DFMAS
DIARIO FINANCIERO + CAPITAL

Fecha: 25/05/2025 Audiencia: 48.450 Sección: ECONOMIA
Vpe: $5.623.987 Tirada: 16.150 Frecuencia: DIARIO
Vpe pág: $7.443.240 Difusión: 16.150
Vpe portada: $7.443.240 Ocupación: 75,56%

RANKING B-BRANDS 2025

EL TRANSPORTE CON PROPÓSITO SE LUCE EN EL RANKING B-BRANDS

Por primera vez, Metro de Santiago, Red Movilidad y EFE se instalaron en el Top 10 del estudio de Better Brands, lo que refleja un cambio en la percepción ciudadana sobre el transporte y su rol en la sostenibilidad urbana.

POR MACARENA PACULL M.

Una de las características llamativas de la quinta versión de B- Brands fue el ingreso de la industria de movilidad, que en su primer año de participación en el estudio logró posicionar a tres marcas en el Top 10: Metro de Santiago en el tercer lugar del ranking general, junto a Red Movilidad y EFE, un hito clave en el posicionamiento del transporte en Chile, que va de la mano con la sostenibilidad.

"El crecimiento del alcance del estudio en términos de industrias ha sido totalmente orgánico. Este año, una marca de la industria movilidad nos comunicó su interés en el estudio y en comprar el Deep Dive, que es el estudio en profundidad", explica fundadora de Better Brands, Paz Mandiola, sobre las razones de esta nueva categoría. "En Better Brands buscamos fomentar la incorporación de estos temas en la estrategia, por lo que tenemos el compromiso de abrir una industria completa si una marca realmente quiere profundizar en su estrategia de sostenibilidad y su industria no está siendo medida. Lo mismo sucedió en su momento con la industria de finanzas, luego la industria de entretención y ahora la de movilidad", explica.

La visibilidad de cada una en el top 10 "refleja un cambio en la conciencia ciudadana, que comienza a valorar las soluciones que promueven ciudades más sostenibles, accesibles y bajas en emisiones", dice la directora ejecutiva de Red Pacto Global Chile (patrocinador oficial del estudio), Margarita Ducci. A su juicio, el transporte público tiene un enorme potencial para contribuir al cumplimiento de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, "particularmente el ODS 11 (ciudades sostenibles) y el ODS 13 (acción por el clima), y estas marcas han sabido canalizar ese potencial en propuestas visibles y coherentes, dando respuestas a problemas concretos y diarios de la ciudadanía".

Electromovilidad, equidad de género y ciudades más limpias marcan la hoja de ruta de estas marcas, bien valoradas por los ciudadanos.

Ducci señala, además, que desde Pacto Global valoran este reconocimiento, por ejemplo de un servicio tan escencial para la ciudad como el Metro de Santiago, debido a que "demuestra cómo la sostenibilidad no solo tiene peso en lo ambiental, sino también en su aporte social".

Símbolo de cambio

Con estrategias vinculadas especialmente a la electromovilidad y a la incorporación de mujeres conductoras en el sistema de transporte público, Red Movilidad se posiciona como una marca conocida por ser "líder de transporte moderno, cómodo y seguro". Así lo destaca la directora de Transporte Público Metropolitano, Paola Tapia, quien resalta el hecho de que cuentan con la flota más grande de buses eléctricos fuera de China (2.555 buses), "lo que es valorado por la ciudadanía desde la perspectiva de la calidad, pero también desde el aporte que hace Red en el cambio climático, reduciendo emisiones contaminantes y ruido".

Además, releva la incorporación de alrededor de 1.800 mujeres conductoras, lo que se ha traducido en "menor siniestralidad de tránsito y mejor clima laboral en las empresas de transporte público", acciones que "van de la mano de los ejes estratégicos de Red, que dicen relación con la equidad territorial, la convivencia vial y el impacto ciudadano que estos ejes representan".