

Una iniciativa global

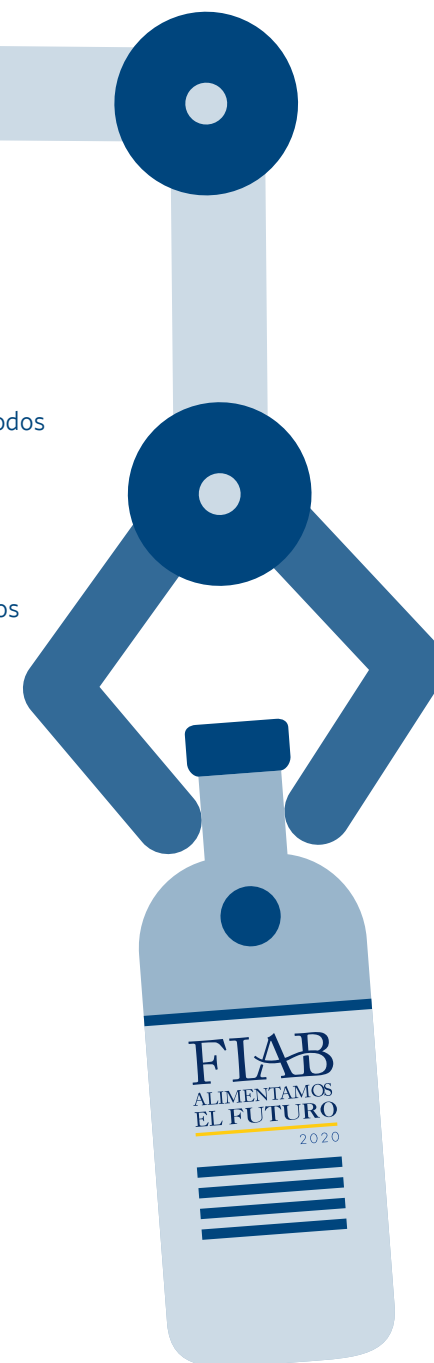
FLAB
ALIMENTAMOS
EL FUTURO
2020

La industria de la
alimentación y bebidas
frente a los ODS



ÍNDICE

- 3 | **Una iniciativa global**
- 4 | **La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS**
- 5 | **ODS 1** | Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
- 8 | **ODS 2** | Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
- 11 | **ODS 3** | Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
- 14 | **ODS 4** | Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
- 17 | **ODS 5** | Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas
- 21 | **ODS 6** | Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos
- 25 | **ODS 7** | Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos
- 29 | **ODS 8** | Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
- 33 | **ODS 9** | Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
- 37 | **ODS 10** | Reducir la desigualdad en y entre los países
- 40 | **ODS 11** | Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
- 43 | **ODS 12** | Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
- 47 | **ODS 13** | Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
- 51 | **ODS 14** | Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible
- 55 | **ODS 15** | Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad
- 59 | **ODS 16** | Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas
- 62 | **ODS 17** | Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible
- 65 | **En resumen**



Una iniciativa global

En 2015 las Naciones Unidas establecieron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante ODS) a nivel global, como pieza fundamental de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Conseguir alcanzar estos ambiciosos ODS requiere de la acción conjunta de gobiernos, sector privado, sociedad civil y de todos los ciudadanos.

Para las empresas, los ODS suponen ámbitos concretos de trabajo para mejorar las condiciones de vida de la población mundial, la conservación de los ecosistemas y el impulso a modelos de negocio más comprometidos.

Hasta ahora, las organizaciones han aceptado el desafío y lo han empezado a asumir como propio, pero ha llegado el momento de poner en práctica acciones concretas que incorporen dichos ODS en la estrategia de negocio de las empresas, así como en las políticas de actuación de los gobiernos y en el día a día de los ciudadanos.

Para el logro de los ODS, la implicación de las empresas es determinante, pero esta no está todavía lo suficientemente articulada, pues el enfoque desde el que se abordan los principales indicadores de cumplimiento tiene un ámbito más bien gubernamental y es difícil medir "la contribución de las empresas". No obstante, las compañías ya han comenzado a abordar los retos vinculados a su actividad, que ya venían poniendo en práctica a través de su compromiso con la sociedad. Estos esfuerzos eran incluidos en



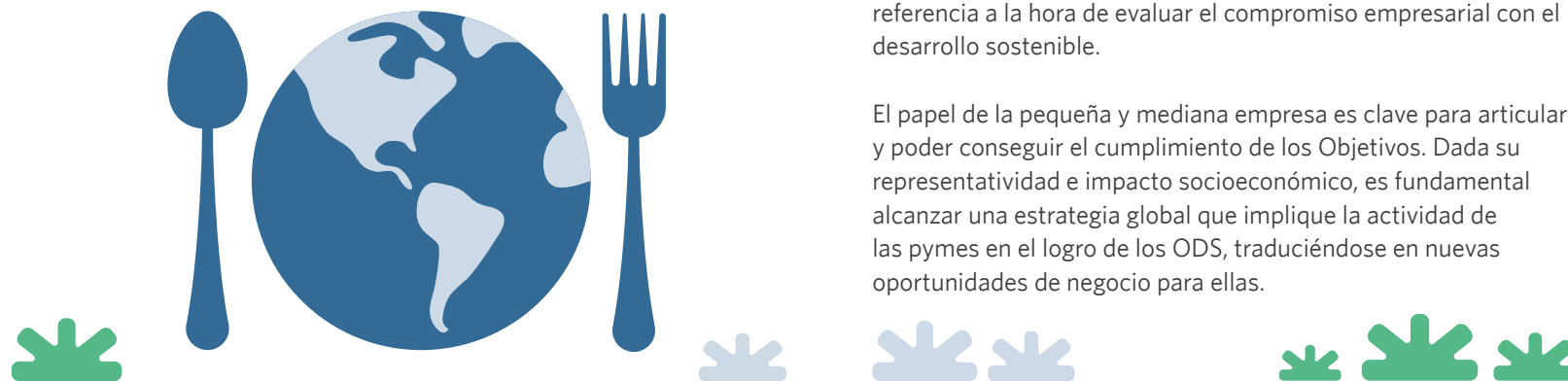
17 ODS

En 2015 las Naciones Unidas establecieron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible

muchas ocasiones en sus sistemas de reporte de sostenibilidad y ahora comienzan a enfocarse hacia compromisos más concretos para la consecución de las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En este sentido, las empresas más competitivas están realizando progresos, aprovechando este impulso que ya tenían y que se adecúa a la creciente demanda actual de la sociedad del cumplimiento de requisitos ambientales y sociales, ampliamente incluidos en los ODS.

Coincidiendo con el segundo aniversario de su puesta en marcha, se han realizado revisiones del grado de implantación de los ODS, así como reflexiones en torno a la forma de impulsarlos, y todo apunta a que irán adquiriendo cada vez más relevancia, sobre todo en el ámbito de los negocios, por ser una excelente referencia a la hora de evaluar el compromiso empresarial con el desarrollo sostenible.

