusiva**, los expertos proponen invertir en datos multilingües y culturalmente representativos, fomentar **modelos de código abierto** y fortalecer redes regionales de innovación. América Latina empieza a dar pasos en esa dirección: la Red de Inteligencia Artificial de América Latina y el Caribe (RIALC), impulsada por la UNESCO, promueve el desarrollo de modelos éticos y contextualizados en la región.

Gobernanza ética: el nuevo frente regulatorio

La sostenibilidad tecnológica requiere también una **gobernanza ética robusta**. La **Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial de la UNESCO** — aprobada por 193 Estados Miembros— se consolida como el marco más amplio a nivel mundial para orientar políticas públicas.

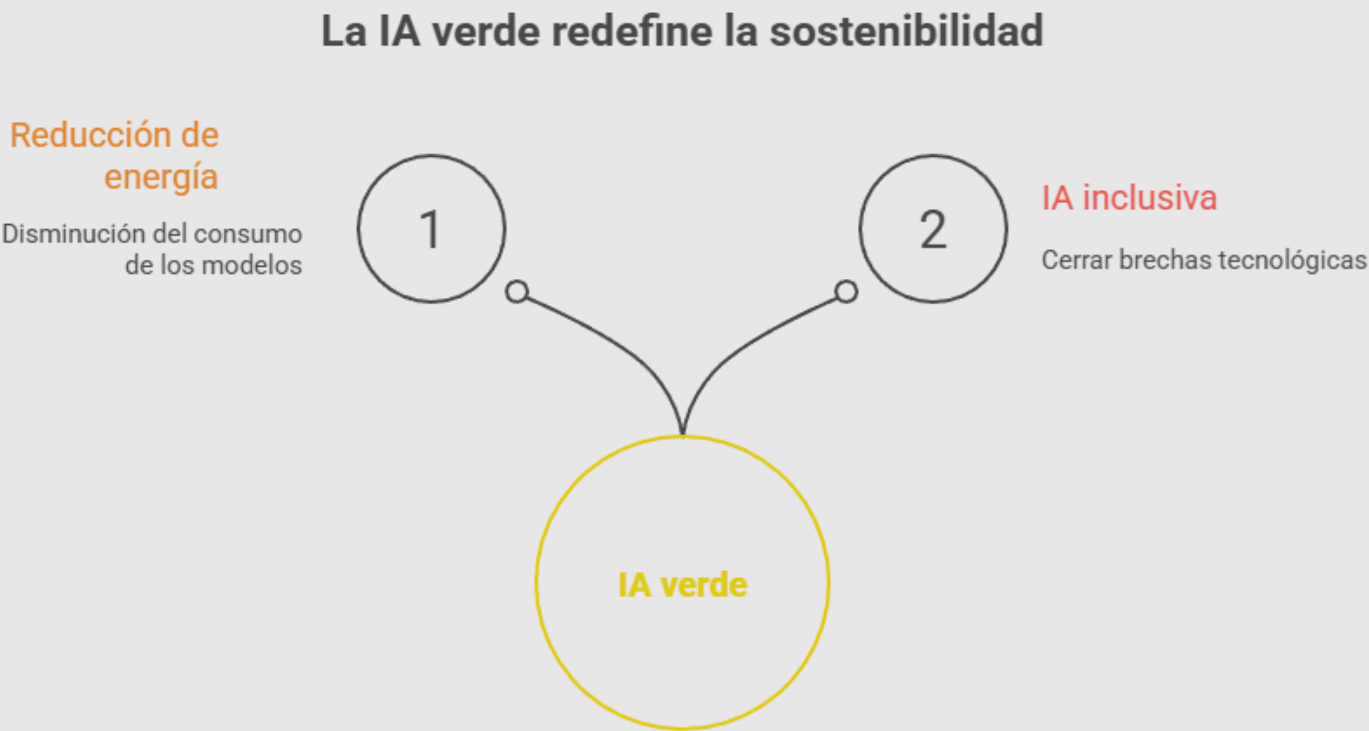
Sus principios incluyen transparencia, justicia, responsabilidad, privacidad y mitigación de sesgos.

En Europa, el **AI Act** aprobado en 2024 introduce un sistema de clasificación de riesgos y obliga a las empresas a reportar el impacto ambiental y social de los sistemas de IA. Estados Unidos, por su parte, avanza con una “AI Bill of Rights”, mientras que países como Brasil y México preparan sus propias normativas inspiradas en estándares globales.

La “IA verde, inclusiva y regulada”  
marca una nueva fase de la  
sostenibilidad corporativa. Las  
empresas que logren integrar  
algoritmos energéticamente eficientes,  
gobernanza ética y diversidad de datos  
no solo reducirán su huella ambiental,  
sino que fortalecerán su legitimidad y  
resiliencia en el mercado.

La gran tendencia emergente para 2026 será la incorporación de métricas de impacto ambiental de la IA —emisiones, consumo energético y eficiencia de modelos— dentro de los reportes de sostenibilidad, a medida que empresas y reguladores comienzan a exigir ‘carbon accounting de IA’ como parte del desempeño ESG.

En 2026, la sostenibilidad deja de ser solo una cuestión de materiales, residuos o carbono: también se juega en los **códigos, servidores y decisiones automatizadas**. La próxima gran transformación verde será digital, pero su éxito dependerá de que la inteligencia sea, además de artificial, **humana y responsable**.



## 05. Crisis climática: el fin del pesimismo catastrófico



Durante décadas, la comunicación ambiental se basó en el miedo: incendios, catástrofes y futuros distópicos. Ese relato logró visibilidad, pero hoy muestra sus límites. Crece una nueva corriente que propone abandonar el fatalismo y apostar por historias que inspiran acción y esperanza. No se trata de negar la urgencia, sino de mostrar que la transición ecológica es posible y ya está en marcha.

Bill Gates lo resumió recientemente: **“Para mantener la atención en el cambio climático, debemos hablar de progreso, no solo de problemas”**. Empresas, gobiernos y organizaciones comienzan a adoptar este enfoque, destacando avances tecnológicos, cooperación y modelos de negocio sostenibles.

