

MARCAS SOSTENIBLES Y RENTABLES:

Pacto Global Chile y Better Brands presentan resultados del estudio B-Brands 2024

En un seminario virtual fueron abordados los principales resultados del estudio que, por tercer año consecutivo, publica el ranking que habla de la valoración de marcas de acuerdo a los ODS. Como novedad de este año, se incluyó la industria de la entretenimiento.

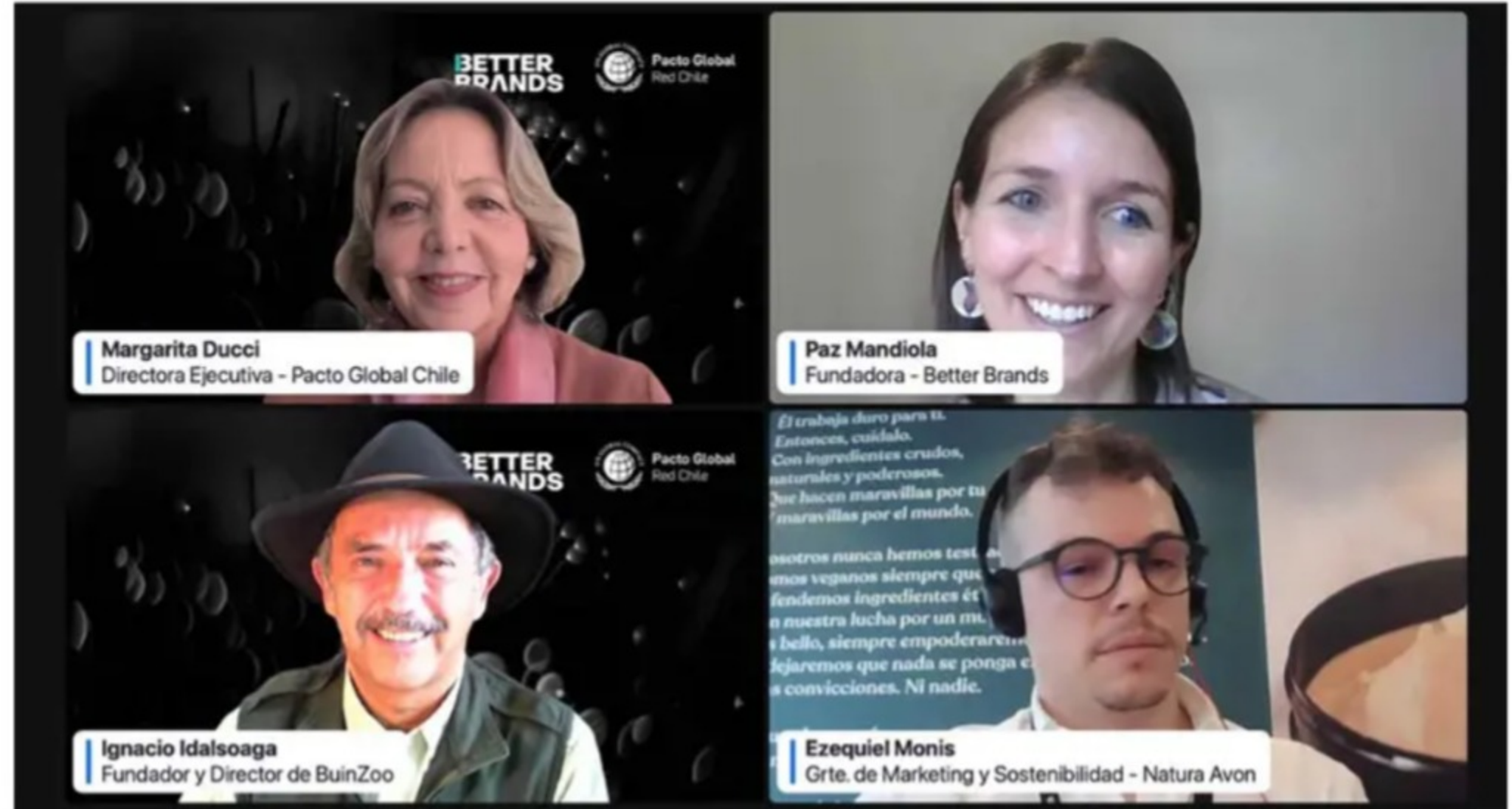
Por tercer año consecutivo, el estudio B-Brands midió las expectativas y percepciones de los consumidores chilenos sobre las marcas y su contribución a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En vista de los resultados de la última medición, Better Brands y Pacto Global Chile organizaron el webinar "B-Brands 2024: ¿Cómo construir marcas rentables y sostenibles a la vez?", instancia donde se discutieron los resultados del estudio y se evaluaron las tendencias futuras en torno a la sostenibilidad, las marcas y las empresas.