El papel de la pequeña y mediana empresa es clave para articular y poder conseguir el cumplimiento de los Objetivos. Dada su representatividad e impacto socioeconómico, es fundamental alcanzar una estrategia global que implique la actividad de las pymes en el logro de los ODS, traduciéndose en nuevas oportunidades de negocio para ellas.



La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

Las empresas del sector de la alimentación y bebidas están alineando con los 17 ODS las estrategias de negocio que vienen desarrollando, conscientes de la relevancia que han adquirido los mismos y de su utilidad para integrar muchas de estas cuestiones en su modelo de negocio, en la cadena de suministro y en la relación con sus grupos de interés.

Desde la FAO, como organismo de las Naciones Unidas y encargado del seguimiento de varios de los ODS, se está prestando especial atención a los mismos, e incluso se ha realizado el ejercicio de relacionarlos con su marco metodológico de análisis de sostenibilidad. Por otro lado, la herramienta eSIAB del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA), que integra aspectos contemplados en diversos sistemas de evaluación de forma adaptada a la industria de alimentación y bebidas y sus características, puede servir de guía para las empresas del sector en la consecución de los ODS. Dicha herramienta evalúa el desempeño en sostenibilidad de las empresas, instando a aplicar mejoras relacionadas directas o indirectamente con los ODS. Asimismo, facilita una visión común para el sector y un marco metodológico coherente con el Decálogo de Sostenibilidad definido por el MAPAMA.

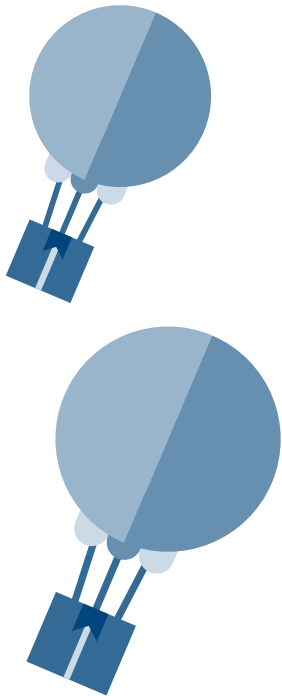
La actividad de la industria de alimentación y bebidas tiene una relación única con el medio ambiente, un entorno del que depende para disponer de forma continua y adecuada de materias primas seguras y de alta calidad. Su correcta conservación implica asegurar una producción sostenible a largo plazo y convertirse en un elemento central en su modelo de negocio. Asimismo, más allá de posibles cuestiones de obligatoriedad legal o de demanda concreta por parte del mercado o los consumidores, se trata de una cuestión de ética y responsabilidad, que ayuda a crear y aportar un legado positivo al planeta, a la vez que un fortalecimiento de la empresa y de la marca.

En este sentido, cuestiones ambientales clave como la gestión del agua, el manejo de recursos naturales, la mitigación de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), la adaptación al cambio climático y la transición hacia una economía circular llevan tiempo abordándose por parte del sector. Con el enfoque de los ODS, no solo se hace frente a estos retos, si no que se trabaja en ellos de manera conjunta y transversal, incorporando las cuestiones que son comunes.

En el caso de las cuestiones de carácter social, los compromisos de los ODS pueden incorporarse también a los procesos de trabajo y a la cadena de suministro en aspectos como las condiciones laborales, la igualdad de género, la contribución a erradicar la pobreza o el fomento de la educación. Aunque a priori la relación del sector con algunos de ellos no sea tan evidente a primera vista, como mostraremos en este informe, todos los ODS están adquiriendo cada vez mayor relevancia y presentan desafíos y oportunidades para las empresas.