El desafío ahora es comunicar desde la esperanza, sin perder rigor: transformar el miedo en acción y las advertencias en oportunidades. En la nueva narrativa climática, el futuro ya no es el fin del mundo, sino el comienzo de uno distinto.



**Del miedo a la oportunidad: un cambio de narrativa global**

Esta narrativa más proactiva y menos apocalíptica se extiende también al discurso público. En su ensayo de 2025, **Hannah Ritchie**, científica ambiental de *Our World in Data*, propone superar el “fatalismo verde” y abrazar una **“esperanza basada en datos”**. Ritchie demuestra que las emisiones per cápita ya se estabilizan o descienden en más de 20 países, que la energía solar es hoy la fuente más barata del planeta y que la pobreza extrema sigue disminuyendo. “Lo que nos mata no es el cambio climático, sino la desesperanza”, escribe, invitando a movilizar desde el optimismo informado.

Andrew Revkin es una de las voces más influyentes del giro “post-catastrofista” en la comunicación climática. Desde su trabajo en Columbia y ahora en ProPublica, promueve dejar atrás el tono apocalíptico y enfocarse en la capacidad humana para adaptarse y responder. No niega la urgencia del problema, pero advierte que el lenguaje del “colapso” paraliza más de lo que moviliza. Su propuesta: reemplazar el miedo por narrativas de resiliencia, innovación y acción colectiva, en las que las comunidades sean protagonistas de las soluciones.

Como resumió en una conferencia de 2025: “Si pasamos de la lógica de ‘detener esto’ a la de ‘empezar esto’, podremos encontrar soluciones climáticas impulsadas por las propias comunidades, capaces de marcar una verdadera diferencia”.

***“El optimismo climático ya no es ingenuo, es estratégico”, Bill Gates.***

*“El optimismo climático ya no es ingenuo, es estratégico. Hemos probado que las soluciones funcionan: energía limpia más barata, agricultura regenerativa escalable, materiales reciclables de nueva generación. Lo que necesitamos ahora es liderazgo que convierta esas soluciones en norma, no en excepción”.*

Gates destaca que el costo de la energía solar cayó un **89 % en la última década**, y que el financiamiento climático global alcanzó los **1,3 billones de dólares en 2024**, con un crecimiento del 17 % anual. Su advertencia es clara: los países y empresas que sigan apostando solo a la mitigación sin invertir en adaptación “se quedarán rezagados en el nuevo mapa económico verde”.

Hasta hace poco, en 2021, Bill Gates advertía con tono apocalíptico: “Si seguimos así, las

consecuencias serán catastróficas” y “nos estamos quedando sin tiempo”.

Hoy, su discurso cambió. El filántropo y uno de los principales financistas y voceros del movimiento climático global reconoce que tratar el cambio climático solo como una amenaza inminente tiene un costo demasiado alto, especialmente para los más vulnerables. Los pobres de los países pobres —dice ahora— terminan pagando el precio de un enfoque centrado en el miedo más que en las soluciones.

**Una nueva cultura climática: de la catástrofe a la confianza**

El cambio de narrativa se refleja también en los medios y la cultura. La serie documental **“Hope! Estamos a tiempo”** (RTVE Play, 2025) muestra soluciones climáticas reales en 17 países, mientras iniciativas como **Generation Restoration** y **Project Drawdown** actualizan anualmente el ranking de estrategias efectivas y escalables para la descarbonización.

En conjunto, estos relatos y evidencias confirman una tendencia global: **la sostenibilidad empresarial se vuelve menos moralista y más pragmática, menos alarmista y más movilizadora**. La emoción que domina ya no es el miedo, sino la determinación.

La crisis climática no ha terminado, pero el pesimismo catastrófico sí empieza a hacerlo. En 2026, las organizaciones que logren comunicar y gestionar su resiliencia —con datos, soluciones y esperanza activa— serán las que definan el liderazgo sostenible de la década.

Este cambio de tono conecta con un debate más amplio en el ámbito de la sostenibilidad: la necesidad de superar el **pesimismo paralizante** y promover **nuevas narrativas climáticas** capaces de movilizar desde la esperanza y no desde el miedo. Cada vez más comunicadores, científicos y educadores coinciden en que el *storytelling optimista* es una herramienta clave para mantener el compromiso ciudadano y empresarial. En lugar de repetir mensajes apocalípticos, estas nuevas historias destacan el ingenio humano, la cooperación y las soluciones locales que ya están funcionando.



## 06. ¿Su Empresa ya Invierte en la "Sociedad del Cuidado"?



La CEPAL redefine el cuidado no como un costo, sino como un motor de crecimiento ineludible. Para los líderes empresariales, es hora de transformar la agenda social en ventaja competitiva.

América Latina y el Caribe enfrentan una coyuntura estructural compleja: bajo crecimiento, alta desigualdad y debilidad institucional. En el corazón de esas tres trampas de desarrollo, emerge un nuevo concepto con poder de transformación: la economía del cuidado, un ámbito históricamente invisibilizado que hoy se revela como la gran oportunidad de inversión social y productiva de la próxima década.

Según la **Comisión Económica para América Latina y el Caribe** (CEPAL), el futuro económico de la región depende de construir lo que llama una *"Sociedad del Cuidado"*, eje central de su informe *"Gobernanza, economía política y diálogo social para una transformación con igualdad de género"*. El documento es categórico: el cuidado no es un gasto social, sino una **inversión con triple dividendo** — económico, social y ambiental— que podría generar **más de 31 millones de empleos para 2035**.



*“El cuidado es el nuevo sector estratégico del siglo XXI. Si América Latina no lo incorpora a su política económica, quedará atrapada en un modelo de baja productividad y desigualdad estructural”,* afirma **José Manuel Salazar-Xirinachs**, Secretario Ejecutivo de la CEPAL.

**Del gasto a la inversión inteligente**

El envejecimiento poblacional, la urbanización acelerada y las brechas en la oferta de servicios de cuidado infantil están configurando una **demanda explosiva de cuidados** que ni el Estado ni el mercado logran satisfacer. Más del **75 % del trabajo de cuidado no remunerado recae sobre las mujeres**, según la OIT, lo que limita su inserción laboral y perpetúa desigualdades.

