

“El envase sí importa”

La empresa con el programa de reciclaje de vidrio más antiguo de Chile, viene desarrollando una Estrategia de Sostenibilidad, cuyo objetivo es posicionar a los envases de vidrio como el packaging más sostenible del mercado, buscando impacto positivo en el medioambiente y todos sus grupos de interés.

En esta nueva edición de Meet the C-Suite conocemos la experiencia e iniciativas de una compañía que ha puesto en el centro de su atención a las personas y el propósito de crear envases que cuidan la vida.

Por Simalco BrandLink

Este mes, José Miguel del Solar, Gerente de Personas y Sustentabilidad de Cristalerías Chile – Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile, con un diplomado en dirección de recursos humanos de la PUC- cumplió 20 años en la firma perteneciente al grupo Claro.

Se inició en Cristalerías a principios de los 80, y luego se desempeñó en otras empresas del conglomerado, pero trabajando en la industria del plástico, cuando la discusión sobre el packaging de los alimentos y bebestibles no era parte de la agenda.

En 2002 volvió a Cristalerías, y lo hizo como gerente de RRHH. Desde entonces su cargo fue evolucionando hasta llamarse Gerencia de Personas y Sustentabilidad, como una forma de integrar la visión de stakeholders dentro de la empresa y ampliar la agenda por la preocupación medioambiental de la compañía.



José Miguel del Solar
Gerente de Sustentabilidad y
Personas en Cristalerías Chile

¿Cómo ha sido tu experiencia en Cristalerías Chile y qué hace la empresa en términos de sustentabilidad, gestión de personas y vinculación con el medio?



La compañía cumplió hace muy poco 118 años y siempre decimos que perdurar por tantos años significa que lo hemos hecho bien, enfrentando crisis, desafíos económicos, sociales, y los propios de la industria del packaging.

Ser líderes del mercado en envases de vidrio es un logro meritorio, pero también es una enorme responsabilidad. Mantener ese liderazgo es un desafío que nos obliga a revisar permanentemente nuestra estrategia, nuestro sentido de empresa, así como nuestras metas e indicadores.

Nuestra estrategia de sustentabilidad está asociada al packaging: un envase que es esencial para contener, proteger y transportar productos, del que te debes hacer responsable de su destino posterior, sus residuos. En esta industria se puede concluir que se nos pasó la mano con la cantidad, variedad y diversidad de empaques para proteger, promover y comunicar, pero que, al final, terminan en la basura.

Eso ha significado lo que es evidente y cuyas consecuencias están a la vista en nuestra sociedad: hemos desechado demasiado, contaminado nuestro medio ambiente y eso nos obliga a repensar la industria, mitigar efectos, reducir impactos y todos los actores de la cadena estamos en esto.

El sello de las empresas del grupo Claro ha sido social, con una preocupación por las necesidades de los trabajadores, de medio ambiente, del entorno...



Tenemos la campaña de reciclaje más antigua de Chile y la hicimos en alianza con Coaniquem (la Corporación de Ayuda al Niño Quemado). Quizás fue la primera señal de nuestra preocupación por la mirada sostenible. Luego desarrollamos muchas iniciativas que implicaron inversiones en temas ambientales y preocupaciones sociales, pero en 2011 lo que hicimos fue sistematizar esto: creamos el área de sostenibilidad, generamos un liderazgo movilizador que le diera contenido y mirada de largo plazo, buscamos consultorías y nos iniciamos en reportar nuestra gestión en sostenibilidad.

La mayoría de los envases que fabricamos son para vino que se exporta a más de 140 países, muchos de ellos desarrollados y con altos estándares en gestión ambiental, generándose una serie de desafíos a la industria vitivinícola y a toda la cadena de valor, sean envases, insumos o embalaje secundario. Esto ha traído consigo compromisos concretos de reducción de impactos ambientales al fabricar un envase.

¿Cómo se hace más ecológico un envase de vidrio?



El vidrio es el único material de packaging 100% reciclable, y es por eso por lo que hemos puesto mucha energía en desarrollar la red de reciclaje de vidrio más grande del país, porque el vidrio reciclado puede ser utilizado infinitamente para desarrollar un nuevo envase, manteniendo la misma calidad, inocuidad y seguridad de uno elaborado con materia prima virgen.

