

EN EL PUNTO DE MIRA

Una evaluación crítica del cumplimiento de los compromisos de sostenibilidad de las grandes empresas de alimentación y bebidas



RESUMEN EJECUTIVO

La pandemia de coronavirus está agravando la desigualdad y ha hecho aún más visibles las vulnerabilidades del sistema alimentario. En 2020, más de 270 millones de personas se vieron en situación de inseguridad alimentaria grave, lo cual supone un incremento del 82 % con respecto a antes de la pandemia.¹ Las personas que cultivan y producen los alimentos que consumimos apenas reciben un pequeño porcentaje del valor del producto y, sin embargo, los ingresos de las empresas de alimentación y bebidas no dejan de aumentar a un ritmo vertiginoso. El sistema alimentario mundial es complejo, y presenta problemáticas con múltiples dimensiones. No obstante, tanto las principales empresas de alimentación y bebidas y agronegocios del mundo como sus proveedores y clientes tienen una enorme influencia en cómo se distribuye el valor, así como el poder necesario para abordar las principales problemáticas del sistema alimentario.

Los arraigados problemas de nuestro sistema alimentario y el continuo incremento de los precios de los alimentos son la razón de que, hace ocho años, Oxfam decidiese explorar cómo se podría cambiar la manera de hacer negocios de las principales empresas de alimentación y bebidas del mundo. Entre febrero de 2013 y abril de 2016, a través de la campaña *Tras la Marca*, instamos a las diez mayores empresas de alimentación y bebidas del mundo a fortalecer sus políticas de suministro desde el punto de vista social y medioambiental. Fruto de esta campaña, las empresas asumieron importantes compromisos en materia de empoderamiento de las mujeres, derechos sobre la tierra y cambio climático.² Mars, Mondelez y Nestlé se comprometieron a abordar la desigualdad de género en sus cadenas de suministro de cacao. Coca-Cola Company, PepsiCo y otras empresas manifestaron su voluntad de no permitir los acaparamientos de tierras en sus cadenas de suministro. General Mills y Kellogg Company se comprometieron a luchar contra el cambio climático, estableciendo objetivos con base científica para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero, y eliminando la deforestación de sus cadenas de suministro.

LA PANDEMIA DE CORONAVIRUS ESTÁ AGRAVANDO LA DESIGUALDAD Y HA HECHO AÚN MÁS VISIBLES LAS VULNERABILIDADES DEL SISTEMA ALIMENTARIO.