La OIT advierte además que los países que no implementan políticas de cuidado pierden hasta **4,5 puntos del PIB anual en productividad**. Por eso, su resolución de 2024 sobre “Trabajo decente y economía del cuidado” insta a los gobiernos y empresas a adoptar el marco de las “5R”: **Reconocer, Reducir, Redistribuir, Recompensar y Representar** el trabajo de cuidado.

Pero lo más disruptivo es que el sector privado ya empieza a mover ficha. En 2025, **Grupo Bimbo** reportó una reducción del 25 % en la rotación de personal femenino tras implementar **guarderías corporativas y esquemas flexibles de trabajo híbrido**. En paralelo, **Unilever** y **Nestlé** ampliaron sus políticas de licencias parentales igualitarias y lanzaron programas de “corresponsabilidad familiar” que promueven la participación activa de los padres.

En el plano emprendedor, startups latinoamericanas como **CuidaMiAbuelo** (Chile) y **Homely** (México) están profesionalizando los servicios de atención domiciliaria y limpieza, generando empleo formal y certificaciones de calidad.

Según el Banco Mundial, el crecimiento del mercado privado de cuidado en la región podría duplicarse para 2028 si se integran incentivos fiscales y modelos de alianzas público-privadas.

**El cuidado como palanca estratégica**

Para los CEOs, el cuidado deja de ser un asunto social periférico y se convierte en una nueva frontera de competitividad y reputación.

1. Cadenas de valor responsables

La Directiva Europea sobre Diligencia Debida (2024) obliga a las empresas a garantizar condiciones laborales justas a lo largo de toda su cadena de suministro. Para exportadores latinoamericanos, incorporar prácticas de cuidado (guarderías rurales, horarios flexibles, atención a cuidadores) será una llave de acceso a mercados europeos.

2. Guerra por el talento

En un mercado laboral post-pandemia, la flexibilidad y el bienestar son factores decisivos para atraer talento. El informe “Future of Work 2025” del World Economic Forum señala que las empresas con políticas de cuidado integradas aumentan un 20 % su retención de talento femenino y reducen el ausentismo un 15 %.

3. Innovación y tecnología social:

La “silver economy” —enfocada en personas mayores— está impulsando nuevas startups tecnológicas en salud, teleasistencia y bienestar. Plataformas como **MiCuidado+ (Colombia)** desarrollan soluciones digitales que conectan cuidadores certificados con familias, reduciendo costos y ampliando cobertura. Bill Gates, en un reciente foro de Bloomberg sobre el futuro del empleo, lo sintetizó así:

***“La economía del cuidado será el nuevo campo de innovación masiva. Los países que logren combinar empatía con tecnología liderarán el crecimiento inclusivo del siglo XXI.”***

El **Acelerador de Inversiones en Cuidados**, lanzado en 2025 por **CEPAL, CAF y el BID**, busca precisamente movilizar capital público y privado hacia este sector. **Costa Rica, Chile y Colombia** ya exploran modelos de cofinanciamiento donde el Estado aporta infraestructura y las empresas gestionan servicios de cuidado para su personal o comunidades aledañas.

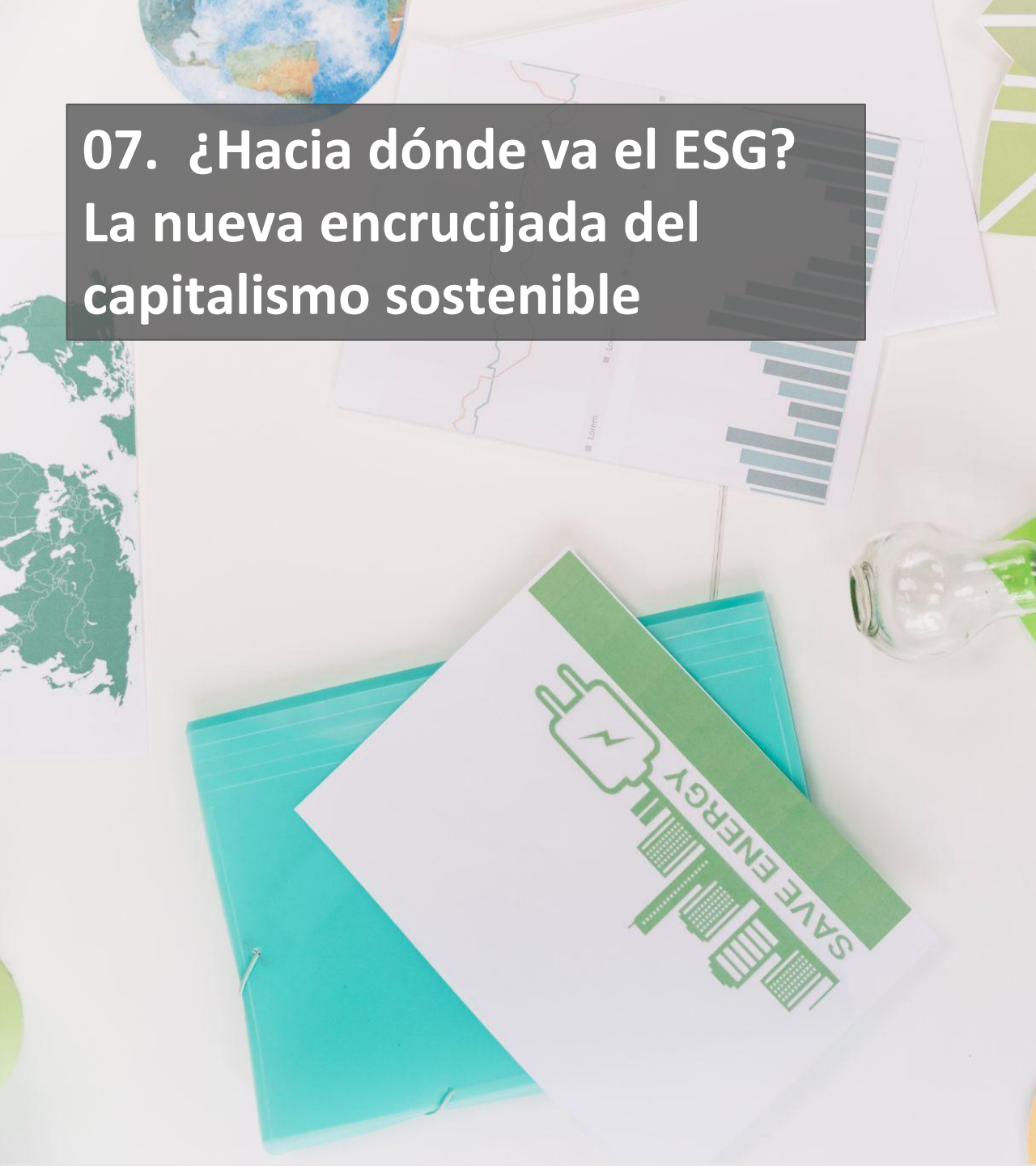
**Cultura empresarial y corresponsabilidad**