La ambición y el alcance de estos ODS requieren la acción conjunta de gobiernos



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

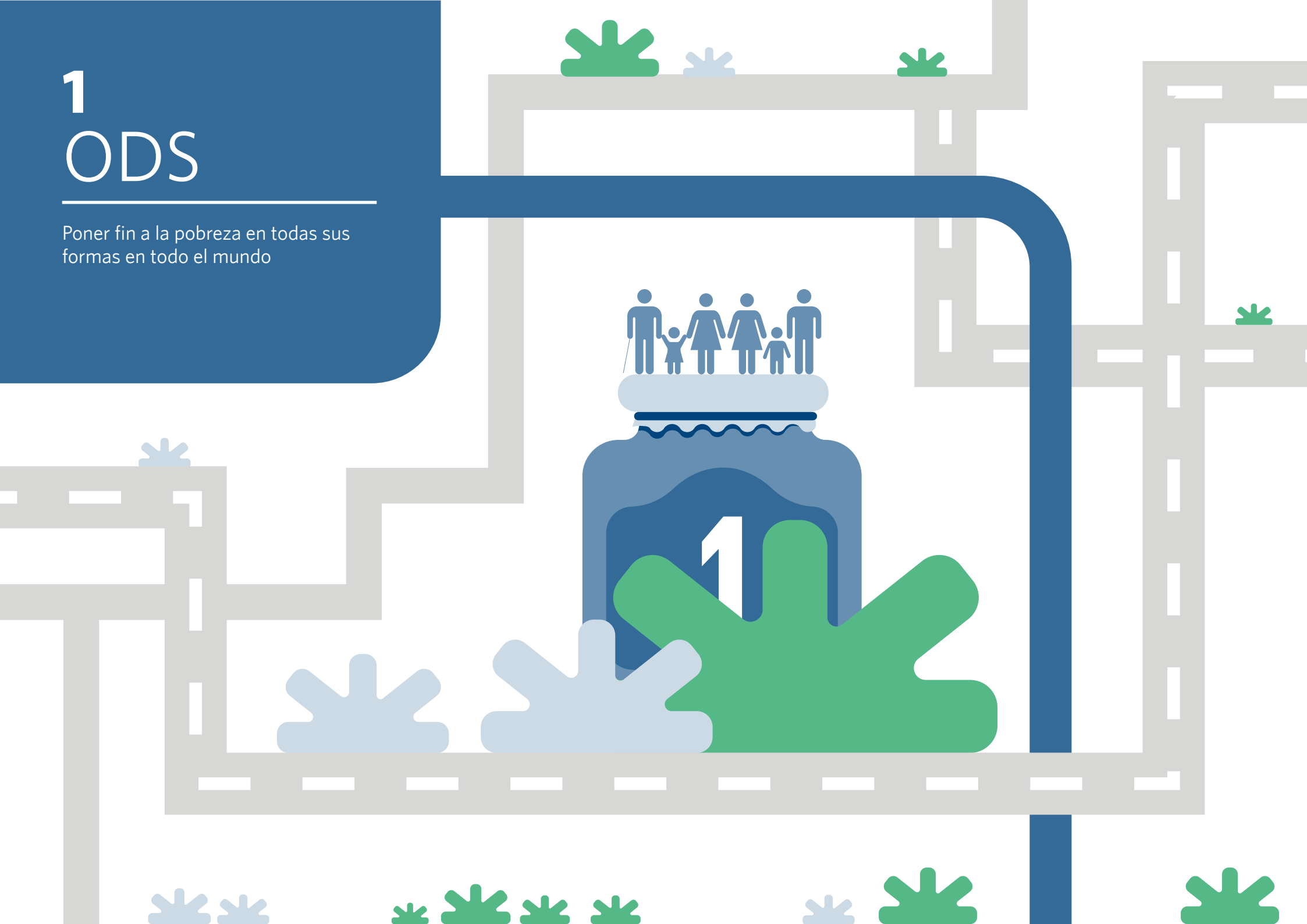
ODS 16

ODS 17

Resumen

1 ODS

Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo



ODS 1 | Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

Entendiendo la importancia del desafío

El bienestar económico global está directamente relacionado con la situación social de la población mundial. La mejora de la situación socioeconómica de los individuos y sus núcleos familiares es indispensable para satisfacer las necesidades físicas y psicológicas básicas de las personas, garantizando un adecuado nivel de calidad de vida en relación con la alimentación, la vivienda, la educación, la asistencia sanitaria o el acceso al agua potable.

Aunque la tasa de pobreza mundial se ha reducido a la mitad desde el año 2000, sigue siendo necesario intensificar los esfuerzos. En España, también se está trabajando por reducir el porcentaje de pobreza nacional, que aumentó durante la época de crisis y ahora está volviendo a bajar. En este sentido, la industria de alimentación y bebidas es el primer sector industrial a nivel europeo, dando empleo a más de 4 millones de personas de manera directa, por lo que puede jugar un importante papel en la consecución de este ODS, no solo trabajando con/sobre su red de empleados/plantilla, sino ampliando su alcance a toda su cadena de suministro.

Además, se considera que acabar con la pobreza es posible y en un plazo razonable, comenzando por reducir el número de personas que padecen hambre a nivel mundial, siendo fundamentales los avances en la producción alimentaria para satisfacer estas necesidades. La clave está en la actuación, sobre todo en países en vías de desarrollo, donde se da de forma más grave esta problemática, pero sin olvidar las franjas poblacionales afectadas en países desarrollados.

Retos

La industria de alimentación y bebidas es un agente clave para la economía al tratarse de un sector presente a escala global en prácticamente todas las regiones del planeta.

Cabe destacar la estrecha relación de la industria con el sector primario (agricultura, ganadería y pesca), el cual, sobre todo en regiones más desfavorecidas, se encuentra expuesto a una mayor vulnerabilidad frente a la pobreza.

Es por esto por lo que el sector viene trabajando intensamente sobre su cadena de suministro y la mejora de las condiciones de los productores primarios. Sin embargo, resulta necesario redoblar los esfuerzos que se están llevando a cabo si se pretende cumplir con los ODS en el plazo fijado, ya que el fin de la pobreza está directamente relacionado con muchos de los otros Objetivos, que no serían alcanzables de otro modo.

Otro de los retos para la industria de alimentación y bebidas consiste en alimentar a una población creciente, con grandes desigualdades sociales en muchas ocasiones. El sector tiene que adaptarse a las distintas necesidades y demandas de los diversos tipos de consumidores, desde aquellos con mayores exigencias en cuanto a información y sostenibilidad de los productos, por ejemplo, hasta los consumidores que buscan productos nutritivos a precios asequibles.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1



ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



Oportunidades

La mejora de las condiciones de vida de las personas en situación de vulnerabilidad puede resultar muy positiva para el sector, por un lado, fortaleciendo la cadena de suministro de las empresas y, por otro, mejorando el poder adquisitivo de los consumidores más desfavorecidos.

Las oportunidades de mejora para el sector que brinda atajar este ODS las podemos resumir a continuación:

- 1. Fomentar un aprovisionamiento sostenible a lo largo de la cadena, que contribuya a reducir su exposición y vulnerabilidad a los desastres climáticos y otros impactos económicos, sociales y ambientales y que promueva la aplicación de prácticas agronómicas sostenibles y mejore los medios de vida de los productores. Así, se lograría fortalecer la cadena de suministro, además de reducir el riesgo de que los proveedores más vulnerables caigan en situación de pobreza.
- 2. Favorecer o colaborar directamente en el desarrollo de actividades de emprendimiento y creación empresarial que contribuyan a la mejora de las condiciones de vida y a la erradicación de la pobreza.
- 3. Apoyar proyectos que luchen contra la pobreza y la exclusión social colaborando eficazmente con ONG locales, entidades públicas o incluso franquicias o empresas participadas, posicionando así la marca de cara a una futura mejora de la situación y la captación de nuevos clientes.
- 4. Involucrar a los propios empleados en proyectos de cooperación, que les permitan realizar un trabajo de solidaridad y crecimiento personal, además de permitirles conocer de primera mano las culturas, tradiciones y costumbres alimenticias de estas poblaciones, lo cual proporcionará una interesante retroalimentación para el portfolio de productos y servicios de la empresa.
- 5. Establecer estrategias de donación de excedentes y/o productos al límite de las fechas de consumo preferente o caducidad para posicionarse como empresa comprometida con las franjas más pobres de la población y paliar situaciones puntuales de crisis tras desastres naturales y/o conflictos.

- 6. Proporcionar apoyo y capacitación a personas en situación de vulnerabilidad, para que incluso puedan entrar a formar parte de la empresa.

Reflexiones

Las empresas del sector de alimentación y bebidas tienen la posibilidad de contribuir de forma notable a este ODS. Por un lado, por su capacidad de movilizar recursos e inversión y, por otro, por su estrecha relación con los sectores productores. Esto puede llevarlas a desempeñar un papel muy importante para luchar contra la pobreza, aprovechando el impulso que muchas de ellas ya habían tomado en el marco de su acción social o de su estrategia de responsabilidad social corporativa.