En este mismo sentido, por cada kilo de vidrio recuperado del entorno, evitamos el uso de arena y logramos mayores niveles de eficiencia energética, generándose un triple impacto, dándole mayor competitividad al producto, liberando a los vertederos de residuos y evitando el uso de materias primas y energía.

Estamos convencidos de que el envase sí importa, y por eso, junto con la estrategia de reciclaje, seguimos trabajando en un diseño sostenible que acompañe a nuestros clientes en sus objetivos de reutilización y retornabilidad, contribuyendo a la economía circular de la cadena productiva.

¿Cómo han reducido esa huella ustedes?



Nuestro proceso productivo es intensivo en el uso de energía, razón por la que el reciclaje resulta una actividad estratégica para la compañía. De la misma forma, hemos desarrollado una estrategia de reducción de peso desde hace más de una década, dándole vida a la familia de envases EcoGlass, que mantienen la calidad y funcionalidad, pero que reducen hasta en un 14% el uso de vidrio, impactando en la huella de carbono del producto, disminuyendo la huella de los clientes en su alcance 3 por efecto de más envases con menos volumen en el transporte. Actualmente más del 50% de la producción de la compañía corresponde a envases livianos. Y seguimos en ese objetivo con metas al 2030 para el sector licores y de vinos.

Queremos ser fieles a nuestro propósito que se manifiesta en la relación con nuestros stakeholders, «creamos envases que cuidan la vida». Este concepto, que nos involucra a todos, nos compromete principalmente con el cuidado del medio ambiente y generamos políticas y metas de reducción como parte de nuestra estrategia de sostenibilidad.

¿Cómo se cuida la vida en Cristalerías Chile?



Lo primero es cuidar la vida de nuestros trabajadores y sus familias con procesos productivos seguros y con beneficios que los protejan. Cuidamos a nuestras comunidades con una operación productiva que no los afecte y generando proyectos culturales, deportivos que los beneficien. También a nuestros proveedores, generando empleo, negocios y un trato justo para su desarrollo y por supuesto a nuestros clientes entregando productos de calidad.

Cuidamos el patrimonio de la empresa para seguir siendo líderes y entregar rentabilidad a nuestros accionistas, que tienen a su vez un foco de preocupación por el tema cultural y educación de las zonas de extrema pobreza del país.

Y cuidamos a Chile, porque trabajamos para que ningún envase nuestro llegue a la basura. Se dice que 500 millones de envases al año se van a vertederos, creando un gran problema para los municipios, en circunstancias que el vidrio no es basura, es materia prima.

Aspiramos a que este propósito también se vea reflejado en nuestra próxima tercera planta para que sea un proceso exitoso y con beneficios compartidos.

En estos 20 años se han visto muchos cambios en temas personas y sustentabilidad, ¿cuáles te han llamado la atención?



En este último tiempo las empresas han cambiado, creo que han tenido más sentido de su propósito y han estado más conectadas con la realidad que las rodea, no sólo son empresas productivas o comerciales, han entendido que tienen una responsabilidad frente a la sociedad y que sus acciones tienen impacto. Y el no hacerlo implica un riesgo.

Laboralmente existe mayor profesionalización, la incorporación de una generación joven, más crítica, más exigente y preparada que obliga a las empresas a tener mejores respuestas, y estos últimos dos años hemos tenido un cambio muy relevante, con una preocupación por el equilibrio de trabajo y familia, por poder cumplir los sueños personales y profesionales. Hoy, para las personas es importante que el trabajo persiga un propósito con sentido y que ese sentido conecte con el bien personal y colectivo.

Los profesionales exigen empresas ágiles, preocupadas de las personas, donde uno pueda desarrollarse, flexibles, más horizontales, menos concentradas, menos piramidales. Se ha dado una democratización de las decisiones, mayor integración, hay una serie de cambios que las empresas han ido sufriendo y se han ido adaptando.

Los consumidores también demandan otras cosas de las empresas...