La transición hacia una Sociedad del Cuidado también implica un cambio cultural profundo. Las empresas están llamadas a promover nuevas masculinidades y campañas de sensibilización que redistribuyan las responsabilidades familiares. Desde 2025, compañías como Telefónica y Natura incorporaron talleres de “paternidad activa” y mentorías para hombres en liderazgo empático, vinculando estos programas con sus metas ESG y de bienestar corporativo.

La economía del cuidado no es un lujo social ni una agenda de nicho: es el nuevo horizonte de rentabilidad y legitimidad empresarial. Lo que hoy parece una política de bienestar será, en 2026, una condición competitiva y regulatoria. Las empresas que inviertan hoy en infraestructura de cuidado, modelos de corresponsabilidad y soluciones tecnológicas inclusivas no solo fortalecerán su capital humano, sino que construirán **resiliencia social y reputacional**.

**“La sociedad del cuidado no es un ideal humanista: es una estrategia económica inteligente”, concluye María-Noel Vaeza, directora regional de ONU Mujeres para América Latina.**

El tiempo de cuidar es ahora. Y quienes entiendan primero que cuidar también es crecer, serán los verdaderos líderes de la sostenibilidad 2026.



## 07. ¿Hacia dónde va el ESG?

### La nueva encrucijada del capitalismo sostenible

Durante más de una década, las siglas **ESG** (Environmental, Social and Governance) dominaron el vocabulario de la sostenibilidad corporativa. Hoy, sin embargo, el término atraviesa una fase de redefinición y debate ideológico intenso. ¿Estamos ante el declive del ESG o frente a su transformación en una nueva etapa del capitalismo responsable?

#### Del auge al ajuste: la madurez del concepto

Según **McKinsey & Company** (2025), el ESG no está desapareciendo, pero ha dejado de ser el mantra incuestionable que fue entre 2015 y 2022. Tras una década de expansión vertiginosa —el número de fondos ESG pasó de 1.000 en 2018 a más de 5.800 en 2023, con activos superiores a **US\$ 3,2 billones** según **Morningstar**—, el concepto entra ahora en una fase de **maduración y depuración**.



En términos mediáticos, la evolución es elocuente: en 2014 se registraban apenas 5.000 menciones de “ESG” en medios globales, frente a más de **300.000 en 2024**, pero en 2025 esa curva muestra un **descenso de más del 15 %**, acompañado por una caída similar en propuestas accionarias vinculadas al tema en Wall Street, según **The Conference Board**.

Lejos de un colapso, el ESG atraviesa un punto de inflexión. “El término se ha institucionalizado tanto que corre el riesgo de diluir su sentido transformador”, advierte Andrew Winston, coautor de Net Positive junto a Paul Polman.

Las compañías han internalizado los indicadores ESG —el promedio de KPIs monitoreados por la alta dirección creció un 30 % desde 2018—, pero lo que está en juego ahora es **cómo traducir esas métricas en impacto real y valor estratégico**.

**EE.UU.: politización y retroceso semántico**

El principal factor de turbulencia para el ESG proviene de Estados Unidos. Allí, el término se ha convertido en una bandera ideológica. Varios estados republicanos —entre ellos Texas, Florida y Utah— **han vetado inversiones o fondos públicos con criterios ESG**, acusándolos de “activismo corporativo”.

Según **Morning Consult** (2025), el 42 % de los votantes republicanos considera el ESG “una agenda política disfrazada”.

El **retroceso del uso del término** ha sido notorio: grandes gestoras como **BlackRock, State Street y Vanguard** han reducido su exposición pública al acrónimo, reemplazándolo por expresiones más neutras como “*sustainable investing*” o “*long-term value*”. Larry Fink, CEO de BlackRock, lo reconoció en su carta anual de 2024:

***“Ya no uso el término ESG porque se ha politizado. Pero sigo creyendo profundamente en la necesidad de integrar sostenibilidad en el valor a largo plazo.”***

En contraste, **Europa y América Latina** continúan avanzando hacia una **institucionalización regulatoria del ESG**, con la entrada en vigor de la **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** en la UE y nuevos marcos como el de **IFRS S1 y S2**, adoptados progresivamente en mercados emergentes.

**La saturación informativa: cuando los KPIs superan la estrategia**

Otro fenómeno clave es la **fatiga de información**. La proliferación de marcos de reporte —GRI, SASB, TCFD, CDP, ISSB— ha generado **una sobrecarga de datos** que muchas empresas ya no logran gestionar eficazmente. Según **PwC** (2025), el 70 % de los CFOs encuestados considera que “los informes ESG se han vuelto más complejos que los financieros”, mientras que solo el 36 % cree que generan valor tangible.

Esta saturación ha impulsado un cambio de foco: pasar de **reportar a transformar**, de **cumplir a integrar**. Es lo que **McKinsey** describe como “la evolución del ESG hacia una gestión de capacidades sostenibles”, donde lo relevante no es tener cientos de indicadores, sino conectar sostenibilidad con **innovación, talento y resiliencia del negocio**.

**La perspectiva de los inversores: confianza erosionada pero demanda persistente**

Pese al debate, los inversionistas siguen considerando el ESG un insumo clave para la toma de decisiones.

El **EY Institutional Investor Survey 2024** revela que el **88 % de los inversores institucionales** planea aumentar el uso de información ESG en su análisis financiero. Sin embargo, el **85 %** de ellos cree que **las declaraciones de sostenibilidad son hoy menos confiables** que hace cinco años.