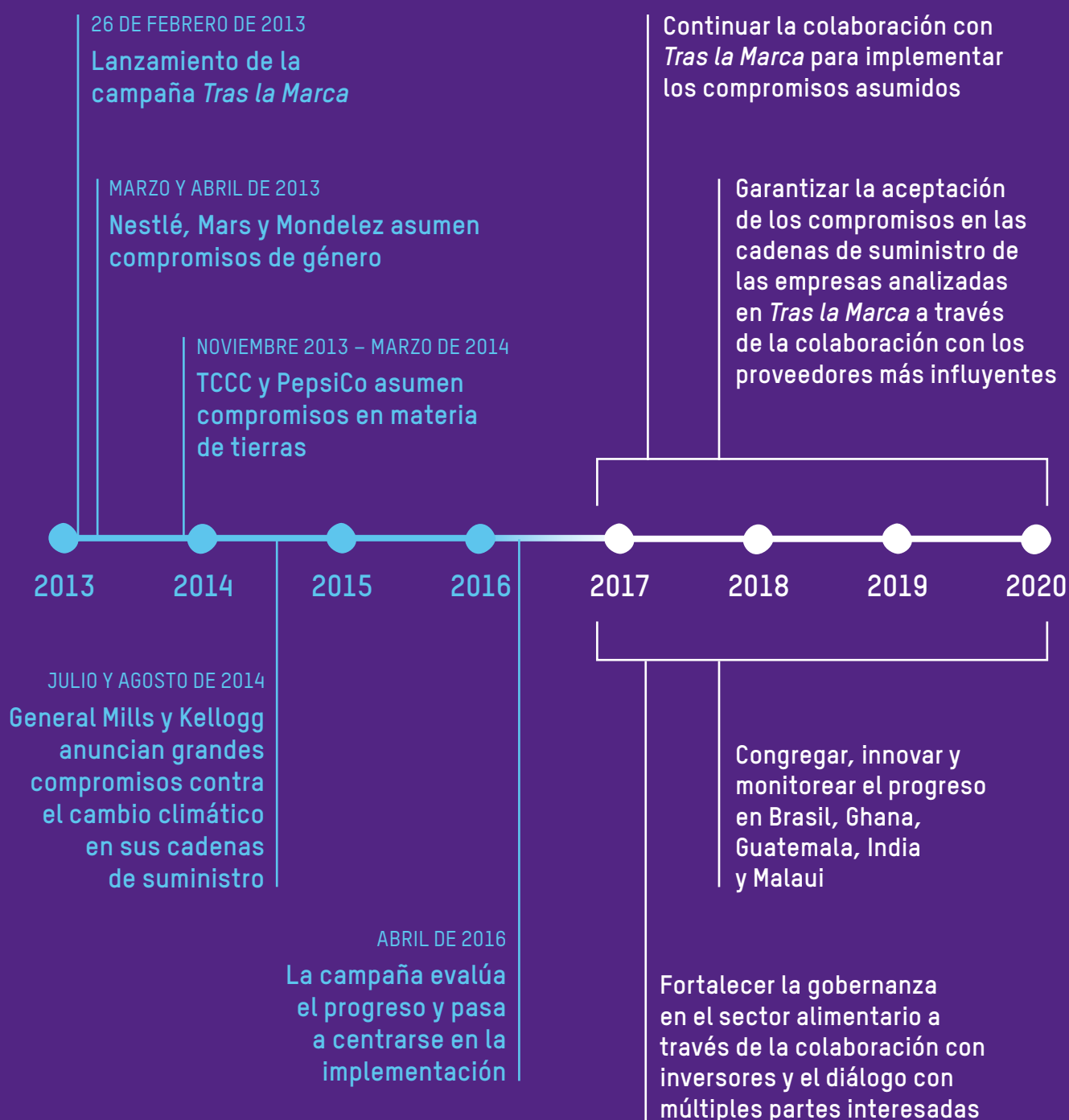


OXFAM

Gráfico 1

PRINCIPALES HITOS DE LA CAMPAÑA TRAS LA MARCA

- CAMPAÑA
- IMPLEMENTACIÓN



Etchi Avla, de 43 años, posa para la fotografía mientras el jornalero al que contrata para trabajar en su plantación corta vainas de cacao en Botende (Costa de Marfil). © Peter DiCampo/Oxfam América



Las empresas asumieron compromisos históricos, pero ¿han adoptado las medidas necesarias para hacerlos realidad? Durante los últimos cinco años, hemos dado seguimiento al cumplimiento de estos compromisos por parte de las empresas y agronegocios, a los que hemos asesorado para ayudarles a materializarlos, concretamente en Brasil, Ghana, Guatemala, India y Malaui. No obstante, somos conscientes de que estas promesas tan solo son el primer paso.

Con el objetivo de analizar los avances de las empresas, hemos encargado cuatro evaluaciones externas (dos sobre empoderamiento económico de las mujeres, una sobre derechos sobre la tierra y otra sobre cambio climático), y hemos actualizado la tabla de puntuación de las empresas de 2019. Respecto al empoderamiento económico de las mujeres, las empresas han elaborado evaluaciones de género de calidad desigual, mientras que sus iniciativas para acabar con la desigualdad de género en sus cadenas de suministro siguen presentando deficiencias. En cuanto a los derechos sobre la tierra, las empresas han progresado considerablemente en la adopción y aplicación de los marcos y directrices existentes a nivel internacional y en sus sedes; sin embargo, estos principios se aplican de manera desigual en determinadas cadenas de suministro y zonas donde operan, a medida que aumenta la complejidad de la tarea. Respecto al cambio climático, las empresas han avanzado en el cumplimiento de objetivos acordes con el escenario de limitar el calentamiento global a 2°C, abordando las emisiones derivadas de sus actividades agrícolas; asimismo, han mejorado en cuanto a la publicación de datos y la transparencia. Sin embargo, no todas las empresas han hecho lo necesario para limitar el calentamiento global a 1,5° C, y apenas ha habido avances en la adopción de medidas serias para luchar contra la deforestación.

El cumplimiento de los compromisos adquiridos exige cambios en las políticas y prácticas de los proveedores, especialmente de los grandes agronegocios, que son los mayores comercializadores y procesadores de las principales materias primas agrícolas, lo cual hace que su huella de carbono a nivel mundial sea inmensa. A pesar de que la mayoría de los agronegocios dominan totalmente el mercado, las políticas de varios de ellos están muy por detrás de las de sus homólogos y clientes del sector de la alimentación y las bebidas.