Ha habido muchos cambios. Hoy estamos frente a un consumidor mucho más informado, exigente, que obliga a estar permanentemente preocupado de la calidad, del concepto de servicios en las empresas, eso ha crecido, la forma de distribución del producto, la información, la transparencia.

Ha habido una mayor exigencia en las empresas a adaptarse a estas demandas del consumidor, de los trabajadores, a las restricciones legales y ambientales. Hoy es mucho más difícil hacer empresa que hace 20 años atrás, pues hay muchas más expectativas en la gente que empieza a trabajar, porque le exige a la empresa que se sea un foco de desarrollo, diversa, inclusiva.

Antes se elegía un perfil de cargo mucho más homogéneo, hoy vemos una preocupación por la equidad de género, por la inclusión de migrantes, por diversidad en las profesiones, para tener una mirada mucho más amplia, que complemente y agregue valor. La empresa ha cambiado como concepto, y eso nos desafía a ofrecer empresas más atractivas, flexibles, con trabajo y con sentido.

¿Cómo trabajan eso? ¿cómo lo planifican?



El cambio tiene que hacerse en parte, por convicciones y uno tiene que actuar en consecuencia. Si piensas que incorporarás mujeres 'en la medida que lo vayas necesitando', nunca lo harás, porque estás acostumbrado a que en esa área trabajen hombres. Tienes que tomar la decisión de cambiar la cultura y las prácticas. Y nosotros lo hicimos.

La industria del vidrio, lo digo con harto pudor, era una industria muy machista, porque existía el paradigma de que se trabaja en turnos rotativos, con mucho ruido, mucho frío y calor, de industria pesada y mucha exigencia física.

Nos propusimos tener 100 mujeres para el 2020. Y paulatinamente hemos ido incorporando mujeres en cada una de las áreas y en todos los niveles principalmente ahora en áreas productivas donde hace algunos años era algo no considerado.

Nosotros, por ejemplo, hicimos el ejercicio de hacer una capacitación masiva en Llay Llay, en una de las plantas de la comuna, para contratar operadores mujeres de grúas horquilla. Teníamos 60 operadores hombres, hicimos una capacitación exclusivamente a mujeres y hoy ya hay varias trabajando en la planta.

“CHILE CAMBIÓ”

¿Con qué metas están trabajando ahora en la gerencia?



Estamos trabajando de forma coordinada con la subgerencia de sustentabilidad y un comité donde participa el CEO y otras áreas vinculadas en torno a cuatro pilares: a) cambio climático, con foco en reducción de la huella de carbono y el consumo de agua; b) economía circular, aumentando en un 50% la reciclabilidad de los envases y ser plantas cero basura y c) vidrio sostenible, reduciendo el peso de los envases genéricos para el sector licores y vinos.

Nuestra red de reciclaje sostenible está presente entre Antofagasta y Magallanes con 2.200 puntos de reciclaje en 83 comunas, abarcando a las zonas extremas, como Isla de Pascua, Magallanes, Aysén, generando empleo a nivel local, a propósito del apoyo a gestores locales que permiten la recolección de vidrio y facilitan la logística, aspecto crítico para que el proceso de reciclaje cree valor y genere impacto.

Por otro lado, cuando se desarrollan productos y procesos, es relevante que puedan evaluarse. Para esto trabajamos con la evaluación del SSIndex, que mide la cultura sostenible de las compañías según aspectos de gestión en lo social, ambiental y de gobierno corporativo (ESG, por sus siglas en inglés). Sobre la base de entrevistas a clientes, proveedores, trabajadores, vecinos y autoridades locales, es posible obtener una mirada sobre cómo se percibe nuestro compromiso con la ética y la transparencia, el medio ambiente, servicio al cliente, relación con las comunidades y desarrollo de los trabajadores.

¿Cuáles son los desafíos futuros?



Estamos trabajando en esta estrategia de sostenibilidad integral, redefiniendo nuestros valores corporativos y nuestro código de conducta, ya que el que teníamos es de 10 años, y en esta década, Chile cambió, el mundo cambió, y las conductas que le pedíamos a nuestros trabajadores son más exigentes, se han incorporado nuevas miradas nueva legislación, hay una nueva realidad.

