

EN CHILE HAY AVANCES EN LA MATERIA:

El papel de las empresas para contribuir a un mundo de “naturaleza positiva”

BÁRBARA LICHNOVSKY

En diciembre de 2022, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Biodiversidad, 196 países, incluido Chile, firmaron el Marco Mundial de Biodiversidad de Kunming-Montreal, que propone una serie de medidas para detener y revertir la pérdida de diversidad biológica de aquí al 2030.

Con un enfoque transformador —conocido como “naturaleza positiva”—, este marco incentiva a las personas y a las organizaciones a impactar positivamente en el medio ambiente, garantizando la conservación y mejora de los ecosistemas, en vez de solo limitarse a minimizar los daños en el entorno natural.

Medir los impactos

Las empresas también están llamadas a adoptar estrategias positivas para la naturaleza. Lorna Puschel, coordinadora del área de Proyectos de VGC Abogados, explica que el Marco Mundial de Biodiversidad, en su meta 15, establece que las compañías deberán evaluar y reportar públicamente sus riesgos, impactos y dependencias de la biodiversidad, a través de sus operaciones, cadenas de valor y carteras de inversión. “El objetivo ‘naturaleza positiva’ empuja a que estas revisen toda la cadena de valor, desde materias primas e insumos hasta producto final, incluido su transporte a destino”, precisa.

En esa línea, Daniela Manushevich, jefa de la División de Recursos Naturales y Biodiversidad del Ministerio del Medio Ambiente (MMA), cree que es fundamental contar con metodologías estándar que permitan efectivamente saber cuáles son los impactos que están teniendo las cadenas de producción en el entorno natural. Asimismo, plantea que las empresas deben hacer un plan estra-

Este enfoque innovador está cambiando la forma de hacer negocios: ya no se trata solo de evitar el daño a los ecosistemas, sino de trabajar activamente para protegerlos, restaurarlos y gestionarlos de manera responsable.



Los expertos dicen que el deterioro de la naturaleza, tarde o temprano, repercute en la capacidad de las compañías para mantenerse en el tiempo.

tégico con indicadores concretos para establecer que sus efectos sobre el medio ambiente están siendo positivos.

Situación en el país

Chile ha avanzado en normativas que favorecen la “naturaleza positiva”. El año pasado se publicó la Ley 21.600, que crea el Servicio de Biodiversidad y Áreas Protegidas (SBAP). Este establece que al ingresar los proyectos al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, en caso

de ser un riesgo para la salud de la población, tener efectos adversos significativos en los recursos naturales renovables, obligar al reasentamiento de comunidades humanas o estar localizado en o cerca de poblaciones, recursos y áreas protegidas, las empresas deberán tomar medidas de conservación de la biodiversidad afectada.

A nivel de política pública, gracias al financiamiento del Fondo para el Medio Ambiente Mundial, Chile está elaborando un Plan de Acción Empresarial en Bio-

diversidad. Diseñado por el MMA y Acción Empresas, busca que el sector privado genere impactos positivos en la naturaleza y la biodiversidad. Este plan deberá presentarse en la edición número 16 del Convenio sobre la Diversidad Biológica, a realizarse entre el 21 de octubre y el 1 de noviembre en Cali, Colombia.

Sin embargo, señala Daniela Manushevich, falta visibilizar la relevancia de las estrategias de “naturaleza positiva”, sus potenciales beneficios y las voluntades que ya existen de parte de algunas empresas de hacerse cargo de adoptar el Marco Mundial de Biodiversidad.

Beneficios que incluyen una disminución de los riesgos que sufren las propias empresas al alterar el medio ambiente. “El deterioro de la naturaleza, tarde o temprano, va a repercutir en la capacidad de las compañías para mantenerse en el tiempo. Esto es algo que ya se evidencia hoy en nuestro país con el recurso hídrico”, afirma Lorna Puschel.

Además, según Alejandra Arochas, jefa del Área de Proyectos de la Gerencia de Desarrollo de Acción Empresas, en la medida en que las compañías identifiquen y gestionen sus riesgos, estarán no solo reduciendo la gravedad e impacto de los mismos, sino también transformándolos en oportunidades de negocio.

Por último, las estrategias de “naturaleza positiva” contribuyen a una buena reputación en sostenibilidad frente a los consumidores. “En Chile, que exporta productos que son para mercados especiales, puede ser particularmente atractivo diferenciar en ese sentido a una empresa”, señala Manushevich.