Esta brecha de credibilidad alimenta el escepticismo y el riesgo de *greenwashing*. Según **Bloomberg Intelligence (2025)**, se espera que **uno de cada cinco fondos ESG** sea “reclasificado” o fusionado antes de 2027 debido a presiones regulatorias y exigencias de transparencia.

En **América Latina**, la tendencia es dual: mientras países como **Chile, Brasil y México** avanzan en la adopción de taxonomías verdes y normas de divulgación (como la NIS mexicana o el Marco ASG brasileño), el mercado aún muestra **baja integración del ESG en las decisiones de crédito y riesgo**.


**Hacia 2026: una nueva gramática de la sostenibilidad**

Todo indica que, para 2026, **ESG seguirá existiendo**, pero como **lenguaje técnico subordinado a una narrativa más amplia de valor sostenible**. Los analistas coinciden en que la próxima etapa no consistirá en descartar el ESG, sino en reencuadrarlo dentro de modelos integrados de negocio sostenible, con foco en materialidad y desempeño financiero real.

En ese sentido, el concepto de “**Sustainability Performance Management**” gana terreno como reemplazo pragmático: menos ideología, más integración entre sostenibilidad y gestión empresarial.

En resumen, el futuro no será *post-ESG*, sino *trans-ESG*: un terreno donde sostenibilidad, propósito y desempeño convergen en una nueva forma de hacer negocios.





## 08. Empresas biofílicas: la nueva frontera de la sostenibilidad empresarial

Ya no alcanza con ser sustentable desde el piso de producción, sino que se busca reconectar con lo vivo, lo cultural y lo local. Esa es la fuerza impulsora detrás del concepto de las "empresas biofílicas", según un análisis reciente del Foro Económico Mundial.

Una empresa biofílica es aquella que integra de manera consciente la naturaleza y sus principios en el diseño de sus espacios, productos y procesos, con el objetivo de mejorar el bienestar humano y regenerar los ecosistemas. No se trata solo de decorar oficinas con plantas, sino de incorporar materiales naturales, luz, ventilación y patrones inspirados en la biodiversidad para reconectar a las personas con su entorno. Según el Foro Económico Mundial (WEF), este enfoque va más allá de la estética: promueve productividad, salud y creatividad en los trabajadores, al mismo tiempo que impulsa modelos de negocio más resilientes y alineados con la sostenibilidad.



En el artículo *"Por qué las empresas biofílicas pueden redefinir la sostenibilidad"*, Elena Raevskikh (jefa de Investigación de Turismo en Abu Dhabi) y Giovanna Di Mauro (Zayed University) subrayan que estas empresas van más allá de poner plantas en una oficina. *"Integran valores ecológicos, patrimonio cultural y saberes locales en el núcleo de sus prácticas"*, explican, logrando una visión que redefine la sostenibilidad misma.

No es solo una nueva estética: es una economía que apuesta por entregar **"identidad, memoria y pertenencia"**, utilizando técnicas ancestrales, materiales naturales y un circuito productivo local en lugar del consumo masivo y las cadenas de producción globalizadas.

La mesa redonda inaugural del WEF sobre Liderazgo en Resiliencia reforzó esta idea: ante crisis comerciales, conflictos geopolíticos o interrupciones en las cadenas globales, las empresas que actúan a escala local tienen una ventaja estratégica, porque fortalecen su comunidad, su identidad y su modo de operar.

Las estrategias biofílicas funcionan como anclajes culturales: transmiten técnicas intergeneracionales (como el tejido con fibras naturales), usan materiales que reducen la huella

ecológica (madera, pigmentos minerales, lana) y construyen narrativas con anclaje en el territorio y la comunidad.

El modelo económico tradicional valora la escala y la formalización. Pero las "empresas biofílicas" operan en ese "margen" no por necesidad, sino con intención: son resilientes, reducen vulnerabilidades y construyen valor que no se ve en el PIB pero sí en la cohesión social, el legado cultural y la sostenibilidad real.

La empresa de alfombras **Interface** (cuándo no) fue pionera en trasladar el concepto de diseño biofílico al mundo corporativo cuando, a mediados de los años noventa, introdujo alfombras modulares inspiradas en patrones de la naturaleza, como hojas, piedras o cortezas. Este enfoque no solo transformó la estética de los espacios de trabajo, sino que también abrió la puerta a entornos más saludables y creativos. Con su colección Entropía (1994), la compañía demostró que imitar la irregularidad y la diversidad de los ecosistemas podía reducir desperdicios en la producción y, al mismo tiempo, generar ambientes laborales que mejoran el bienestar de los empleados.

Hoy Interface es reconocida globalmente como un referente del diseño biofílico aplicado a la

industria, marcando un camino que otras empresas han seguido en la búsqueda de espacios más humanos y sostenibles.