Se puede mejorar el poder adquisitivo de los consumidores más desfavorecidos



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1



ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

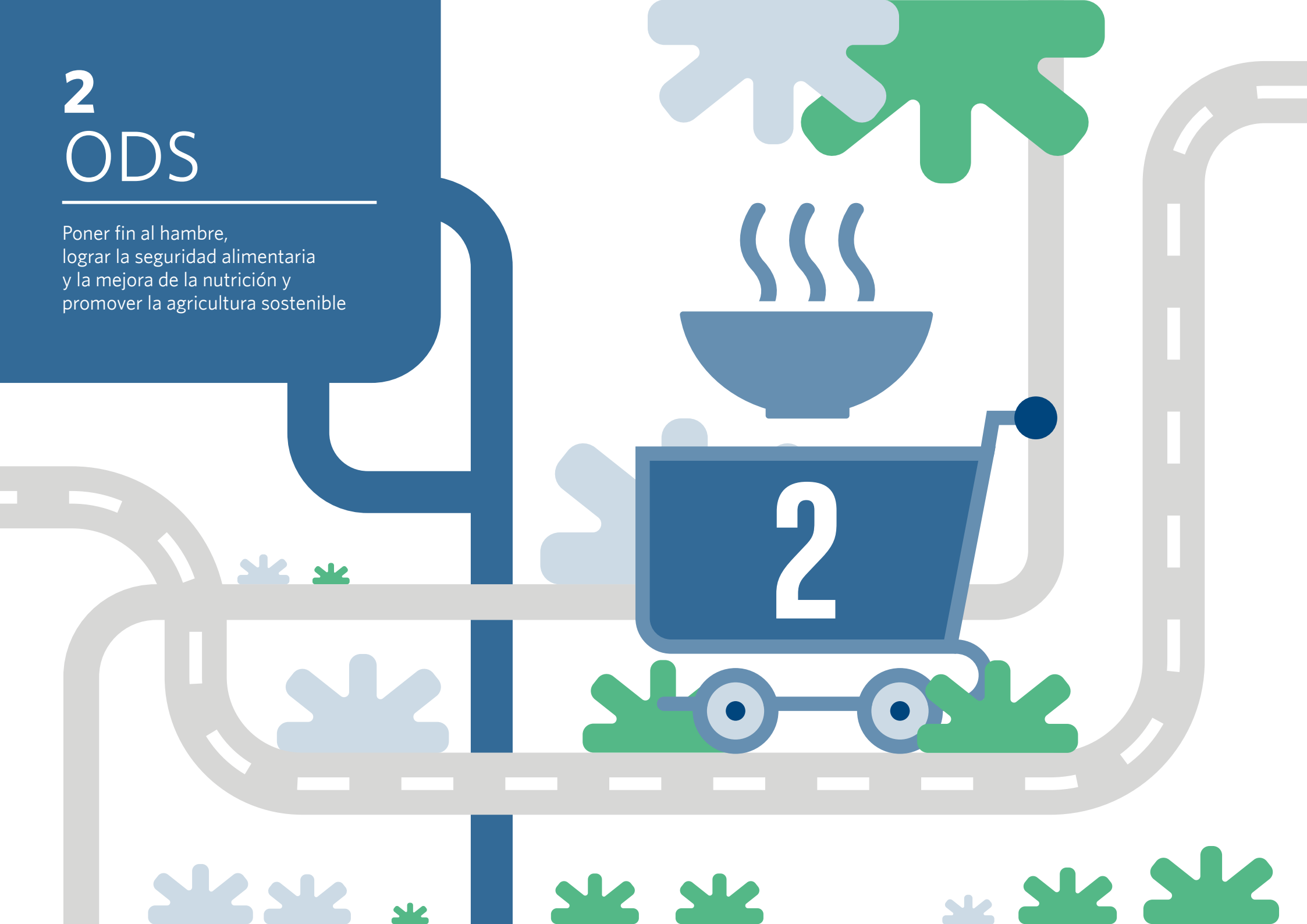
ODS 16

ODS 17

Resumen

2 ODS

Poner fin al hambre,
lograr la seguridad alimentaria
y la mejora de la nutrición y
promover la agricultura sostenible



ODS 2 | Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

Entendiendo la importancia del desafío

La mejora de la productividad agroalimentaria y su desarrollo sostenible son condiciones indispensables para asegurar el acceso de toda la población a una alimentación nutritiva, segura y saludable. Actualmente existen en el mundo 815 millones de personas subalimentadas. Si unimos a este dato el crecimiento poblacional estimado de 9.700 millones de personas en el año 2050, abordar este objetivo debe implicar acciones eficientes por parte de todo el conjunto de la cadena de valor.

El sector agroalimentario tiene una relación única con el medio ambiente, un entorno del que depende directamente para disponer de forma continua y adecuada de materias primas seguras y de alta calidad, por lo que su correcta conservación implica asegurar una producción sostenible a largo plazo.



En los últimos años, los efectos del cambio climático han planteado circunstancias adversas, propiciando situaciones de inseguridad alimentaria y de escasez de recursos naturales, sobre todo en los países en desarrollo. Esto ha llevado a las empresas a introducir nuevas reglas de juego en su relación con el entorno, con el resto de eslabones de la cadena y con el consumidor, incluyendo el factor medioambiental dentro de sus estrategias de negocio.

Retos

La industria de alimentación y bebidas se enfrenta al doble desafío de alimentar a una población en aumento, así como extender su actividad a aquellas personas en situación de hambre o pobreza, manteniendo en todo momento los exigentes estándares de calidad alcanzados y sin poner en riesgo la seguridad alimentaria. Se estipula que, para abordar este escenario, la producción de alimentos y bebidas debe aumentar en hasta un 60%, un hecho que solo puede ser afrontado con cambios en los actuales modelos productivos, algo que la industria ya está poniendo en práctica.

Además, este incremento de la demanda plantea interesantes oportunidades de crecimiento y expansión de mercados, para lo que requiere del esfuerzo del sector en torno al manejo de los recursos que son limitados. En este contexto, el desperdicio alimentario se sitúa como una prioridad para la industria por su relevancia social, económica y ambiental.

Por otro lado, la conservación de los ecosistemas naturales y la biodiversidad resulta un arma eficiente en el freno de los efectos del cambio climático y en la continuidad de las cosechas, minimizando los fenómenos climatológicos adversos para el abastecimiento. No hay que olvidar que la industria transforma el 70% de las materias primas, haciendo su actividad totalmente dependiente del entorno. En este sentido, la implicación de las empresas del sector pasa por establecer políticas de sostenibilidad en la cadena de suministro, que conserven los ecosistemas y contribuyan, al mismo tiempo, a la mejora del bienestar de las comunidades.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2



ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



El fin del hambre en el mundo podría suponer la posibilidad de aumentar el número de consumidores

Oportunidades

Combatir el hambre implica mejorar la calidad de vida de millones de personas, evitando que caigan en la inanición y otras enfermedades asociadas. El logro de este ODS implica oportunidades de negocio y de crecimiento para el sector que podemos resumir a continuación:

1. El objetivo de aumento de la productividad en el sector primario y la adopción de prácticas más sostenibles ayudará a fortalecer la cadena de suministro y reducir posibles riesgos, redundando en una mayor estabilidad para las empresas del sector. Por tanto, las industrias deben seguir impulsando estas mejoras entre sus proveedores, como en muchos casos ya hacen.
2. Los avances tecnológicos pueden generar nuevos servicios complementarios al portfolio convencional, como es el caso del internet de las cosas (IoT), la robotización y la automatización de la fabricación, así como la trazabilidad del proceso productivo con tecnologías como Blockchain.
3. Aplicar los principios de la Economía Circular para el lanzamiento de nuevos proyectos, productos o servicios, que disminuyan el impacto ambiental de los alimentos y bebidas, apoyando iniciativas que pueden ir desde reaprovechar subproductos de origen agrícola para destilar bebidas, hasta compostar la comida desperdiciada en locales públicos y zonas urbanas.