Maria Paz Mandiola, fundadora de Better Brands, dio inicio al evento explicando las principales tendencias de los consumidores chilenos que arrojó la investigación y qué aspectos son los más valorados en las marcas.

"Esta cuarta versión del estudio es importante porque viene a consolidar un levantamiento que ya tiene historia suficiente para identificar tendencias. El gran mensaje que nos deja B-Brands

2024 es la robusta consistencia que vemos en los números versus años anteriores. Los chilenos se mantienen sólidos en sus demandas frente al impacto de las empresas al entorno. Esto no es una moda ni un interés de nicho, esto es un cambio de paradigma en la forma de hacer negocios que ha llegado para quedarse", explicó.

En tanto, Margarita Ducci, directora ejecutiva de Pacto Global Chile, presentó el estado de avance de los ODS a nivel global, enfatizando en la necesidad de acelerar los esfuerzos para alcanzar las metas establecidas en la Agenda 2030 y la gran relevancia que tiene el sector privado en el avance de los objetivos. "Actualmente solo un 15% de las metas establecidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible están encaminadas a ser cumplidas al año 2030. Este estado de avance de los ODS debe ser tomado como un llamado a la acción para todas las organizaciones que tienen la capacidad de influir positivamente en la Agenda 2030. El estudio



Los principales resultados del estudio fueron abordados en un seminario virtual.

B-Brands 2024 nos demuestra que las marcas pueden incorporar la sostenibilidad en el centro de sus negocios, ser responsables y rentables al mismo tiempo", explicó.

El panel de conversación estuvo integrado, además, por Ignacio Idalsoaga, director de Buin Zoo, y Ezequiel Monis, gerente de Marketing y Sustentabilidad en Natura y Avon Chile. Ambas empresas obtuvieron valoraciones muy positivas en el estudio: Buin Zoo obtuvo el primer lugar en la categoría Triple Impacto, que realiza una evaluación sobre las dimensiones Planeta, Personas y Prosperidad de la Agenda 2030.

Por su parte, Natura fue destacada en la categoría Ranking por Industria, en donde obtuvo la primera posición en Higiene.

Ignacio Idalsoaga, director de Buin Zoo, valoró la realización del estudio: "Estamos muy orgullosos de haber obtenido el primer lugar en este estudio. El premio refleja 30 años de dedicación y compromiso con la sostenibilidad, que es el núcleo de nuestro propósito corporativo. Nos encontramos en un emocionante proceso de transformación de zoológico a bioparque, donde el triple impacto será aún más crucial. Creemos que ese es el camino no solo para nosotros, sino

para todas las empresas, enfocándose en los temas sociales y medioambientales".

Por su parte, Ezequiel Monis, gerente de Marketing y Sustentabilidad de Natura y Avon Chile, explicó que desde la compañía valoran "la contribución del estudio B-Brands a la comprensión del sentir de los consumidores frente al impacto de las marcas en el entorno. Los resultados aportan datos valiosos de incorporar en cada una de nuestras estrategias, como marcas que apuntamos a integrar la sostenibilidad en cada eslabón de nuestro negocio. Es crucial que como empresas nos

comprometamos a ir aún más allá de la sostenibilidad. Que nuestros procesos, creencias y capacidad de impacto positivo evolucionen hacia la regeneración. Es un paso obligado para hacer de este mundo un lugar mejor y más justo".

Finalmente, los panelistas abordaron las proyecciones y desafíos que tienen las empresas para promover la sostenibilidad dentro de sus organizaciones y la necesidad de acelerar los esfuerzos en todas las dimensiones de los negocios para dar cumplimiento a los 17 ODS de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

EMPRESAS PACTO GLOBAL

Grupo CAP presentó avances en su Estrategia 2030, con foco en la producción de materiales críticos para la descarbonización

La empresa se ha propuesto ambiciosas metas en materia ASG, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), considerando aspectos como: reducción de emisiones de CO₂, uso de energías renovables, eficiencia hídrica, salud mental, trabajadores locales y liderazgo femenino.

Grupo CAP, el principal conglomerado minero industrial de Chile, presentó los avances de su Estrategia 2030, que busca posicionarlo como líder en el mercado global de materiales para la descarbonización, a través de un portafolio integrado de negocios y el desarrollo de productos y soluciones innovadoras.