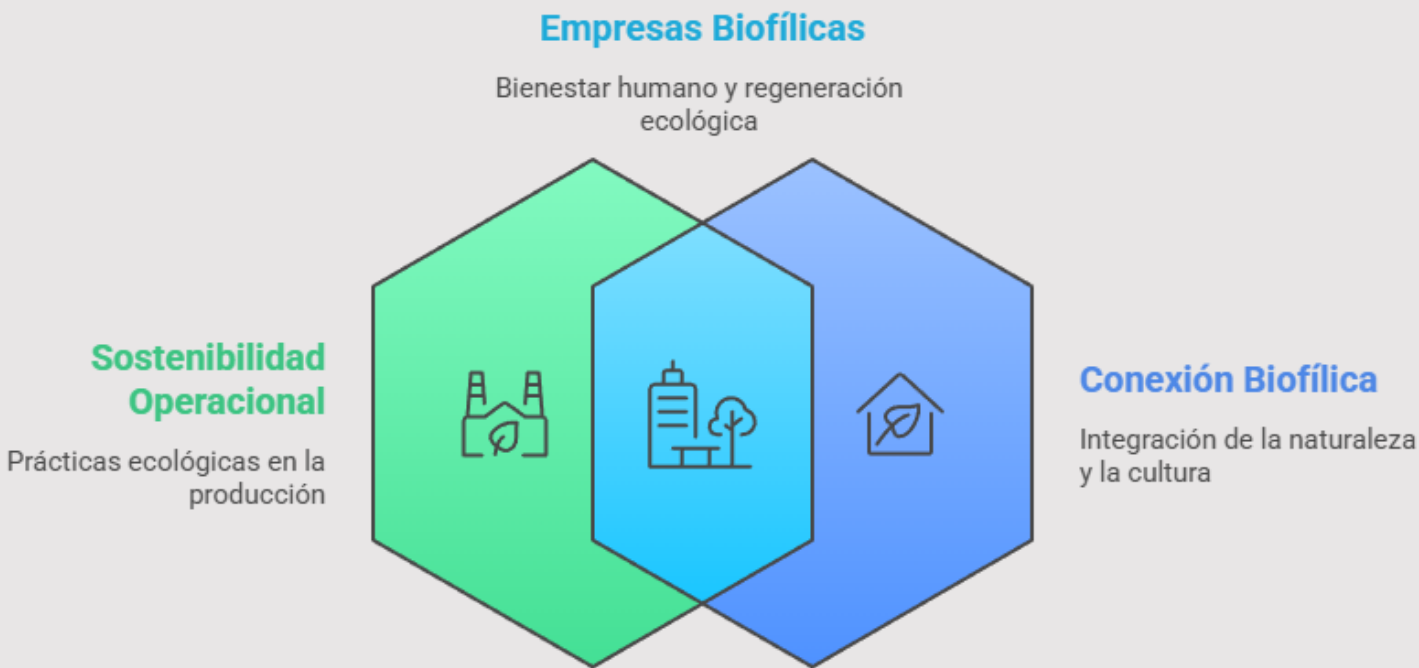
Un ejemplo reciente de gran escala es **Amazon**, que en su sede de Seattle construyó **"The Spheres"**, tres cúpulas de vidrio que albergan más de 40.000 plantas de todo el mundo y funcionan como espacios de trabajo e innovación rodeados de naturaleza. En el otro extremo, pymes como la colombiana **VerdeVivo**, especializada en muros y techos verdes, han llevado la biofilia a oficinas, colegios y hospitales, demostrando que esta tendencia no es exclusiva de gigantes tecnológicos, sino que puede adaptarse a distintos presupuestos y contextos, con impactos positivos tanto en la productividad como en la salud de las personas.

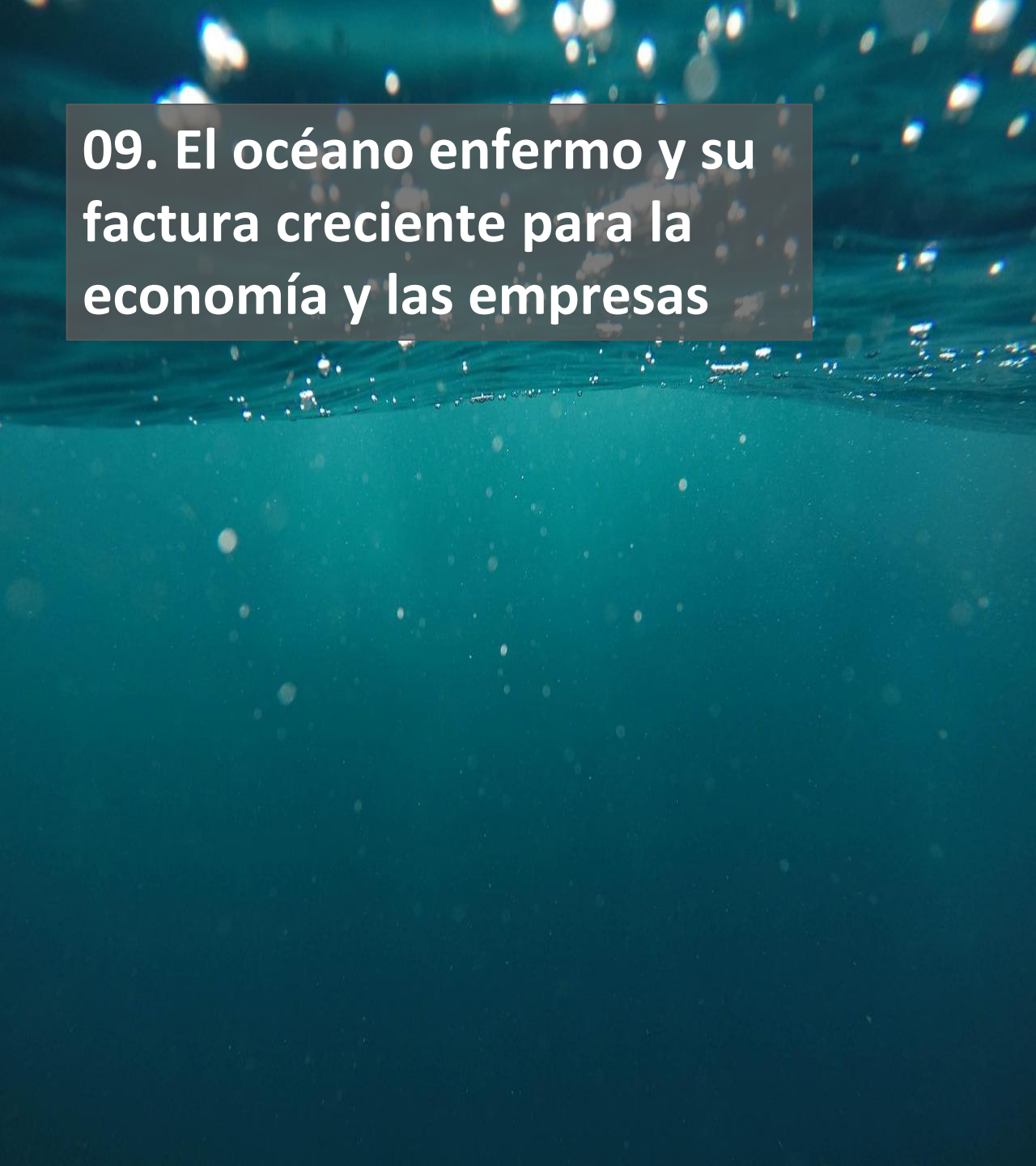
Según el **el mercado global de soluciones de diseño biofílico podría superar los 150.000 millones de dólares en 2026**, **iWorld Economic Forum** impulsado por la creciente demanda de espacios corporativos que reduzcan el estrés y mejoren la salud mental.

