





DANIELLA HARTLEY

COUNTRY MANAGER DE PATAGONIA EN CHILE

COUNTRY MANAGER OF PATAGONIA IN CHILE

Un traje a la medida del planeta

A tailored suit for the planet

EN PATAGONIA NOS HACEMOS ACTIVAMENTE RESPONSABLES DE LOS IMPACTOS QUE GENERAMOS. EL OBJETIVO ES SER PARTE ACTIVA DEL CAMBIO Y LA SOLUCIÓN. BUSCAMOS INSPIRAR Y DEMOSTRAR A LA INDUSTRIA QUE SE PUEDE LOGRAR UN EQUILIBRIO ENTRE LO SOCIAL, LO AMBIENTAL Y LO ECONÓMICO, TAL COMO LO ESTABLECEN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ONU, YA QUE AL PRIMAR SOLO LO MATERIAL ESTAMOS EXTINGUIENDO NUESTROS RECURSOS NATURALES Y A NOSOTROS MISMOS.

AT PATAGONIA WE ARE ACTIVELY RESPONSIBLE FOR THE IMPACTS THAT WE GENERATE. THE GOAL IS TO BE AN ACTIVE PART OF THE CHANGE AND THE SOLUTION. WE SEEK TO INSPIRE AND DEMONSTRATE TO THE INDUSTRY THAT A BALANCE BETWEEN THE SOCIAL, THE ENVIRONMENTAL AND THE ECONOMIC CAN BE ACHIEVED AS ESTABLISHED BY THE UN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS. BY GIVING PRIORITY ONLY TO THE MATERIAL WE ARE EXTINGUISHING OUR NATURAL RESOURCES AND OURSELVES.

La industria textil es la segunda más contaminante del mundo, no solo por su producción, sino también porque una fibra demora más de 200 años en descomponerse. En Patagonia estamos profundamente comprometidos con el medioambiente, por lo que nos exigimos al máximo para educar a las personas en un consumo consciente y desarrollar los mejores estándares de diseño, materiales y producción, que permitan reducir el impacto ambiental y, a su vez, generar una demanda por materiales de menor impacto contaminante, para que más empresas textiles se sumen a esta causa y contribuyan a desacelerar el calentamiento global.

Desde su creación en 1973 y con la misión de “salvar nuestro hogar, el planeta Tierra”, nuestra compañía ha destacado a nivel mundial por esta causa. Fue así que, en 2019, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente reconoció a Patagonia en la categoría de Visión Emprendedora. El galardón fue otorgado a la empresa “por una dinámica combinación de políticas que han colocado la sostenibilidad en el corazón de su modelo de negocios”.

COMPENSAR EL DAÑO ECOLÓGICO

Hace tiempo nos encontramos en una profunda crisis climática que cada día se hace más urgente y se convierte en un enorme peligro para nuestra salud y la de nuestras familias. Como dice Robert Swan, la mayor amenaza para el planeta es pensar que alguien más se preocupará de salvarlo. Por eso, en Patagonia nos hacemos activamente responsables de los impactos que generamos. El objetivo es ser parte del cambio y la solución. Buscamos inspirar y demostrar a la industria que

The textile industry is the second most polluting in the world, not only because of its production, but also because a fiber takes more than 200 years to decompose. At Patagonia we are deeply committed to the environment, which is why we push ourselves to the maximum to educate people in conscious consumption and develop the best standards of design, materials and production. This enables us to reduce the environmental impact and, in turn, generate a demand for materials with less polluting impact, so that more textile companies join this cause and contribute to slowing down global warming.

Since its creation in 1973 and with the mission of "saving our home, planet earth," our company has stood out worldwide for this cause. Thus, in 2019, the United Nations Environment Program recognized Patagonia in the Entrepreneurial Vision category. The award was given to the company "for a dynamic combination of policies that have placed sustainability at the heart of its business model."

COMPENSATE FOR ECOLOGICAL DAMAGE

We have been in a deep climate crisis for a long time, which every day becomes more urgent and a huge danger to our health and that of our families. As Robert Swan affirms—The greatest threat to the planet is thinking that someone else will care to save it. For this reason, at Patagonia we are actively responsible for the impacts we generate. The goal is to be part of the change and the solution. We seek to inspire and demonstrate to the industry that a balance can be achieved between the social, the environmental and the economic, since by giving priority only to the material we are extinguishing our natural resources and ourselves.

se puede lograr un equilibrio entre lo social, lo ambiental y lo económico, ya que al primar solo lo material estamos extinguiendo nuestros recursos naturales y a nosotros mismos.