Para Nicolás Burr, gerente general del Grupo CAP, "nuestra Estrategia 2030 muestra una ruta clara que nos permitirá potenciar las competencias centrales de nuestras empresas y así tomar un rol relevante en el espacio de los materiales para la descarbonización. Tenemos la oportunidad de ser líderes en este espacio, aprovechando las sinergias de un portafolio integrado, que nos permita abastecer a nuestros clientes en Chile y el mundo de insumos clave para la nueva industrialización sostenible".

En su Memoria Integrada 2023 (disponible en www.cap.cl), CAP —que participa en la minería de hierro, siderurgia, soluciones de acero e infraestructura a través de diversas filiales en Chile, Perú y Argentina— destacó el inicio de operaciones del Depósito de Relaves Filtrados (DRF) de la Planta de Pellets de su filial CMP, en Huasco, con una tecnología pionera en el país que permite una mayor recirculación y reúso del agua.

También releva la operación de Planta Magnetita, en la cual se extrae mineral de hierro desde los relaves de cobre (con alto contenido de hierro), provenientes de Minería Candelaria, y que constituye uno de

La Planta Desalinizadora de Aguas CAP, ubicada en la Región de Atacama, una de las zonas más áridas del planeta, produjo 7,9 millones de m³ de agua desalinizada el año 2023.



UN PROYECTO LIMPIO E INNOVADOR

En marzo de 2024, CAP selló una asociación estratégica con Aclara Resources para desarrollar el primer proyecto en Chile de tierras raras, elementos indispensables para la electromovilidad, las energías renovables, y la descarbonización del planeta. Además, las dos compañías crearon una alianza para producir ferroaleaciones de alto valor agregado para potenciar la industrialización de estas tierras raras en el país. Con este proyecto innovador y limpio, CAP avanza en su estrategia de crecimiento sostenible.



los mayores proyectos de reciclaje minero del país, y uno de los más importantes a nivel mundial, siendo también un ejemplo de economía

circular y operación sostenible. Durante 2023, Planta Magnetita logró un 25% adicional de residuos minerales reutilizados en

comparación al año 2022.

Además, reforzando el compromiso con la reducción de emisiones, CMP se convirtió en septiembre en la primera minera privada del país en contar con una flota de buses 100% eléctricos, los cuales son abastecidos por energía proveniente de fuentes renovables, reduciendo significativamente las emisiones en sus distintas faenas.

Compañía Siderúrgica Huachipato, en tanto, destacó con su modelo "Huachipato Circular", que va más allá de la reutilización del acero y el scrap minero, enfocándose en 4 de las 7 R de la circularidad: Rediseñar, Recuperar, Reducir y Reutilizar, mitigando de esta forma emisiones y



Otras de las metas al 2030 es mejorar la eficiencia y reducir el consumo de agua, aumentar la cantidad de mujeres en cargos directivos, fomentar el empleo local y promover el cuidado de la salud mental.

aportando a la carbono neutralidad.

Por su parte, Aguas CAP —empresa que acaba de cumplir 10 años de operaciones en Atacama— inició su plan de descarbonización a través del término anticipado de un contrato de energía con una termoeléctrica. Asimismo, proyecta aumentar en un tercio su capacidad de desalación en el corto plazo y duplicar la capacidad real en el mediano y largo plazo.

Cintac, en tanto, avanzó en su estrategia de desarrollo de soluciones industrializadas y materiales sostenibles para enfrentar el déficit habitacional en Chile y Perú.

En el periodo, Grupo CAP fue reconocido como la tercera compañía más sostenible del mundo en su sector por el índice global Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y fue incluida en el S&P Global Sustainability Yearbook 2024.

"Estos avances son reflejo del compromiso del Grupo CAP con un desarrollo sostenible. Seguimos trabajando en propuestas innovadoras en temas ASG que

nos convierten en pioneros de nuestra industria. Como parte de nuestra Estrategia 2030, estamos dando nuevos pasos para ser líderes en la producción de materiales críticos para la descarbonización. Esto nos desafía y entusiasma a seguir profundizando en este camino hacia un crecimiento sostenible, impactando positivamente en nuestras comunidades, en Chile y el mundo, alineados a nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible", dijo Jorge Lagos, gerente de AACC y Sostenibilidad del Grupo CAP.

Entre las metas de la compañía al 2030 se encuentran reducir entre 24% y 30% las emisiones de CO₂ en Alcance 1 y 2 y el 100% de uso de energías renovables en todos los nuevos proyectos, desde 2030. A esto se suma mejorar la eficiencia y reducir el consumo de agua, aumentar la cantidad de mujeres en cargos directivos, fomentar el empleo local y promover el cuidado de la salud mental.