

Empresas hacia el cero residuo: la economía circular avanza en Chile

En el Día Mundial de Cero Desechos, la circularidad se alza como la principal estrategia frente a la crisis de materiales descartables, a decir de los expertos. El país apunta a una meta clara hacia el 2030, pero los desafíos aún son múltiples.



PAULINA REYES

Cada 30 de marzo se conmemora el Día Internacional de Cero Residuos, una fecha impulsada por Naciones Unidas que promueve modelos de consumo y producción sostenibles, fomentando la transición hacia una economía circular. Este día busca concientizar sobre el impacto de las iniciativas de cero desechos de la Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Según datos del Pacto Chileno de Plásticos, cada año 8 millones de toneladas de plástico terminan en los océanos, lo que equivale a vaciar un camión de basura por minuto. Se estima que para 2030 esta cifra aumentará a dos camiones por minuto, y para 2050, a tres. Además, el or-

ganismo nacional señala que en Chile se consumen alrededor de 990.000 toneladas de plástico anualmente, de las cuales solo se reciclan 83.679 toneladas (8,5%).

Según Tamara Ortega, directora ejecutiva de Fundación Basura, el sector de las empresas genera alrededor del 55% del total de los materiales descartables. Sin embargo, advierte que la cifra depende también de cómo se va midiendo y hacia qué tipo de desechos. "Muchas empresas generan residuos peligrosos que se tienen que tratar antes de disponer", dice. Para esto, opina Ortega, hay que trabajar de forma colaborativa entre empresas, impulsando la economía circular como solución a la crisis de contaminación ambiental: la meta está "en que un residuo de una empresa sea el insumo de otra, de tal for-

ma que vamos a estar circulando materias primas", plantea.

El trabajo de las compañías

Hoy las empresas chilenas están incorporando en sus estrategias de sostenibilidad el eje de la economía circular, entendiendo que un consumo y una producción responsables no solo son un valor agregado en quienes se comprometen con el medioambiente, sino que además aportan en la construcción de ciudades más resilientes y sostenibles, tales como lo indican los ODS 11 y 12 de la Agenda 2030.

Compañías chilenas como Arauco, por ejemplo, dedicada a la fabricación de pulpa de celulosa, madera aserrada, paneles y energía renovable, cuentan con una meta ambiciosa: ser cero residuos para 2030. A cinco años de lo estableci-

do, Soledad Vial, subgerenta de Sustentabilidad e Impacto, se muestra optimista ante la meta, asegurando que tienen con qué hacerlo. "La economía de los productos derivados de la madera es circular por naturaleza: trabajamos con materia prima 100% renovable, reciclable y biodegradable", señala.

Por otro lado, en el sector de combustibles y energía, Pronto Copec, de la empresa Copec, anunció en febrero de este año que se convertiría en Cero Residuos al 2029. En esta línea, María José López, gerenta de Crecimiento Estratégico y Sostenibilidad de Arcoprime, sostiene que "hemos implementado diversas acciones y alianzas estratégicas que nos permitieron, solo en 2024, desviar un 35% de los residuos generados, lo que se tradujo en 685 toneladas de residuos reciclados en 94 de sus tiendas".

A la fecha, la empresa ha gestionado 2.243 toneladas de residuos reciclables y orgánicos, reafirmando su compromiso con la economía circular, que, según López, ocupa un rol central en la estrategia hacia la meta de Cero Residuos. Un ejemplo que destaca la innovación y circularidad de Pronto Copec, es la alianza con *Food for the Future*, "gracias a la cual hemos recuperado más de 300 toneladas de residuos orgánicos alimenticios, transformándolos en harina de alta calidad nutricional para alimentación animal", explica.

Por su parte, Carozzi, una de las mayores compañías de la industria alimentaria en Chile, ha mostrado mejoras en la reciclabilidad de los envases y la incorporación de material reciclado. Hasta hoy, la firma ha logrado que el 97% de los envases de cartón cuenten con la certificación PEFC, que garantiza la gestión sostenible de los bosques que se utilizan para su fabricación (2024). Por otro lado, entre 2020 y 2024 redujeron en 889 toneladas el gramaje de los envases y embalajes.

Para Carlos Araya Berroeta, gerente de Materiales de Carozzi, una meta clara es convertirse en una empresa que cumpla con los estándares de Cero Residuos para el año 2030, lo que ha implicado el desarrollo de una serie de proyectos que han permitido aumentar la valorización en cada uno de los complejos industriales y, este camino, se ha reflejado en el incremento de valo-

rización de un 88,4% a 92,6% a nivel consolidado en los últimos tres años.

"Nuestra estrategia de sostenibilidad se centra en aumentar la reciclabilidad de los envases, reducir su gramaje y usar material reciclado en envases secundarios y terciarios. También implementamos programas de segregación de residuos en origen en cada una de nuestras plantas y capacitamos a nuestros equipos con las tecnologías necesarias para gestionar los residuos de manera eficiente", detalla Berroeta.

Casos como estos, demuestran el interés en este tipo de políticas. Desde Fundación Basura, Ortega destaca que "cada vez hay más instancias de participación donde podemos conversar y avanzar en estas prácticas cero residuos, con ejemplos como los acuerdos de producción limpia, que se trabajan de acuerdo al gremio".

Desafíos para 2025

Este año, adelanta Ortega, trae un escenario de múltiples y diversos desafíos, tanto económicos, como culturales, sociales y ambientales en la materia. "Nos estamos enfrentando a una baja tasa de reciclaje, y quienes tienen que pagar por esto son las empresas, pero quienes disponemos el material para cumplir las metas somos la ciudadanía". Ante esto, indica que el desafío es educar y concientizar a la población para alcanzar las metas propuestas, logrando que las personas confíen en las empresas para ello.

Del mismo modo, Ximena Ruz, directora ejecutiva de Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático de la Corfo, advierte que el sector empresarial enfrenta desafíos significativos, como la necesidad de rediseñar sus productos para facilitar la circularidad de los materiales, y comprender que la economía circular no es solo una iniciativa ambiental, sino una estrategia productiva que puede generar ahorros relevantes. "Es fundamental que las empresas comiencen a medir y comunicar los ahorros generados por sus prácticas circulares, utilizando métricas e indicadores claros que demuestren el impacto positivo en sus resultados financieros. Esto no solo mejora su reputación, sino que también abre nuevas oportunidades de mercado y fortalece su posición competitiva", concluye. ●