Persiguiendo esta meta es que se ha creado el programa “1% para el Planeta”, un movimiento global de empresas que dona ese porcentaje de sus ventas a miles de organizaciones ambientalistas en el mundo. Patagonia se compromete a otorgar ese monto a organizaciones locales con el fin de apoyarlas financieramente para distintos proyectos y así contribuir a salvar el planeta.

Dicho de otra forma, es un autoimpuesto con el que Patagonia pretende transformar el impacto que produce en toda su cadena y sus tiendas. En Chile, a la fecha hay más de 59 ONG que se han visto beneficiadas por donaciones que superan los US\$ 550.000. Y aún queda mucho camino por recorrer.

EL ORIGEN ES FUNDAMENTAL

Cuando miramos la industria del textil, desde que se obtienen las materias primas hasta que llega a manos del consumidor, más del 90% del impacto medioambiental se produce en el proceso de producción y más del 80% proviene de los materiales.

Por esto mismo, somos extremadamente conscientes de las materias primas que empleamos con el fin de que requieran una menor utilización de agua, generen una menor contaminación, y que las prendas sean más duraderas y puedan ser reparables.

Pursuing this goal is that the "1% for the planet" program has been created. A global movement of companies that donate that percentage of their sales to thousands of environmental organizations in the world. Patagonia is committed to granting this amount to local organizations, in order to support them financially for different projects and save the Earth.

In other words, it is a self-imposed tax with which Patagonia intends to transform the impact it produces throughout its chain and its stores. In Chile, there are more than 59 NGOs that have benefited and more than US \$ 550,000 have been donated; and there is still a long way to go.

THE ORIGIN IS FUNDAMENTAL

When we look at the textile industry, from the moment the raw materials are obtained until they reach the consumer, more than 90% of the environmental impact is concentrated in the production process, and more than 80% of the impact comes from the materials.

For this reason, we are extremely aware of the raw materials that we use in order for them to imply less water use, produce less pollution, be durable and repairable.

For example, we produce organic cotton t-shirts that do not use synthetic fertilizers or pesticides, recycled feathers recovered from cushions, bedding, and other used items that cannot be resold. Our wetsuits are made from natural rubber known as Yulex, a material that reduces CO2 emissions by up to 80% in the manufacturing process and is 100% neoprene free. In other product lines, we use natural hemp fiber, recycled nylon and netplus, a material made from fishing nets extracted from the sea; in this way we contribute by cleaning the ocean and have a positive impact.



En 2017 creamos el programa Worn Wear que promueve la reparación de productos para extender su vida útil.

UNO PARA EL PLANETA DE TODOS

Involucrarse en el cuidado del planeta apoyando iniciativas en todo el mundo, es algo que Patagonia lleva en su ADN desde sus inicios y en el año 2002 este impulso fue más allá de la fronteras, cuando Yvon Chouinard, fundador de Patagonia, y Craig Mathews, fundador de Blue Ribbon Flies, crearon 1% for the Planet e iniciaron un movimiento global.

Poco después de dar este paso, el programa comenzó a resonar en todo el mundo. La idea era simple: dado que las empresas se benefician de los recursos que extraen de la Tierra, deben proteger esos recursos. Al darse cuenta de su responsabilidad, marcas como Brushfire Records, Klean Kanteen, New Belgium Brewing, Honest Tea, Caudalie y muchas más siguieron su ejemplo para unirse al movimiento.

Actualmente, esta red es global y diversa, lo que demuestra que cualquiera puede marcar la diferencia, desde los miembros individuales que devuelven donaciones y se ofrecen como voluntarios con organizaciones ambientales locales sin fines de lucro, hasta el cantautor Jack Johnson, quien se unió al movimiento en 2004 para proteger las costas de su Estado natal de Hawái.

Fuente: <https://www.onepercentfortheplanet.org/>

ONE FOR EVERYONE'S PLANET

Getting involved in caring for the planet by supporting initiatives around the world is something that Patagonia has in its DNA since its inception and in 2002 this impulse went beyond borders, when Yvon Chouinard, founder of Patagonia, and Craig Mathews, founder of Blue Ribbon Flies, created 1% for the Planet and started a global movement.

Soon after taking this step, the program began to resonate around the world. The idea was simple: since companies benefit from the resources they extract from the Earth, they must protect those resources. Realizing their responsibility, brands like Brushfire Records, Klean Kanteen, New Belgium Brewing, Honest Tea, Caudalie and many more followed the example to join the movement.

Today this network is global and diverse, proving that anyone can make a difference. From individual members who return donations and volunteer with local environmental nonprofits, to singer-songwriter Jack Johnson, who joined the movement in 2004 to protect the shores of his home state of Hawaii.