**UNA MAYOR
TRANSPARENCIA
EN LAS CADENAS
DE SUMINISTRO
GLOBALES ABRIRÍA
EL CAMINO A
NUEVOS MODELOS
DE NEGOCIO QUE
PUEDEN FORTALECER
A LOS PEQUEÑOS
PRODUCTORES Y
PRODUCTORAS,
ASÍ COMO A LOS
TRABAJADORES
Y TRABAJADORAS
DEL SECTOR.**

Oxfam evaluó por primera vez las políticas de siete agronegocios en 2019, utilizando una versión adaptada de la tabla de puntuación de *Tras la Marca*.³ En nuestra evaluación de 2020, hemos observado algunas pequeñas mejoras de las puntuaciones, especialmente en los ámbitos de “pequeños productores y productoras” y “transparencia y rendición de cuentas”. Sin embargo, la brecha entre las empresas mejor y peor calificadas es cada vez más amplia.

La aplicación de las medidas necesarias para cumplir con sus compromisos requiere de una gran cantidad de energía por parte de las empresas. En términos generales, hemos concluido que, si bien las empresas han adoptado medidas significativas a nivel global, sus progresos se estancan a la hora de trasladar estos enfoques a los países y las cadenas de suministro. También encontramos ejemplos positivos e innovadores en los principales países proveedores. Resultan especialmente prometedoras las iniciativas asumidas a nivel local, en las que colaboran empresas multinacionales y nacionales, la sociedad civil, sindicatos y Gobiernos. No obstante, es necesario que las empresas aborden los principales obstáculos que bloquean los cambios a gran escala, por ejemplo ofreciendo incentivos adecuados, haciendo públicos los nombres de sus proveedores y ayudándoles a asumir la agenda del cambio como propia, y defendiendo la necesidad de aplicar una mayor regulación.

La transparencia sigue siendo un problema esencial. En general, las empresas se plantean la transparencia como una obligación de presentar informes, en lugar de como una oportunidad para fomentar la innovación y promover mejoras, así como de fortalecerse a través del intercambio y el aprendizaje con sus homólogas y otras partes interesadas. Una mayor transparencia en las cadenas de suministro globales abriría el camino a nuevos modelos de negocio que pueden fortalecer a los pequeños productores y productoras, así como a los trabajadores y trabajadoras del sector. Asimismo, permitiría a las partes

**UNA MAYOR
TRANSPARENCIA
EN LAS CADENAS
DE SUMINISTRO
GLOBALES ABRIRÍA
EL CAMINO A
NUEVOS MODELOS
DE NEGOCIO QUE
PUEDEN FORTALECER
A LOS PEQUEÑOS
PRODUCTORES Y
PRODUCTORAS,
ASÍ COMO A LOS
TRABAJADORES
Y TRABAJADORAS
DEL SECTOR.**

© Pablo Tosco/Oxfam Intermón



interesadas desarrollar soluciones a medida, adaptadas al contexto y relevantes a nivel local para dar respuesta y adaptarse a las complejas realidades locales. Si no mejoran su transparencia, las empresas no será capaces de cumplir con sus obligaciones de derechos humanos con la debida diligencia.

Las expectativas respecto al cumplimiento de estas obligaciones por parte de las empresas son cada vez mayores, gracias al impulso de las y los consumidores, las organizaciones de la sociedad civil, los inversores, el personal de las empresas, los Gobiernos y los organismos intergubernamentales. En cuanto al desempeño en derechos humanos, sigue existiendo una enorme brecha entre las prácticas reales y los objetivos que deben cumplirse. Por ello, varios países, especialmente en la Unión Europea, están desarrollando nuevas leyes para garantizar que las empresas que operan en Europa actúen con la debida diligencia en el cumplimiento de sus obligaciones para con los derechos humanos. En algunos lugares, como California (Estados Unidos), el Reino Unido, Francia y Australia, ya existen normativas vinculantes concretas sobre los derechos humanos en las cadenas de suministro.

