



Se logró además la plantación de 93,5 árboles

G&N Brands reduce 5,7 toneladas de plástico y refuerza su compromiso con la sustentabilidad

Este mes comenzó a regir la última etapa de la Ley de Plásticos y Productos de Un Solo Uso (Ley PUSU), normativa que tiene como objetivo reducir la generación de residuos y limitar el uso de plásticos desechables en los establecimientos de expendio de alimentos a lo largo del país.

La normativa regula la entrega de productos de un solo uso en locales de comida.

Desde el 13 de febrero comenzó a regir su última etapa en Chile, la cual prohíbe la entrega de productos de un solo uso para el consumo dentro de los establecimientos, salvo que estén compuestos de madera, papel y/o cartones certificados que tengan carácter biodegradable. La medida busca reducir la generación de residuos y fomentar el uso de materiales más sustentables. En este contexto, G&N Brands ha trabajado para adecuar sus operaciones a las nuevas exigencias legales, entendiendo el cumplimiento normativo como un estándar básico de operación, pero además ha impulsado acciones

adicionales orientadas a reducir su impacto ambiental más allá de lo que pide la normativa; incorporando cambios concretos en procesos, materiales y gestión de residuos. Como resultado de este trabajo, durante 2025 el holding registró un ahorro acumulado de 5,7 toneladas de desechos plásticos, asociado a mejoras operativas y a la incorporación de alternativas a los plásticos de un solo uso. Estas medidas se complementaron con iniciativas voluntarias de compensación ambiental, entre ellas la plantación de 93,5 árboles, como parte de una estrategia de sustentabilidad de largo plazo. Uno de los principales avances ha sido la incorporación de cubiertos y revolvedores de madera en sus restaurantes, desarrollados en alianza con TEMSA, filial de Grupo Fósforos. Esta colaboración permitió avanzar en soluciones que, además de cumplir con la normativa vigente, integran criterios de producción responsable y

trazabilidad local, sumando iniciativas complementarias como acciones de reforestación.

“A través de nuestras políticas internas hemos podido cumplir con la normativa vigente y, al mismo tiempo, avanzar más allá con nuestras políticas sustentables. Este trabajo considera ajustes en materiales, procesos y gestión de residuos, con una mirada de mejora continua que busca reducir el impacto ambiental de nuestras marcas”, señaló Alejandro Aranda, Gerente de Auditoría y Cumplimiento de G&N Brands.

Por su parte, Felipe Balart, Gerente Comercial de Grupo Fósforos/TEMSA, destacó que “entendemos que la sostenibilidad no es una tendencia, sino una responsabilidad estructural.

Nuestros cubiertos y revolvedores están fabricados con madera proveniente de plantaciones certificadas y gestionadas bajo estrictos estándares de trazabilidad.

Estamos muy felices con

esta alianza con G&N Brands, ya que compartimos una preocupación real por el cuidado del planeta. Juntos estamos contribuyendo a evitar la generación de toneladas de residuos plásticos y, al mismo tiempo, impulsando iniciativas de reforestación que fortalecen el desarrollo sostenible del país.

Con la entrada en vigencia de esta nueva etapa de la Ley PUSU, el holding reafirma su compromiso con una operación alineada con la normativa vigente y con el desarrollo de iniciativas que aporten a una industria gastronómica más consciente y sustentable. Cabe señalar que G&N Brands es un holding chileno que busca instalarse como líder de la industria mediante su visión “Good Food, Good Mood”. La compañía pretende unir generaciones a través de marcas imbatibles y una oferta de menús cada vez más cercana a sus clientes. Nuestras marcas: Doggis, Juan Maestro, Tommy Beans, Mamut, Barrio Chick'cn, Lovdo Pizza y Bloke Burger.