Estamos trabajando la gestión de riesgos, hay toda una estructura legal que cumplir, de calidad, de inocuidad, de atributos del producto, salud y seguridad laboral, todo el mundo de la gestión de personas, las comunicaciones hacia los consumidores, la innovación.

Hemos creado una causa ciudadana, que es ‘Elige Vidrio’, para que se cuide, proteja y recicle el vidrio, y es algo que va más allá de Cristalerías Chile, ya que tiene beneficios para las otras compañías de vidrio también.

La firma abrirá una tercera planta. ¿Hay una demanda creciente por vidrio, entonces?



Exacto. La decisión de invertir en plantas productivas que aporten a la oferta tiene que ver con una proyección de demanda creciente y, por tanto, la necesidad de envases de vidrio. Si bien hay crisis financiera global, factor que incorpora incertidumbre, estamos proyectando la necesidad de una tercera planta para que abastezca las necesidades internas, por un lado, y particularmente las necesidades de exportación de vino chileno.

La crisis de abastecimiento, entonces, tocó al sector de envases de vidrio...



La crisis de abastecimiento y cadenas logísticas que vivió el mundo entre 2020 y 2021 atacó a gran parte de la industria y afectó a embalajes y materias primas y nosotros no fuimos la excepción. Vivimos un tiempo complejo. Sin embargo, al caer la oferta global, hubo mayor necesidad de productos y tuvimos un buen año comercial y lo seguimos proyectando así de tal forma que nuestro plan de expansión sigue vigente.

¿Cómo dirías que sobrellevaron el tema pandemia y cómo el COVID cambió su trabajo?



Vivimos, como todos, un tiempo muy difícil. Teníamos la preocupación de mantener la salud de nuestras personas, la seguridad de nuestras plantas y la de mantener la cadena logística productiva, porque nosotros abastecemos la exportación de vino de Chile.

Tuvimos que reorganizar los horarios, las jornadas de trabajo e implementar el trabajo a distancia, buscando la protección de la gente mayor, evitar los contagios al interior de las plantas y en los ambientes familiares. Todo era nuevo y fuimos aprendiendo con el avance de los meses. Mantuvimos un grupo permanentemente en cuarentena en casa frente a eventuales contagios de la planta, si una unidad se contagiaba se iba a casa y esta que teníamos 'en la banca' se incorporaba.

Hicimos una protección del grupo más vulnerable a su casa, aquellos trabajadores sobre los 60 años: si eran administrativos trabajaron desde casa, y si eran de producción no iban a trabajar. Además, cambiamos los sistemas de turnos, aislamos a los más vulnerables e hicimos una gestión de COVID con

informes diarios de seguimiento, para ir monitoreando. Y obviamente que se tomaron en planta y oficinas todas las medidas de resguardo interno, aforos, alcohol gel, temperatura, comedores de campaña, distancia física, sistemas de transporte individuales, por las restricciones de movilidad, etc. Fue un trabajo de 24 horas, todos los días, informando por correo, WhatsApp, cuidando la trazabilidad de cada alerta que se activaba. Fue una experiencia muy intensa que fuimos capaces de superar.

En tiempos de crisis sanitaria, nuestro propósito nos ayudó a no perder el foco y orientar las decisiones del negocio. Fue así como seguimos produciendo con una serie de requerimientos y a la vez muchas restricciones. Todo aquello, cuidando la salud de las personas, procurando el abastecimiento continuo para los clientes, manteniendo la calidad de nuestros productos para los consumidores finales.

Acerca de Diligent

Diligent es la empresa líder de SaaS de gobernanza, riesgo y cumplimiento (GRC) que presta sus servicios a un millón de usuarios de más de 25 000 clientes alrededor del mundo. Nuestra innovadora tecnología ofrece a los líderes una visión conectada de la gobernanza, el riesgo, el cumplimiento y los factores ESG en sus organizaciones, lo que les proporciona la información que necesitan para tomar mejores decisiones y liderar con determinación.

Para obtener más información o para solicitar una demostración, contáctenos hoy:

Obtenga más información: diligent.com/es-mx • Email: info@diligent.com

Llame al: **(54) 11 6482 5354** • **(52) 55 8421 0156** • **(52) 55 4906 6374**