Source: <https://www.onepercentfortheplanet.org/>

Por ejemplo, producimos poleras con algodón orgánico que no usa pesticidas ni fertilizantes sintéticos, plumas recicladas recuperadas de cojines, ropa de cama y otros artículos usados que no se pueden revender. Nuestros trajes de surf están hechos de caucho natural conocido como Yulex, material que reduce las emisiones de CO2 en hasta un 80% en el proceso de fabricación y son 100% libres de neopreno. En otras líneas de productos, utilizamos fibra natural de cáñamo, nylon reciclado y netplus, un material de redes de pesca extraídas del mar. De esta forma aprovechamos de limpiar el océano e impactamos de forma positiva.

El equilibrio entre lo ambiental, lo social y lo económico es un gran desafío y para lograrlo Patagonia se autoexige estándares de producción, operación y materiales. Es fundamental la rigurosidad con la que se eligen las fábricas, con el fin de que sean conscientes de su contaminación, trabajen con materiales reciclados y valoren a sus empleados. Para esto, la trazabilidad y las certificaciones nos permiten transparentar que en cada etapa del proceso de evolución del producto se esté logrando minimizar el impacto.

DETRÁS DE CADA PRODUCTO HAY PERSONAS

Para Patagonia es sumamente importante considerar que detrás de un producto hay personas y familias. En ese sentido, la certificación de *Fair Trade* es el primer paso para asegurar salarios justos en nuestra cadena de suministro, ya que los trabajadores de la industria del vestuario están entre los peores pagados en el mundo. Dado que no somos dueños de las fábricas en las que producimos, esta certificación nos asegura un buen trato y condiciones laborales dignas y seguras para las personas que trabajan en el lugar. Por eso Patagonia no solo se desafía buscando fábricas con *Fair Trade*, sino que también incentiva a fábricas que se conviertan y obtengan la certificación. Esto, además, permite ayudar a las personas a elevar los estándares de vida y a combatir la pobreza en sus comunidades a través de un fondo que se genera gracias a la prima que se paga por cada prenda confeccionada y que luego las propias personas deciden cómo usar.

Patagonia sets itself standards of production, operation and materials to achieve the great challenge of balancing the environmental, the social and the economic. It is fundamental to be rigorous when choosing factories, it is essential that they are aware of their pollution, work with recycled materials and value their employees. Traceability and certifications enable us to communicate clearly that at each stage of the product evolution process, the impact is being minimized.

THERE ARE PEOPLE BEHIND EVERY PRODUCT

For Patagonia it is extremely important to consider that behind a product there are people and families. Fair Trade certification is the first step to ensure fair wages in our supply chain, as workers in the apparel industry are among the worst paid in the world. Since we do not own the factories in which we produce, this certification assures us of good treatment and decent and safe working conditions for the people who work there. For this reason, Patagonia is constantly challenged to find those that have been qualified as Fair Trade since it can also help people to raise living standards

Lo anterior es posible a través de un programa de precio justo mediante el cual pueden ir mejorando su calidad de vida en aspectos como salud y educación. Actualmente, a través de este programa apoyamos a más de 66.000 trabajadores y en Chile más del 70% de nuestra colección tiene esta certificación. Al 2025 tenemos como objetivo que el 100% de nuestros productos sean *Fair Trade*, además de utilizar materia prima reciclada.

UNA SEGUNDA VIDA

Una de las cosas responsables que hacemos como compañía es fabricar ropa de alta calidad, que dure muchos años y que pueda ser reparada. De esta manera, queremos evitar que los clientes compren de más, porque al extender la vida útil de una prenda por nueve meses es posible reducir entre un 20 y un 30% la huella de carbono de ese producto.

También educamos a los clientes para que, en el caso que decidan comprar, sean realmente conscientes y exigentes de lo que adquieren y con quién, porque no solo es importante el dónde se produce ni quién lo produce, sino también, preocuparse dónde termina el artículo.

En esa línea, en 2017 creamos el programa Worn Wear que promueve la reparación de productos para extender su vida útil, como la ropa o el equipamiento utilizado para hacer deportes que conectan con la naturaleza. El objetivo es quitar parte de la presión que recibe el planeta debido a la industria textil.

Para los clientes es un programa muy positivo y educativo, ya que se les asegura buena calidad y no tienen que gastar ni comprar de más para aportar con su granito de arena para salvar el planeta Tierra. En términos globales, ya se han reparado 130 mil productos y en Chile esa cifra llega a más de 3.500.

Quienes prefieren nuestros artículos lo hacen porque estamos convencidos de nuestra misión y somos apasionados por lo que hacemos. En caso de que alguna acción no sea amigable para el medioambiente, simplemente no se hace hasta que se cumpla con esas exigencias y estándares. Esto, porque en cada una de las decisiones que tomamos ponemos al planeta primero. 🌍

and fight poverty in their communities. This is achieved through a fund that is generated thanks to the premium that is paid for each manufactured garment and that the people themselves decide how to use.

