

Los inversores presionan a la industria de la alimentación a aumentar urgentemente su transparencia

Las nuevas puntuaciones evidencian una lenta mejora en las políticas de las empresas de alimentación

Tras la marca forma parte de la campaña CRECE de Oxfam que busca ayudar a construir un mundo en el que todas las personas tengan suficientes alimentos.

La puntuación de algunas empresas, como Nestlé, Unilever, Coca-Cola, Danone y General Mills, ha mejorado ligeramente, pero ninguna empresa logra un resultado de “aprobado” a nivel global.

Un total de 31 grandes fondos de inversión, que gestionan 1,5 billones de dólares de activos, han hecho hoy un llamamiento a los gigantes de la industria de la alimentación para que mejoren sus políticas relativas a sus cadenas de suministro y la transparencia. En una declaración compartida con las diez mayores empresas de alimentación y bebidas del mundo, los inversores expresaron su apoyo a la iniciativa de Oxfam, Intermón Oxfam en España, ‘Tras la marca’; e instaron a las empresas a hacer más por reducir los riesgos sociales y medioambientales en sus cadenas de suministro.

“Debido a la falta de transparencia en el sector, resulta difícil evaluar exhaustivamente el riesgo y las oportunidades que recaen sobre nuestras empresas en sus cadenas de suministro”, afirma la declaración de Calvert Investments y firmada por inversores como F&C Asset Management, BNP Paribas Investment Partners y Aviva Investors. Los fondos de inversión se han comprometido a trabajar con sus empresas para lograr cambios en las políticas de las empresas de alimentación y bebidas. “Los datos demuestran que hay una necesidad urgente de que se produzca una mejora significativa en todo el sector.”

Esta carta ha aparecido seis meses después del lanzamiento de la tabla de puntuaciones ‘Tras la marca’ de Oxfam, que puntúa a las empresas de alimentación y bebidas en relación a sus políticas y les insta a aumentar sus esfuerzos para prevenir el hambre y la pobreza y para proteger el medio ambiente. Oxfam ha anunciado hoy la segunda actualización de los rankings, que muestra las pequeñas mejoras que las empresas han llevado a cabo en sus políticas. La puntuación de algunas empresas, como Nestlé, Unilever, Coca-Cola, Danone y General Mills, ha mejorado ligeramente, pero ninguna empresa logra un resultado de “aprobado” a nivel global.

Steve Waygood, director de inversiones en Aviva Investors, empresa británica de gestión de carteras de fondos, afirmó: "La tabla de puntuaciones es una valiosa herramienta que permite identificar las áreas de riesgo en las cadenas de suministro de las empresas y comparar diferentes esfuerzos para mitigar dichos riesgos. (...) Los primeros pasos que están dando algunas empresas son alentadores, pero esperamos ver más medidas y un mayor compromiso de toda la industria."

Aumento en las puntuaciones desde febrero:

Unilever y Nestlé: 7%

Coca-Cola: 5%

Danone: 4%

Mondelez: 2%

Mars y General Mills: 1%

PepsiCo, Associated British Foods (ABF) y Kellogg's: Sin cambios

Entra en <http://www.behindthebrands.org/es/calificaciones>

Algunos de los cambios que han llevado al aumento de las puntuaciones:

- Nestlé reconoce ahora de manera más exhaustiva los derechos sobre la tierra y es la primera empresa de las '10 Grandes' que apoya el Consentimiento Libre, Previo e informado (CLPI) de las comunidades locales en sus directrices para proveedores a la hora de abastecerse de azúcar, soja, aceite de palma y otras materias primas. El requisito del CLPI puede ayudar a presionar a los proveedores para que eviten el acaparamiento de tierras y respeten los derechos de las comunidades locales cuando negocian la adquisición de tierras a gran escala.
- Los Principios Rectores de Agricultura Sostenible de Coca-Cola ahora incluyen políticas que exigen a los proveedores que aborden mejor la contaminación del agua, la biodiversidad y las emisiones de gases de efecto invernadero, lo que ha derivado en una ligera mejora de las puntuaciones de la empresa en materia de agua, tierra y cambio climático.
- La puntuación de Unilever en cuanto al trato a las mujeres en sus cadenas de suministro ha aumentado de 3 a 4 gracias a su adopción de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres de las Naciones Unidas y por su compromiso de realizar evaluaciones de impacto sobre el abastecimiento de materias primas en el que las mujeres desempeñen un papel clave.
- Associated British Foods, General Mills y Kellogg's siguen al final de la clasificación, mostrando pocos signos de progreso.

Judy Beals, responsable de la campaña Tras la Marca de Oxfam, afirmó: "Es importante reconocer el notable esfuerzo que están llevando a cabo algunas empresas para abordar grandes retos en la

manera en la que operan, pero serán necesarias una atención y una ambición mucho mayores para lograr soluciones duraderas para las comunidades. (...) Algunas empresas están empezando a sumarse a la carrera por el primer puesto, mientras que otras apenas se han situado en los puestos de salida. Ahora más que nunca los consumidores y los inversores tienen que reclamar que las empresas actúen con más rotundidad para abordar el impacto de la industria en el hambre y la pobreza.”

Bennett Freeman, vicepresidente primero de Sostenibilidad, Investigación y Políticas de Calvert Investments, declaró que “los inversores recompensan cada vez más a las empresas que se enfrentan a los retos de la sostenibilidad en sus cadenas de suministro globales. (...) Las empresas deberían mostrar un progreso continuo en la gestión del riesgo y las oportunidades, especialmente en los mercados emergentes y fronterizos”.

La actualización de la tabla de puntuaciones aparece precisamente dos semanas antes de que Oxfam haga pública una nueva y relevante investigación que pone de manifiesto el acaparamiento de tierras en la cadena de suministro del azúcar de los principales gigantes de la alimentación y las bebidas. Esta será la segunda gran acción desde que comenzó la campaña Tras la marca. La primera campaña de Oxfam sobre los derechos de las mujeres consiguió nuevos compromisos en las políticas de Mars, Mondelez y Nestlé para solucionar las desigualdades en la cadena de suministro de cacao.

Documentos Relacionados:

<http://www.intermonoxfam.org/sites/default/files/articulos/adjuntos/Tras la Marca - Declaración de los inversores.pdf>

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Solidaridad y cooperación](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>