***“La biofilia ya no es un lujo estético, sino un estándar emergente de bienestar laboral y ventaja competitiva.”***

afirmó en el panel del **WEF** la arquitecta y urbanista Jeanne Gang, subrayando que las empresas que no incorporen naturaleza en sus entornos corren el riesgo de quedar rezagadas frente a una nueva generación de trabajadores que prioriza la conexión con lo vivo.

## El Poder de la Integración Biofílica





## 09. El océano enfermo y su factura creciente para la economía y las empresas

La salud del océano se está deteriorando rápidamente y las empresas empiezan a sentir el impacto. Lo que antes se veía como un tema ambiental, hoy se traduce en pérdidas reales, interrupciones en cadenas de suministro y riesgos reputacionales. Desde el turismo y la pesca hasta la energía, la logística y la industria alimentaria, cada vez más sectores descubren que su futuro depende de la buena salud del mar.

### La factura económica del deterioro

La economía oceánica global genera alrededor de 2,2 billones de dólares al año, según la UNCTAD, pero su potencial se está frenando. En América Latina y el Caribe, el **Índice de Salud del Océano** cayó de 71 a 68 en la última década (CEPAL, Horizonte Azul 2025). Las causas: sobrepesca, contaminación plástica y cambio climático. Esto no solo implica daños ecológicos, sino también una pérdida de competitividad y de empleo para sectores clave.



El PNUMA estima que **la contaminación por plásticos le cuesta a la economía global más de 13 mil millones de dólares anuales**, por el daño a ecosistemas, el turismo y la pesca. A esto se suman fenómenos como la acidificación del agua, que ya está afectando la producción de moluscos en **Chile, Perú y México**, y el blanqueamiento coralino, que según Time (2024) amenaza hasta el 80 % de los arrecifes del Caribe.

**Empresas en la primera línea**

Empresas del sector pesquero, turístico y de bienes de consumo ya comienzan a responder. Pesquera Camanchaca en Chile, por ejemplo, está invirtiendo en monitoreo satelital para prevenir zonas de sobrepesca y reducir emisiones en su flota. **Grupo Puntacana**, en República Dominicana, desarrolla programas de restauración coralina como parte de su estrategia ESG, buscando proteger activos turísticos valorados en más de US\$500 millones.

Por otro lado, compañías como **PepsiCo** y **Coca-Cola**, identificadas como grandes generadoras de residuos plásticos, han anunciado metas de circularidad: 100 % de envases reciclables y reducción de plásticos vírgenes en un 50 % para 2030.

Aunque aún insuficientes, estos compromisos marcan el rumbo de lo que será una nueva regulación global sobre plásticos.

**La inversión azul toma impulso**

Los mercados financieros comienzan a mirar al océano como fuente de riesgo... y de oportunidad. **El volumen de bonos azules emitidos en 2024 superó los US\$8.000 millones**, el doble que el año anterior (OCDE). Estos instrumentos financian proyectos de conservación marina, energías limpias y pesca sostenible. La **Unión Europea** y el **Banco Interamericano de Desarrollo** ya trabajan con países como Costa Rica y Colombia para escalar estos mecanismos.

**Microsoft lanzó una alianza para el uso de datos oceánicos en la medición de carbono azul, mientras que Google desarrolla modelos predictivos para detectar contaminación costera. El mensaje es claro: la sostenibilidad marina se convierte en frontera de innovación.**

**Mirar al futuro: economía azul y resiliencia empresarial**

La economía azul sostenible se perfila como una de las **áreas de crecimiento más dinámicas para 2030**. La OCDE calcula que podría duplicar su tamaño en la próxima década, generando 40 millones de empleos y atrayendo inversión privada en sectores como la acuicultura regenerativa, la energía eólica marina y la biotecnología azul.

***“Cuidar el océano ya no es solo una responsabilidad ambiental, es una estrategia económica inteligente.”***

resume Carlos Duarte, científico marino y asesor del **Foro Económico Mundial**.

En otras palabras, las empresas que integren criterios oceánicos en su estrategia ESG estarán mejor preparadas para los mercados del futuro.

## 10. Regulación de la responsabilidad extendida del productor (EPR) y empuje hacia la economía circular

La sostenibilidad empresarial en 2026 está siendo rediseñada por una tendencia regulatoria que avanza con fuerza en toda América Latina: **la Responsabilidad Extendida del Productor** (EPR, por sus siglas en inglés). Lo que comenzó como una política ambiental se ha convertido en un nuevo marco económico y competitivo, que obliga a los productores a hacerse cargo —financiera y operativamente— de los residuos que generan sus productos y envases.

### De la mitigación ambiental al rediseño del negocio

En los últimos dos años, **la región ha acelerado el desarrollo de leyes EPR**, siguiendo el ejemplo europeo. Colombia y Chile ya cuentan con esquemas obligatorios en funcionamiento; Brasil, México, Ecuador y Perú avanzan en nuevos marcos normativos; y otros países —como Costa Rica y Argentina— están en proceso de consultas técnicas y diseño de tarifas.

Según la **Plataforma Global DRS** (2025), al menos 11 países de América Latina incluyen hoy disposiciones EPR en su legislación, y varios gobiernos evalúan incorporar sistemas de depósito y retorno (DRS) para envases plásticos, vidrios y metales. La tendencia es clara: el costo del reciclaje y la recolección se traslada de los municipios a las empresas.

*“Estamos viendo el fin del modelo lineal de producción. En América Latina, el cambio está ocurriendo más rápido de lo que muchos anticipaban”,* explica Elena Sánchez, consultora de economía circular de la OCDE. *“Las regulaciones EPR están impulsando innovación en diseño, logística inversa y alianzas público-privadas, especialmente entre productores, minoristas y gestores de residuos.”*

**Una nueva economía del envase**

El mercado de empaques circulares crece a ritmo acelerado: según **Latin America Agriculture Today** (2025), se proyecta que alcance los 469 mil millones de dólares hacia 2034, con un crecimiento anual del 6,5 %. La demanda de materiales reciclables, reutilizables o compostables está transformando cadenas de suministro completas.