This is possible through a fair price program that can improve their quality of life in aspects such as health and education. Currently, through this program we support more than 66,000 workers and in Chile more than 70% of our collection has this certification. By 2025 we aim for 100% of our products to be Fair Trade, in addition to using recycled raw material.

A SECOND LIFE

One of the responsible things we do as a company is to make high-quality clothing that will last for many years and can be repaired. In this way, we want to prevent customers from buying more, because by extending the useful life of a garment by nine months, it is possible to reduce the carbon footprint of that product by between 20 and 30%.

We also educate customers so that, in the event that they decide to buy, they are really aware and demanding of what they buy and with whom. Because not only is it important where the article is produced or who produces it, but also, consider where the product ends.

Along these lines, in 2017 we created the Worn Wear program that seeks to repair products to extend their useful life, such as clothing or equipment used for sports that connect you with nature. The goal is to take some of the pressure that the textile industry produces off the planet.

For customers it is a very positive and educational program, since they are assured of good quality and they do not have to spend or buy more than needed. In this way, they contribute their grain

of sand to save planet Earth. In global terms, 130 thousand products have already been repaired and in Chile that figure reaches more than 3,500.

Those who prefer our articles do so because we are convinced of our mission and we are passionate about what we do. In the event that any action is not environmentally friendly, it is simply not done until those demands and standards are met. This, because in each of the decisions we make we put the planet first. 🌱

CAMPEONES DE LA TIERRA

Desde que Patagonia fue fundada en 1973 por el reconocido ecologista y emprendedor Yvon Chouinard, ha ganado elogios por sus cadenas de suministro sostenibles y su defensa del medioambiente. De ser una pequeña compañía que fabricaba herramientas para escaladores, Patagonia se convirtió en una empresa B y líder mundial de sostenibilidad. Su impulso para preservar los ecosistemas abarca todo su negocio, desde la fabricación de productos y el uso de materiales sostenibles, hasta la donación de dinero para causas ambientales. Más del 70% de los productos de Patagonia están hechos de materiales reciclados como botellas de plástico y el objetivo es utilizar 100% de materiales renovables o reciclados para 2025. La marca está comprometida con la simplicidad, la utilidad y la durabilidad, algo especial en un mundo donde la "moda rápida" es la norma. Recientemente, la compañía actualizó la declaración de su misión para reflejar la urgencia de la crisis: "Trabajamos para salvar el planeta en el que vivimos".

La compañía estadounidense de ropa para exteriores ha sido reconocida mundialmente por su compromiso con la sostenibilidad y la defensa de los frágiles recursos del planeta. En septiembre de 2019 obtuvo el premio Campeones de la Tierra, máximo galardón ambiental de las Naciones Unidas, en la categoría de Visión Emprendedora.

"Patagonia ofrece un ejemplo perfecto de cómo el sector privado puede unirse a la batalla contra el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y otras amenazas para la salud humana y planetaria", dijo Inger Andersen, directora ejecutiva del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Y añadió: "Patagonia muestra que la sostenibilidad tiene sentido económico y su éxito revela el deseo de los consumidores de ver a las empresas asumir un papel de liderazgo en la lucha contra el cambio climático y la degradación ambiental".

Fuente: ONU Programa para el Medio Ambiente

EARTH CHAMPIONS

Since Patagonia was founded in 1973 by renowned environmentalist and entrepreneur Yvon Chouinard, it has earned praise for its sustainable supply chains and advocacy for the environment. From being a small company that manufactured tools for climbers, Patagonia became a B company and a world leader in sustainability. Its drive to preserve ecosystems spans their entire business, from making products and using sustainable materials, to donating money for environmental causes. More than 70% of Patagonia's products are made from recycled materials such as plastic bottles and the goal is to use 100% renewable or recycled materials by 2025. The brand is committed to simplicity, utility, and durability, something special in a world where "fast fashion" is the norm. The company recently updated its mission statement to reflect the urgency of the crisis: "We are working to save the planet we live on."

The American outdoor clothing company has been recognized worldwide for its commitment to sustainability and the defense of the planet's fragile resources. In September 2019, it won the Earth Champions award, the highest environmental award of the United Nations, in the Entrepreneurial Vision category.

"Patagonia offers a perfect example of how the private sector can join the battle against climate change, biodiversity loss and other threats to human and planetary health," stated Inger Andersen, Executive Director of the United Nations Program for the Environment. And he added "Patagonia shows that sustainability makes economic sense and its success reveals the desire of consumers to see companies take a leadership role in the fight against climate change and environmental degradation."

Source: UN Environment Program