Ocho años después del lanzamiento de la campaña de Oxfam para reparar el deficiente sistema alimentario mundial, podemos decir que contamos con algunos de los ingredientes necesarios para avanzar; sin embargo, las grandes empresas y los Gobiernos aún tienen que dar el paso de adoptar medidas realmente transformadoras. Se necesita urgentemente un cambio sistémico para que el sistema alimentario mundial sea más resiliente. Este cambio exige dejar atrás los actuales modelos de negocio, basados en la maximización a corto plazo de los beneficios, para avanzar hacia modelos más holísticos que integren los aspectos sociales, medioambientales y de buena gobernanza. En el próximo decenio (denominado ya el “decenio del cumplimiento” por las Naciones Unidas), debemos avanzar en la lucha contra las causas sistémicas de la desigualdad, a fin de proteger el único planeta que tenemos, y de garantizar que tanto los pequeños productores y productoras como los trabajadores y trabajadoras reciban un porcentaje justo del valor que generan. La pandemia global de coronavirus constituye una oportunidad para que el sector reconozca el verdadero valor de las personas que cultivan y producen los alimentos que consumimos. Está demostrado que, hacerlo, minimizaría las alteraciones de las cadenas de suministro, y sería beneficioso para la continuidad del negocio.⁴

**SE NECESITA
URGENTEMENTE UN
CAMBIO SISTÉMICO
PARA QUE EL SISTEMA
ALIMENTARIO
MUNDIAL SEA MÁS
RESILIENTE.**

NOTAS

- 1 <https://www.wfpusa.org/news-release/wfp-to-assist-most-hungry-people-ever-due-to-coronavirus/> Esta cifra es una estimación.
- 2 Oxfam. (2013). Tras la Marca: El papel de las 10 grandes empresas de alimentación y bebidas en el sistema alimentario. https://www-cdn.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/bp166-behind-the-brands-260213-es_2.pdf
- 3 Oxfam. (2014). Metodología de la tabla de puntuación de Tras la Marca. https://www.behindthebrands.org/images/media/Download-files/BtB%20Methodology%20document_final_Sept%202014.pdf
- 4 Oxfam. (2020). From Risk to Resilience: A good practice guide for food retailers addressing human rights in their supply chains, pág.5. <https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/621029/dp-from-risk-to-resilience-210720-en.pdf;jsessionid=EBD07D554B1D762CBDA9893FD9623047?sequence=1>



OXFAM

© Oxfam Internacional, marzo de 2021

Este documento ha sido escrito por Emma Fawcett y Suzanne Zweben, y encargado por Helen Ripmeester.

Agradecemos enormemente las inestimables contribuciones de los y las siguientes colegas de Oxfam: Pooja Adhikari, Chloe Christman Cole, Sharmeen Contractor, Ranjana Das, Gustavo Ferroni, Susana Gauster, Matthew Guyer, Matt Hamilton, Martha Mensah, Le Minh, Andrew Mkandawire, Nnenna Moneke, Trinanjan Radhakrishnan, Aditi Sen, Danielle Smith, Monique van Zijl, Helen Wishart y Sarah Zoen. Agradecemos especialmente el trabajo de Forum for the Future, que elaboró para Oxfam un informe en el que se basa gran parte de este documento. El presente informe forma parte de una serie de documentos dirigidos a contribuir al debate público sobre políticas humanitarias y de desarrollo.

Para más información sobre los temas tratados en este documento, póngase en contacto con advocacy@oxfaminternational.org

Esta publicación está sujeta a *copyright* pero el texto puede ser utilizado libremente para la incidencia política y campañas, así como en el ámbito de la educación y de la investigación, siempre y cuando se indique la fuente de forma completa. El titular del *copyright* solicita que cualquier uso de su obra le sea comunicado con el objeto de evaluar su impacto. La reproducción del texto en otras circunstancias, o su uso en otras publicaciones, así como en traducciones o adaptaciones, podrá hacerse después de haber obtenido permiso y puede requerir el pago de una tasa. Puede ponerse en contacto con nosotros por correo electrónico a través de la dirección: policyandpractice@oxfam.org.uk

La información en esta publicación es correcta en el momento de enviarse a imprenta.

Publicado por Oxfam GB para Oxfam Internacional con el ISBN 978-1-78748-742-0 en marzo de 2021. DOI: 10.21201/2021/7420
Oxfam GB, Oxfam House, John Smith Drive, Cowley, Oxford, OX4 2JY, UK.

Traducido del inglés por Cristina Álvarez Álvarez y revisado por Alberto Sanz Martins y Pablo Andrés Rivero Morales.

Portada/diseño: Lucy Peers.