4. Los consumidores están cada vez más atentos a “lo que hay detrás” de lo que compran y valoran positivamente los sistemas de producción más sostenibles. Las empresas de alimentación y bebidas tienen la capacidad de aportar sus conocimientos y recursos al servicio de técnicas más sostenibles de producir, y colaborar con su cadena de suministro en este sentido.
5. Para el sector de alimentación y bebidas, el fin del hambre en el mundo podría suponer la posibilidad de aumentar el número de potenciales consumidores, así como el crecimiento y estabilización de las operaciones y ventas, sobre todo en ciertos mercados. Las empresas que estén atentas a la evolución de estos indicadores podrán establecer estrategias al respecto.

Reflexiones

Las industrias del sector de alimentos y bebidas proporcionan gran parte de los alimentos que son consumidos diariamente en el mundo. Su posición como importantes agentes de desarrollo económico y social, tanto a nivel nacional como local, hace especialmente significativo el impacto de sus acciones sobre el cumplimiento de los ODS, permitiéndoles al mismo tiempo mantener su competitividad ante el reto de producir más con unos recursos limitados.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2



ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

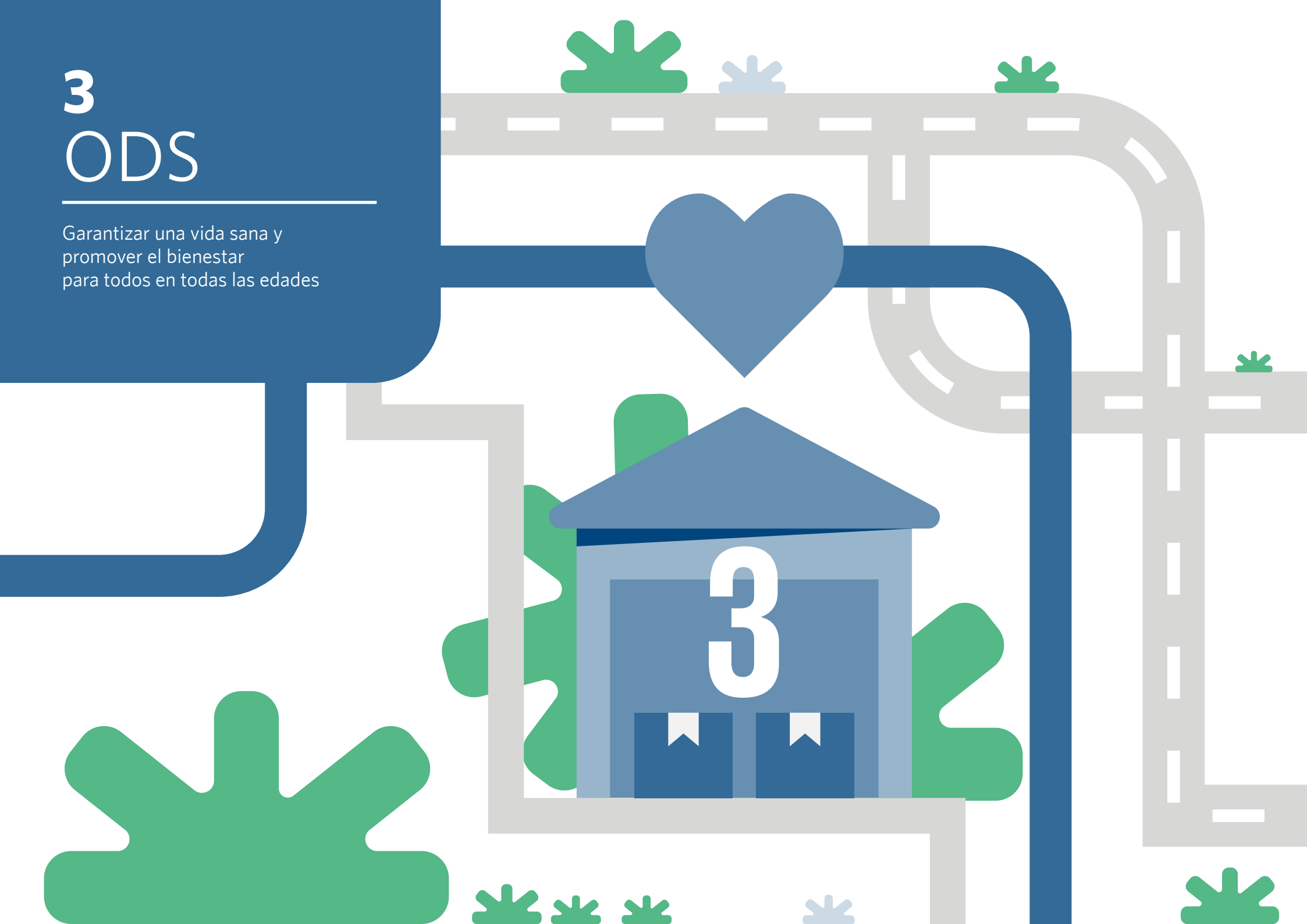
ODS 16

ODS 17

Resumen

3 ODS

Garantizar una vida sana y
promover el bienestar
para todos en todas las edades





ODS 3 | Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades

Entendiendo la importancia del desafío

Para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible es fundamental garantizar unos hábitos de vida saludables y promover el bienestar universal, puesto que son indispensables para la construcción de sociedades prósperas.

En las últimas décadas, se han obtenido grandes avances en relación con el aumento de la esperanza de vida y la reducción de algunas de las causas de muerte más comunes, especialmente las relacionadas con la mortalidad infantil y materna. Sin embargo, se necesitan muchas más iniciativas para erradicar por completo una amplia gama de enfermedades y hacer frente a numerosas y variadas cuestiones tanto persistentes como emergentes relativas a la salud.

Por ejemplo, mientras que en algunas partes del mundo la población sufre de malnutrición como hemos visto en el ODS2, en el mundo industrializado nos encontramos con una serie de enfermedades relacionadas con diversos factores y hábitos de vida poco saludables, como pueden ser el sedentarismo, la obesidad, la falta de sueño, el estrés, una dieta no equilibrada, poca hidratación, etc.

El sector está adoptando diversos compromisos en este sentido, por ejemplo, adaptando la oferta de productos a las necesidades de los consumidores y desarrollando campañas de concienciación que ponen en valor la importancia de seguir unos hábitos de vida saludables.

Retos

La salud y el bienestar son clave para la calidad de vida de las personas. La relación simbiótica de estas con la alimentación es muy clara, por lo que las empresas del sector juegan un papel clave al respecto.

Resulta esencial poner en marcha acciones dirigidas a la concienciación de los consumidores y a la promoción de una dieta variada y equilibrada, la práctica regular de actividad física y estilos de vida saludable desde la infancia.

Por otra parte, los estudios de tendencias indican que el consumidor está cada vez más atento al etiquetado de los productos, demandando mayor transparencia y claridad. Además, se ha vuelto más exigente, no solo en aspectos relacionados con la información nutricional, sino también desde un punto de vista social y ambiental, como pueden ser las condiciones de producción o la mitigación del cambio climático.



