

**hub sustentabilidad**

Contenido de: 

## DEL COMPROMISO A LA ACCIÓN: CÓMO LAS EMPRESAS INSPIRAN A LAS PERSONAS HACIA UN CONSUMO RESPONSABLE

A pesar de que las compañías vuelcan cada vez más sus esfuerzos a fortalecer los compromisos medioambientales, sociales y de gobernanza en Chile, aún persiste una brecha en la percepción ciudadana respecto al rol que pueden tomar en esta materia.

El término "ESG" ha tomado una mayor relevancia en los círculos empresariales durante los últimos años. Distintas organizaciones han fortalecido sus estrategias para —desde su operación— hacer frente al cambio climático, a la vez que contribuyen en iniciativas para impulsar el desarrollo social y fortalecer una gobernanza ética. Estas acciones van en línea con los compromisos que ha adquirido Chile como Estado, entre los cuales se incluyen alcanzar la carbono neutralidad para el 2050.

Aún así, los chilenos mantienen un mayor interés por los temas relacionados con materia ambiental. El estudio "Chile frente al cambio climático" del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) revela que la gran mayoría de la ciudadanía (91%) se muestra interesada o muy interesada por el fenómeno, y un 85% muestra preocupación por la materia.

Sin embargo, estas cifras se contrastan con que el 54% de la población reportó sentirse poco o nada informada sobre el cambio climático. Esta sensación se refleja en el Monitor de Sostenibilidad Empresarial de Ipsos, cuyo último informe mostró que sólo 1 de cada 4 chilenos reconoce correctamente conceptos asociados a la sostenibilidad.

En ese sentido, cada vez hay un mayor interés por parte de las personas en formarse para cambiar sus hábitos y que su estilo de vida aporte en la construcción de un futuro más sostenible. Y ahí, las empresas también pueden jugar un rol muy relevante.

Existen casos como Ikea, quienes han promovido hábitos sostenibles al ofrecer productos accesibles que ayudan a reducir el consumo de energía y agua. O Patagonia, quienes incentivan a las personas a reparar, reciclar y reutilizar su ropa en lugar de comprar nueva. Y uno de los más reconocidos de los últimos años es la colaboración de Adidas con Parley for the Oceans, quienes han creado líneas de ropa con plástico reciclado recogido de océanos, incluso para los productos más vendidos: la indumentaria de equipos de fútbol como la Juventus, LA Galaxy, entre otros.

Antonella Sassi, gerenta de Sostenibilidad de Caja Los Andes, explica que "lograr un impacto positivo en los ámbitos ESG no significa crear



acciones paralelas, sino trabajar de forma sostenible dentro de las líneas de negocio. En Caja Los Andes, trabajamos en base a un marco metodológico de la OCDE y el cual señala que para lograr cambios en los hábitos de la persona, hay que impulsar tres líneas de acción: el conocimiento, la actitud y el comportamiento. Así, a través de convenios sostenibles, iniciativas educativas y productos financieros, le entregamos a nuestros afiliados las herramientas que les permitan mejorar su calidad de vida, y acceder de forma accesible a productos responsables con el medioambiente".

### PRODUCTOS SOSTENIBLES A LA MANO DE LOS CLIENTES

Bajo esta premisa, es que la caja de compensación líder del país renovó su oferta de beneficios para incorporar más de una quincena de opciones sostenibles, que incluyen descuentos entre un 15% a un 50% en categorías como vestuario, hogar ecofriendly, transporte y panoramas, y que entregan a los afiliados herramientas y capacitación para una vida más sostenible.

"Cuando hablamos de bienestar social, entendemos que construir un mundo mejor impactará positivamente en la salud física y mental de las personas, así como también en su desarrollo personal. A través de estos convenios sostenibles, queremos propiciar buenas conductas que se transformen en hábitos y entregar acceso a productos y soluciones que inspiren a tomar decisiones responsables e informadas sobre su consumo, contribuyendo así a un mundo más resiliente", señala Ivanoa Ferrando, gerenta corporativa de Beneficios Sociales y Productos Financieros.

Uno de los convenios en la categoría vestuario sostenible es Ecocitex, una empresa que busca hacerse cargo del desecho textil a través de un modelo circular que recibe prendas recicladas y las convierte en hilado de ropa en un proceso que no

utiliza ni agua ni tinte. Los afiliados de Caja Los Andes podrán acceder a un 25% de descuento en todos los productos de su tienda online y presencial.

En la categoría hogar ecofriendly, destaca Green Glass, marca chilena conocida por crear vasos a partir de botellas recicladas y que a la fecha lleva más de 1 millón de botellas recuperadas, con un 15% de descuento en toda la tienda online.

Y en transporte sostenible, marcas como Awto, E-mobility y FlixBus, son parte también de la oferta que dispone la caja de compensación, con un 15% y 20%, respectivamente.

En línea con esta propuesta, la organización ha disponibilizado cursos para sus empresas afiliadas, a través de los cuales entrega herramientas para que puedan alcanzar un desarrollo sostenible al integrar aspectos sociales, ambientales y económicos en su operación. Y dentro de los próximos meses, se prepara para brindar a sus afiliados una plataforma que les permitirá calcular su huella de carbono.

"Todas estas acciones están integradas en nuestra estrategia, y también en los indicadores que utilizamos internamente para medir nuestro desempeño. Además, tenemos ambiciosos objetivos como ser NetZero para el 2040, y seguiremos trabajando para consolidar un ecosistema que permita construir una mejor sociedad", agrega Antonella Sassi.