En Chile, la Ley REP obliga a los productores de packaging a declarar materiales, registrar metas de recuperación y reportar avances ante la autoridad ambiental. **Coca-Cola Andina**, por ejemplo, **logró que más del 50 % de sus botellas sean retornables**, mientras **Unilever** desarrolla envases 100 % reciclables y sistemas de recarga en supermercados.

En Colombia, la Resolución 1407/2018 ya impone metas de recolección a fabricantes y comercializadores, y empresas **como Nutresa y Postobón** han creado programas colectivos de posconsumo para cumplir con la normativa. Brasil, por su parte, consolidó su **sistema de logística reversa** con participación de cooperativas, reduciendo costos y generando empleo verde.

**Oportunidades empresariales y riesgos financieros**

El impacto de la EPR trasciende lo ambiental: redefine la economía empresarial. Los costos de cumplimiento, las tarifas EPR y los sistemas posconsumo ya deben ser contabilizados en los estados financieros. Según la consultora **Roland Berger** (2025), las empresas que integren la circularidad en su modelo de **negocio podrían ganar hasta un 30 %** en eficiencia de recursos y mejorar su resiliencia frente a volatilidades de materias primas.

Sin embargo, el riesgo de no adaptarse es alto: las compañías que no cumplan con los estándares EPR podrían enfrentar multas, pérdida de acceso a mercados internacionales y afectaciones reputacionales.

*“El EPR deja de ser una obligación ambiental y pasa a ser una variable de competitividad. Las empresas que actúen primero tendrán ventajas de costo y de imagen ante inversores y consumidores”,* sostiene Clara Becerra, directora de sostenibilidad de la ANDI (Colombia).

**De la regulación a la innovación**

Más allá del cumplimiento, la EPR está impulsando nuevos modelos de negocio:

**Reutilización y refill:** marcas como Loop, Algramo y Coca-Cola Returnables expanden esquemas de envases retornables.

**Materiales de nueva generación:** startups regionales producen bioplásticos a partir de algas, caña o residuos agrícolas.

**Finanzas circulares:** fondos de impacto y bancos verdes comienzan a financiar infraestructura de reciclaje y tecnologías de trazabilidad.

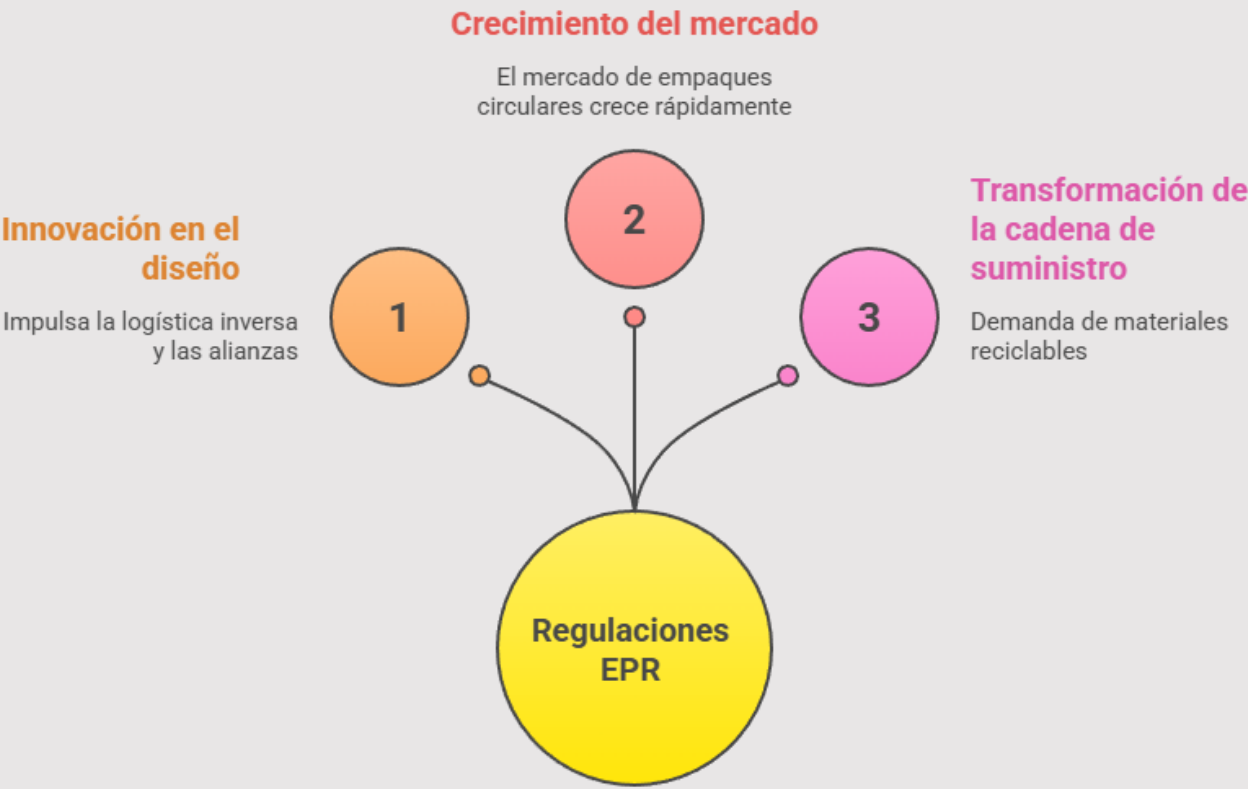


La UNEP estima que una aplicación efectiva de EPR en la región podría reducir en 45 % la contaminación plástica marina para 2030, mientras crea 500 000 empleos verdes en sectores de recolección, clasificación y reciclaje.

Perspectiva 2026-2030

Todo indica que en los próximos cinco años la EPR se consolidará como un estándar mínimo para operar en los mercados latinoamericanos. Las empresas que integren esta agenda desde ahora —rediseñando productos, aliándose con gestores locales y reportando resultados de circularidad— estarán mejor posicionadas para competir en una economía donde la sostenibilidad deja de ser voluntaria y se convierte en requisito de mercado.

La Responsabilidad Extendida del Productor Rediseña la Sostenibilidad Empresarial en América Latina



## Patrocinan



## Auspician



## Apoyan