Una iniciativa global
La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS
ODS 1
ODS 2
ODS 3 
ODS 4
ODS 5
ODS 6
ODS 7
ODS 8
ODS 9
ODS 10
ODS 11
ODS 12
ODS 13
ODS 14
ODS 15
ODS 16
ODS 17
Resumen

Oportunidades

Las oportunidades relacionadas con este ODS las podemos resumir a continuación:

- 1. Proporcionar más información sobre los productos, su origen y recomendaciones de consumo adecuado, promoviendo las decisiones conscientes de los consumidores, lo que redundará en una mayor transparencia que el consumidor valora positivamente.
- 2. Educar al consumidor y comunicar mejor la calidad de los productos, tomando acciones para evitar prácticas de marketing engañoso, que se pueden volver contra la empresa.
- 3. Ampliar la oferta de productos y servicios que permitan el acceso a nuevos segmentos de mercado más formados y concienciados, que están dispuestos incluso a pagar más por productos con valor añadido en términos de salud y bienestar.

- 4. Educar en estilos de vida saludables para promover hábitos sostenibles que vayan más allá de la alimentación, hasta buscar un bienestar integral.
- 5. Invertir en innovación para la diversificación del portfolio y la basculación hacia líneas menos explotadas y con menos competencia.
- 6. Acciones que mejoren la reputación e, incluso, posición de liderazgo en el sector o en un nicho específico.
- 7. Minimización de los riesgos relacionados con futuras regulaciones y normativas más restrictivas, tratando de adelantarse a la legislación cuando sea posible.

Reflexiones

Una vez superada la barrera de la subsistencia, los consumidores demandan alimentos que contribuyan a la mejora de su bienestar y calidad de vida, una tendencia que cada vez es más evidente en la sociedad. Las cotas de bienestar de la sociedad española han elevado el interés por una alimentación más equilibrada, lo que incluso podría llegar a disminuir la demanda de ciertos productos, hasta ahora habituales, por otros con diferente preparación e ingredientes.

Las empresas deben dar respuesta a esta línea creciente y adaptar su portfolio en consecuencia, además de apostar por una comunicación genuina y transparente, lo que premia a la marca y la fideliza.



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3



ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen

4 ODS

Garantizar una educación inclusiva,
equitativa y de calidad y promover
oportunidades de aprendizaje
durante toda la vida para todos



ODS 4 | Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos

Entendiendo la importancia del desafío

La educación es un elemento directamente relacionado con la prosperidad de una sociedad y, por extensión, de una mejora en la competitividad de sus empresas. Invertir en educación es invertir en un futuro mejor. Por tanto, el sector de la alimentación y bebidas también mantiene vínculos con el objetivo de dotar de educación de calidad a la población mundial.

Una sociedad próspera no solo tiene mayor posibilidad de acceso a alimentos y bebidas en calidad de consumidor, sino que estará más predispuesta a colaborar en la consecución de objetivos como la conservación de la biodiversidad, la lucha contra la desigualdad y la exclusión social o el fomento de una adecuada

alimentación y unos hábitos más saludables. Por tanto, unas sociedades con un adecuado nivel de educación se convierten en aliadas de empresas y gobiernos en los compromisos de desarrollo sostenible.

En la misma línea, una educación de calidad permite escapar del ciclo de la pobreza a más sectores de la sociedad, por lo que la educación contribuye a reducir las desigualdades. Asimismo, puede contribuir a lograr la igualdad de género, gracias a la eliminación de las disparidades en el acceso a la educación.

Retos

El rol de la alimentación en la educación es clave para proporcionar a las personas, sea cual sea su edad o nivel, los nutrientes necesarios para el desarrollo físico, mental y social. Más aún, la comida es un elemento central de la vida de las personas y los alimentos son parte fundamental de la cultura y la identidad de cada pueblo o región.

El hecho de contar con consumidores cada vez más informados y educados, que demandan productos más saludables y de mayor calidad, está vinculado a los mayores niveles de educación. Al mismo tiempo, las personas más formadas pueden tener acceso a mejores trabajos y disponer de mayor renta, por lo que pueden consumir productos de mejor calidad y más sostenibles, lo cual es una tendencia cada vez más marcada en los países más desarrollados y que empieza a aparecer en aquellos menos industrializados.



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4



ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen

La educación y la capacitación profesional facilitan la inserción laboral

Las mayores exigencias y necesidades tecnológicas también alcanzan a la capacitación necesaria para los trabajadores de las empresas. Unos elevados niveles de educación y capacitación profesional facilitan su inserción laboral y el desempeño de estas tareas cada vez más complejas, reduciendo la rotación de plantilla, así como los costes asociados a la formación por incorporación de nuevos trabajadores.

Oportunidades

La rentabilidad empresarial está muy ligada a la prosperidad de los países y la educación es uno de los pilares clave de esta prosperidad. Por tanto, una sociedad con un extendido acceso a la educación y un modelo educativo de calidad generará nuevas y mejores oportunidades de negocio. Sirva como ejemplo que aquellos países que han destinado más recursos a la educación presentan índices de desarrollo humano más altos que la media de su región y son, hoy en día, economías sólidas y con proyecciones de futuro alentadoras.

Algunas de las oportunidades de mejora y crecimiento que brinda atajar este ODS son:

1. Fomento del aprendizaje continuo de directivos, empleados y proveedores, para mejorar sus competencias y, así, gestionar mejor los recursos y procesos de producción y comercialización.
2. Promover la educación y la formación ayuda a “cultivar talentos” y facilita la posibilidad de involucrarlos en la empresa y que se integren en la misma, poniendo a su disposición sus conocimientos, habilidades y experiencias.

3. Un perfil de cliente con mejor acceso a la educación suele tener un mayor poder adquisitivo y capacidad de gasto, además de que puede ser más fidelizable.
4. Colaborar con organizaciones del sector educativo para transmitir conocimientos y valores de la empresa.
5. Incluir en las acciones de comunicación de la empresa información valiosa para educar o concienciar al consumidor y, así, promover su adecuada alimentación, bienestar y salud.

Reflexiones

El impulso de proyectos de alfabetización y mejora de la educación básica en países en desarrollo sigue siendo una prioridad. Desde numerosos puntos de vista, contar con sociedades con mejor acceso a la educación genera mayores oportunidades para las empresas y, a la vez, un clima para los negocios más estable. Promover programas educativos a varios niveles es factible y recomendable.

Involucrarse o poner en marcha iniciativas para el fomento de capacidades profesionales ayuda a identificar talento e incorporar perfiles que destaquen. En este sentido, estos proyectos pueden ir enfocados a todo tipo de habilidades profesionales o, incluso, a materias avanzadas como la formación en liderazgo. Además, a través de acciones de mentorización puede ponerse en valor la experiencia de miembros actuales de la empresa y servir de canal de difusión de sus valores.

