

--- COMUNICADO DE PRENSA ---

Líderes empresariales establecen las bases del consumo y el estilo de vida sustentable en Chile

- Entre los días 4 y 9 de enero se realizaron las “**Mesas Redondas: Empresas constructoras del cambio cultural hacia el Consumo Sustentable**”, organizadas por PROhumana.
- El espacio contó con la participación de casi 40 líderes que expusieron acerca de su visión en torno al rol de la empresa como facilitadora de la implementación de acciones en relación con el consumo sustentable y el estilo de vida sustentable.

Santiago, 12 de enero de 2017.- Con el objetivo de involucrar a los líderes empresariales en el desarrollo de una visión estratégica respecto a la importancia de construir un cambio cultural hacia el consumo sustentable, se convocó a gerentes de marketing, sustentabilidad y directores creativos de agencias de publicidad, a participar en las “**Mesas Redondas: Empresas constructoras del cambio cultural hacia el Consumo Sustentable**”, realizadas por PROhumana los días 4, 5, 6 y 9 de enero de 2017. Esta instancia de diálogo y generación de conocimiento en torno a este tema fue posible gracias al auspicio de Falabella Retail, Paris y Unilever, y contó con el patrocinio de SOFOFA y CPC.

Según Soledad Teixidó, Presidenta Ejecutiva de PROhumana, y moderadora del espacio, “este es un tema muy relevante y de tendencia mundial. En Chile estamos comenzando a conversar sobre el consumo sustentable, sobre cómo lo estamos entendiendo y hacia dónde lo estamos enfocando. Sin embargo, identificar los principales discursos que existen en nuestro país en torno al tema nos ayudará a avanzar hacia la transformación sustentable de las sociedades, y podremos contar con personas y empresas orientadas al consumo y al estilo de vida sustentable”.

Por su parte, María Fernanda Kluever, Subgerente de Marketing Responsable de Paris, argumentó que “fue una gran oportunidad el haber participado, la mesa fue muy positiva y propuso temas que hoy son urgentes de tocar. Valoramos la diversidad de posturas y opiniones que hubo al respecto, pues creemos que es importante entender las perspectivas de otras industrias y aprender de cómo ellos abordan esta materia”.

En tanto que, Mariela Magnolfi, Consumer & Market Insights Manager de Unilever Chile, comentó que “fue una excelente oportunidad que invitó a la reflexión de los temas de sustentabilidad en las empresas y a la vez conocer la perspectiva de distintos actores”.

Propósito y Foco de las Mesas

Durante los cuatro días de realización de las Mesas, el diálogo giró en torno a temáticas e interrogantes respecto a la definición que las empresas han realizado del concepto consumo sustentable aplicado a productos y clientes. También se hizo incidencia en las fortalezas, las oportunidades y las debilidades que se observan al generar una cultura de consumo sustentable, y cómo esta se asocia con el estilo de vida de las personas.

Los resultados, conclusiones y propuestas de estas cuatro jornadas de conversación se darán a conocer durante en el primer semestre de 2017 a través de un Informe – en español e inglés- que recogerá y analizará lo expuesto por los más de 35 participantes de las Mesas Redondas.

Empresas y Organizaciones representadas en las Mesas

Ázocar & Luco S.A., Banco Bice, Bci, CCU, Clínica Las Condes, Coopeuch, CristalChile, Duoc UC, DYU, Essbio – Nuevo Sur, Falabella Retail, Honda Motor Chile S.A., Iansa, Itaú, Late!, Koandina, La Familia, Lemon, L'Oréal Chile, Los Quiltros, Mall Plaza, Microsoft, Ogilvy, Paris, Puerto Publicidad, Quiñenco, Promored, Samsung, Scotiabank, Shopping Cencosud, SMU, Supermercados Cencosud, Unilever, Walmart Chile y WOM.

Sobre PROhumana

PROhumana –creada en 1997- es una organización chilena sin fines de lucro que define su identidad como un DO TANK que actúa desde prismas reflexivos y críticos, promoviendo e identificando buenas prácticas para un desarrollo humano sustentable e integral. Desarrolla su trabajo en el área de la responsabilidad social empresarial (RSE) y ciudadana a través de de la investigación y desarrollo de conocimiento; sensibilización de actores en el tema de RSE y responsabilidad social ciudadana; promoción de espacios de diálogo y encuentro; constitución y coordinación de redes de cooperación; desarrollo de metodologías para implementación y evaluación de la RSE; y servicios de asesoría especializada.