

LA COLUMNA DE...



GUSTAVO CRUZ DE MORAES
GERENTE GENERAL
NATURA CHILE

Compromisos vacíos en tiempos de urgencia ambiental

En un contexto global donde las emisiones continúan en ascenso, las promesas de reducción de CO₂ hechas por grandes corporaciones se han convertido en debate recurrente. Sin embargo, recientemente, la salida de Estados Unidos del acuerdo de París y el caso de JBS, la empresa cárnica brasileña, han evidenciado lo que muchos temíamos: los compromisos medioambientales de algunas de las empresas y gobiernos más influyentes no siempre se traducen en acciones concretas.

¿Cómo una de las compañías con mayor huella de carbono a nivel global retrocede en su promesa de emisiones netas cero para 2040, calificando su objetivo como una mera “aspiración”? Este tipo de declaraciones reflejan una desconexión preocupante entre las metas climáticas anunciadas y las medidas efectivas para alcanzarlas.

A esto se suma el *greenwashing*, empresas que usan la sostenibilidad como un eslogan publicitario sin respaldo real y contribuyen a la desconfianza generalizada. En Chile, la ausencia de un ente regulador que fiscalice las declaraciones ambientales ha permitido que compañías exageren o incluso inventen credenciales ecológicas sin consecuencias. La Ley contra el *greenwashing*, en discusión en el Senado, busca regular este tipo de prácticas y su aprobación sería un avance importante en la transparencia empresarial y en la protección del consumidor.

Según el Barómetro de la Ley REP, realizado por ReSimple y Cadem, un 55% de los chilenos considera que las empresas son las principales responsables de aumentar las tasas de reciclaje, mientras que solo el

14% cree que los ciudadanos deben asumir ese rol. Además, más del 60% de las personas desconoce cómo reciclar correctamente, lo que plantea una oportunidad para que

“Las compañías no deben limitarse a anunciar objetivos a largo plazo que no son verificables o no cuentan con una hoja de ruta”.

las empresas asuman un papel activo en la educación y sensibilización ciudadana. La promoción de la economía circular y estrategias que faciliten el reciclaje pueden marcar la diferencia.

Las compañías no deben limitarse a anunciar objetivos a largo plazo que no son verificables o no cuentan con una hoja de ruta. Es esencial que asuman la responsabilidad de su impacto y actúen con urgencia, promoviendo planes de transición climática claros y medibles. Esto implica no solo un compromiso desde la alta dirección, sino también la participación activa de sus colaboradores.

En este sentido, Chile asumió compromisos ambiciosos, como alcanzar la neutralidad de carbono a más tardar en 2050 y reducir en 25% sus emisiones de carbono negro al 2030, en relación con 2016. Para avanzar en esta meta, el país ha implementado regulaciones como la Ley Marco de Cambio Climático, que establece obligaciones al sector público y privado. Sin embargo, sin la participación activa del mundo empresarial, estas metas son difíciles de alcanzar. Las empresas tienen un rol fundamental en acelerar la transición, alineando sus estrategias con los compromisos nacionales y adoptando medidas concretas.

Es momento de que las empresas dejen de lado las promesas vacías y adopten un enfoque responsable y audaz hacia la crisis climática. Este es el momento de exigir que las metas sean acompañadas de rendimientos concretos y verificables. Las generaciones futuras no merecen promesas, sino acciones reales y sostenibles.