La innovación necesaria en los procesos industriales tiene su equivalente en las habilidades, experiencia y conocimientos que necesitarán los miembros de la empresa a todos los niveles. Poner en marcha o participar en programas de formación, así como compartir valores que conecten con los retos de los ODS, es cada vez más una necesidad y debe encontrar un hueco en la agenda de las empresas.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4



ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

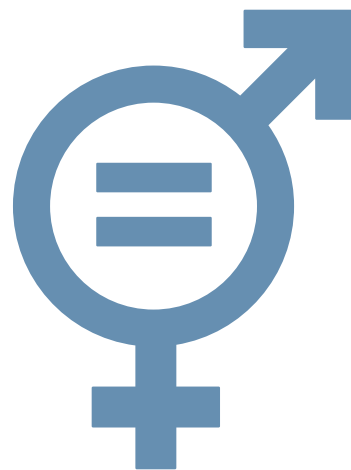
ODS 17

Resumen

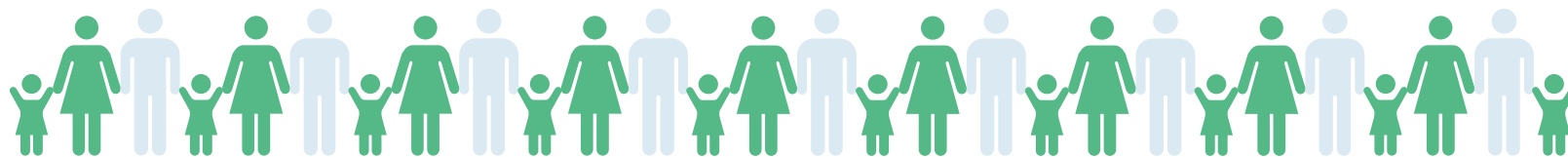


5 ODS

Lograr la igualdad entre
los géneros y empoderar
a todas las mujeres y las niñas



5



ODS 5 | Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas

Entendiendo la importancia del desafío

La desigualdad de género es el fenómeno que ocurre cuando un colectivo, bien sea de género masculino o femenino, tiene privilegios por encima del otro, despreciando los derechos de este último. Generalmente, el género más susceptible de sufrir discriminación es el femenino, derivado de un sistema tradicionalmente patriarcal, que, sobre todo en ciertas regiones y países, aunque también en los países más desarrollados, ha privado a mujeres y niñas de derechos y oportunidades fundamentales.

Además, la igualdad de género es una forma de que muchas mujeres, sobre todo en países en vías de desarrollo, tengan la oportunidad de salir de la pobreza. Se trata de cambios con una fuerte raíz cultural, donde la suma de educación en valores, leyes y otros instrumentos favorecen los procesos de cambio, que no son precisamente rápidos.

Si en torno al 50% de la población mundial está compuesta por mujeres y niñas, significa que el fomento de la condición de igualdad de género implica el “aprovechamiento” de, también, la otra mitad del potencial humano disponible, promoviendo un progreso social general.

Además, es una cuestión que trasciende el nivel de desarrollo de los países. En algunos países industrializados, las décadas de trabajo en este sentido empiezan a dar sus frutos, pero la lentitud de los avances es un aviso para poner en marcha cuanto antes los instrumentos necesarios en el resto de territorios.

Contribuir al impulso de la igualdad de género en el ámbito de actuación de las empresas, facilita y fomenta que la sociedad incorpore estos cambios.

Retos

En muchas regiones, el rol de la mujer en el sector primario se extiende desde la realización de las labores más básicas y con mayor esfuerzo físico, hasta la supervisión de los aspectos comerciales. Sin embargo en la mayoría de casos, no pueden tener acceso a la propiedad de las tierras u otros medios de producción, lo que limita su independencia y capacidad de toma de decisiones. Esto puede llegar a influir enormemente en algunas cadenas de suministro y representa una cuestión en la que las industrias del sector pueden ser parte de la solución. La creciente presión social y del mercado hacia una cadena de valor libre de discriminación y abusos es un factor que puede ser clave para la reputación de marca y, consecuentemente, para las ventas.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5



ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

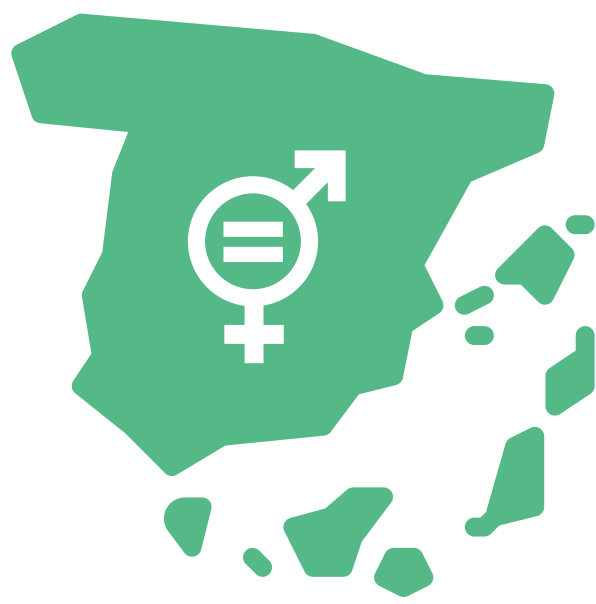
ODS 16

ODS 17

Resumen

En España, el camino hacia la igualdad sigue un lento progreso, pero las empresas están dando un paso adelante en esta transición económico-socio-política hacia el equilibrio. Internamente, las empresas pueden hacer mucho para garantizar la igualdad de oportunidades y ser embajadoras del cambio. La mujer (y otros colectivos actualmente discriminados) gana protagonismo y el mercado tiene que avanzar hacia modelos tanto de marketing o comunicación como de gestión menos discriminatorios.

Además, las empresas empiezan a abordar desde nuevos planteamientos la discriminación por cuestiones de identidad y orientación sexual o con formas de violencia no física (como, por ejemplo, el 'mobbing'), derivada de las diferentes formas de exclusión contempladas desde un enfoque más amplio de la desigualdad.



Oportunidades

Escuchar mejor las necesidades, inquietudes y aspiraciones de las mujeres ofrece una importante oportunidad. Hasta la fecha, la predominancia masculina en la dirección de los negocios ha dirigido inevitablemente la oferta comercial y la visión estratégica. Sin embargo, poco a poco esto va cambiando.

