



> Esmax

> www.esmax.cl



A través del reciclaje de residuos metálicos y textiles:

Nuevas estaciones de servicio Aramco generan economía circular en su proceso de cambio de marca

Con proyectos que le han permitido reciclar estructuras metálicas y uniformes en desuso, generando impactos positivos en el medioambiente y fomentando una cultura organizacional más sostenible.

Hace exactamente un año, Esmax —empresa afiliada de Aramco— inició un ambicioso proceso de cambio de marca en su negocio Retail, que implicó la transformación de más de 300 estaciones de servicio y 170 tiendas de conveniencia a nivel nacional, hacia las marcas Aramco y aStop, respectivamente. Este cambio fue más allá de una renovación visual: se convirtió en una oportunidad para aplicar principios de economía circular en sus operaciones.

De esta forma, Esmax impulsó dos proyectos clave para gestionar residuos que se generaron en este proceso de cambio de imagen: por

un lado, el reciclaje de estructuras metálicas de estaciones antiguas, y por otro, el de uniformes en desuso. Para esto, estableció alianzas estratégicas con Aceros AZA y Cirkla, empresas expertas en reciclaje.

“Con el proceso de rebranding vimos una gran oportunidad para valorizar los residuos que se generaron en este proyecto. Con AZA encontramos una solución para reciclar la mayor cantidad de estructuras metálicas que salieran de nuestras estaciones de servicio, y con Cirkla, la opción de dar nueva vida a los antiguos uniformes de nuestros colaboradores, transfor-

mándolos en nuevos productos”, señala Amanda Carbajal, ingeniero de Proyecto Sostenibilidad de Esmax.

A través de este trabajo conjunto, se ha impulsado una mejor gestión ambiental y con resultados concretos. “Gracias a esta colaboración con Esmax, en 2024 reciclamos 57 toneladas de chatarra ferrosa y las transformamos en 47 toneladas de acero verde, a través de un proceso que impulsa la economía circular y contribuye a la reducción de emisiones y uso de recursos naturales”, afirma Daniela González, jefa de Medio Ambiente y Economía Circular de Aceros AZA.

Los resultados de este trabajo quedaron reflejados en la Declaración de Valor Circular, documento que AZA entrega a sus aliados estratégicos con el objetivo de visibilizar y cuantificar los beneficios ambientales del reciclaje de acero. En este caso, fueron 82 toneladas de CO₂ equivalente evitadas, 75 m³ de agua ahorrados y 224 MWh de energía no consumidos, posicionando a Esmax como un actor relevante dentro del Modelo de Valor Circular que impulsa AZA.

“Este logro no solo cuantifica nuestro impacto positivo, sino que refuerza nuestro compromiso con desarrollar un negocio sostenible, que integre eficiencia y cuidado del



Fotos: ESMAX

Franco Navarro, ejecutivo Industrias Compras Metálicas de AZA; **Pía Aguilar**, jefe Comunicaciones Internas y Sostenibilidad de Esmax; **Juan Antonio Osses**, gerente Compras Metálicas de AZA; **Igal Szewkis**, gerente Rebranding, y **Rodrigo Burgos**, gerente de Personas y Asuntos Corporativos, ambos de Esmax.

entorno. Y porque nuestro proceso de cambio de imagen continúa, nuestra meta para este año es alcanzar las 100 toneladas de metales reciclados y seguir consolidando una cultura que convierte desafíos en oportunidades”, comenta Igal Szewkis, gerente de Rebranding de Esmax.

En paralelo, desde la línea de acción centrada en el reciclaje textil, a los cuatro meses de iniciado el proyecto, se recolectaron más de 2 toneladas de uniformes, evitando que estos terminaran en vertederos y permitiendo su reincorporación al ciclo productivo.

A partir de esto, Esmax ha transformado estos elementos en nuevos productos, los cuales ha ido entregando como regalos corporativos a sus equipos.

Ambas iniciativas reflejan la visión de Esmax por integrar principios de economía circular, convertir residuos en recursos y generar valor económico, social y ambiental de manera simultánea.

Con estos avances, Esmax refuerza su compromiso con una operación más sostenible y continúa impulsando proyectos que aporten positivamente al entorno y al futuro del país.

IGAL SZEWKIS, GERENTE DE REBRANDING DE ESMAX.