



COMUNICADO DE PRENSA

CMPC unifica nombre de su filial tissue en los ocho países donde opera y nace Softys

- Filial de productos higiénicos y sanitarios de CMPC operaba bajo distintas denominaciones en cada país, como era el caso de Papelera del Plata en Argentina o Protisa en Perú.
- De esta manera, Softys se consolida como el primer operador en mercados como Chile, Argentina, Perú y Uruguay, además de segundo mayor actor de este negocio en Latinoamérica.

Empresas CMPC comunicó la unificación, bajo el nombre Softys, de todas las denominaciones de sus filiales dedicadas al negocio de productos higiénicos y sanitarios en los ocho países donde mantiene operaciones industriales y comerciales.

Hasta la fecha, y como resultado de un proceso de expansión que en el pasado incluyó adquisiciones de empresas en varios países, el negocio tissue de CMPC operaba bajo nombres como Papelera del Plata (Argentina), Protisa (Perú), Absormex (México) o Melhoramentos (Brasil).

La unificación de los nombres de las filiales, así como el proceso de reorganización de la administración corporativa de este negocio, refuerzan la relevancia de Softys en los mercados donde mantiene presencia, consolidándose como el primer operador en países como Chile, Argentina, Perú y Uruguay, y el segundo mayor actor a nivel de toda la región.

“La medida se enmarca también en el decidido plan de expansión de CMPC en el rubro de papeles y productos higiénicos y sanitarios, el que incluyó la reciente inauguración de una nueva planta en Perú, la actual construcción de una nueva línea en Argentina, además de planes comerciales y de desarrollo en mercados de alto potencial, como son México y Brasil”, dijo el Gerente General de Empresas CMPC, Francisco Ruiz-Tagle.

De acuerdo con el ejecutivo, este plan ha estado acompañado de un reforzamiento de toda la estructura gerencial de la filial Softys. “Para acompañar ese crecimiento era necesario reforzar el equipo ejecutivo y dotarlo de un espacio suficiente de autonomía, siempre en el marco de los lineamientos corporativos, que le permita reaccionar con rapidez y creatividad a los desafíos que vayan apareciendo”, señaló Ruiz-Tagle.

El Gerente General de Softys, Gonzalo Darraidou, agregó que la unificación del nombre viene a “consolidar una estrategia que potencia las características distintivas de este negocio: comercial, masivo y muy enfocado en las necesidades del consumidor final. En este sentido, más que un cambio de nombre o de imagen, lo que Softys refleja es el resultado de los 40 años de experiencia de CMPC en este negocio, pero que ahora se adapta para enfrentar nuevos desafíos en los distintos mercados donde está presente”.