Cada vez más empresas incluyen valores de igualdad y los transmiten con orgullo y honestidad, prestándose a liderar el mercado. Las oportunidades de negocio y de crecimiento para el sector que ofrece atajar este ODS las podemos resumir en:

- 1. Un mayor número de mujeres liderando los negocios ofrece una nueva perspectiva al incorporar este talento femenino, además de facilitar el ajuste de la oferta de productos a la demanda real desde el punto de vista de ese 50% de la población.
- 2. Escuchar mejor las necesidades de las mujeres como consumidoras brinda una importante oportunidad al permitir completar un portfolio que se adecue a toda la población y no solo a parte de la sociedad.
- 3. Garantizar los derechos de las mujeres en los países emergentes y permitirles expresarse libremente da lugar a un aumento de la calidad de la información referente a cuestiones sociales y de mercado (necesidades latentes) para quienes toman las decisiones empresariales.
- 4. La liberación de prejuicios y discriminación de género (en su sentido más inclusivo) ofrece una oportunidad única de promover la diversidad humana, algo que enriquece enormemente el bagaje cultural de la empresa y le abre puertas a nuevos mercados, ideas y mejoras.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5



ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



Más allá de las cuestiones concretas de la propia actividad del sector de la alimentación y bebidas, se trata de empresas que constituyen estructuras en las que poner en práctica los compromisos con la igualdad. Yendo incluso más allá de lo que legalmente corresponda, ya sea en la atribución de roles, en las diferencias salariales o en el fomento de la conciliación familiar para hombres y mujeres por igual, sin que ello suponga una merma de oportunidades de promoción en su carrera laboral. Se trata de buscar que nuestras empresas estén entre las llamadas “Mejores empresas para trabajar” y buena parte de ese mérito viene de la mano de políticas reales de igualdad.

Reflexiones

La búsqueda de una forma organizacional libre de desequilibrios, de una apertura e igualdad no solo hacia las mujeres, sino a todos los colectivos actualmente discriminados, repercute positivamente en la diversidad humana, tan necesaria hoy en día para que las empresas descifren el mundo en que vivimos. Así que, más allá de garantizar la igualdad de condiciones, se precisa invertir en todas aquellas personas que hasta ahora han sido discriminadas a nivel laboral y personal. Por tanto, dentro del capital humano de las empresas, el incremento de la presencia de mujeres en los órganos directivos está suponiendo la oportunidad de incorporar otras visiones en la estrategia empresarial, hasta ahora vinculada a lo masculino y todo lo que eso significa en términos culturales.

Queda mucho por hacer para avanzar hacia una plena integración de la diversidad humana en sueldos, oportunidades de promoción y en reparto del poder y la gestión, por lo que adoptar este ODS como bandera es una buena oportunidad para mejorar la reputación de marca, abrir la empresa al cliente y cocrear juntos nuevas realidades.



Incluso una pequeña empresa, con las decisiones de tipo laboral que toma a la hora de asignar roles, con los estereotipos que construye (o derriba) cuando comunica su actividad o realiza acciones de marketing y publicidad, tiene una capacidad de influencia en su entorno más importante de lo que cree.

Partiendo de herramientas como los Planes de Igualdad, se trata de generar una cultura de empresa en la que las cuestiones de igualdad tengan la relevancia, en forma de compromisos y recursos, que se requiere. Sin olvidar que la igualdad de género se construye desde los gestos más elementales.



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen

6 ODS

Garantizar la disponibilidad
de agua y su gestión sostenible
y el saneamiento para todos



ODS 6 | Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos

Entendiendo la importancia del desafío

Tratándose del sector de la producción de alimentos y bebidas, posiblemente el agua sea el recurso más importante de la cadena de suministro, lo que implica llevar a cabo una gestión eficiente acorde a su importancia. Debemos tener en cuenta que es un ingrediente principal en casi cualquier alimento o bebida. Además, se necesita agua para cumplir requisitos normativos de higiene y seguridad alimentaria.

Así pues, el agua desempeña un papel protagonista en todos los eslabones que forman parte del sector, por lo que este ODS se antoja clave para su sostenibilidad.

Pero, además, no es solo que necesitemos agua para producir alimentos, sino que es un elemento fundamental para asegurar una alimentación adecuada, calidad de vida y la conservación de los ecosistemas.

En el escenario actual, la aplicación de modelos de gestión del agua basados en la eficiencia es fundamental para afrontar los riesgos potenciales derivados del cambio climático, que van a mermar la disponibilidad de recursos hídricos, tanto en cantidad como en su



distribución a lo largo del año, y van a alterar el ciclo hidrológico de manera importante. Asimismo, adquiere gran relevancia la reutilización del agua en diferentes procesos, reduciendo, así, el consumo de este recurso. De este modo, será posible mantener un sector resiliente, que satisfaga las necesidades de toda la población de forma sostenible.

Retos

La disponibilidad de agua, una adecuada gestión que asegure su conservación y un modelo de aprovechamiento sostenible es uno de los mayores retos, no solo de la industria de alimentos y bebidas, sino que es clave a lo largo de toda la cadena de valor asociada, siendo un recurso fundamental en todos los procesos, desde la producción primaria (agricultura, ganadería, etc.) hasta el procesamiento final. Los riesgos a afrontar son varios:

- El aumento demográfico y una urbanización sin adecuado control ni planeamiento pueden suponer una competición entre la agricultura, la ganadería y la industria.
- En algunas regiones, el uso poco eficiente de fertilizantes y pesticidas sigue suponiendo un problema para los medios acuáticos y la cadena trófica, pudiendo llegar a contaminar las propias reservas de agua, mermando su disponibilidad aún más.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6



ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



- En ocasiones, el contenido de agua presente en ciertos productos alimenticios supone una “exportación” de agua que empeora el déficit local, sobre todo cuando se producen en zonas de clima favorable, pero con insuficientes reservas de agua.
- En otros casos, la inadecuada gestión territorial (como la deforestación) está llevando a un aumento de fenómenos como el avance de la desertificación, incendios y propagación de especies invasoras, que afectan a las zonas productoras de agua y reducen el número, extensión o estructura de los humedales y otros ecosistemas vinculados al agua.

La minimización de los efectos derivados de la escasez de agua para la población, así como la conservación de la diversidad biológica y el mantenimiento de la resiliencia de los ecosistemas requieren de mejores infraestructuras y una gestión más eficaz de los recursos hídricos. Esto redundará en un fortalecimiento de la prosperidad y sostenibilidad de los territorios, así como la minimización de posibles riesgos.

Oportunidades

Gestionar de manera sostenible los recursos hídricos permite mejorar también la gestión de la producción de alimentos y energía y contribuir al crecimiento económico. Preservar los ecosistemas hídricos y su diversidad biológica, adoptando, así, medidas para combatir el cambio climático, brinda interesantes oportunidades para las empresas, que se pueden resumir del siguiente modo:

1. La tecnología sigue siendo uno de los agentes de cambio más importantes. La mejora en la gestión del uso y tratamiento de las aguas es clave para ir cumpliendo con la demanda actual y poder afrontar los escenarios que se prevén para los próximos años. Desde nuevos sistemas de riego hasta sistemas de cultivo automatizados basados en pulverizadores (aeroponía), sistemas de purificación y tratamiento biológicos, la recuperación de sueros y aguas residuales para la obtención de polímeros, piensos y nutrientes para otros ciclos biológicos e industriales o la reutilización de agua en otros procesos siempre que se cumplan los requisitos de seguridad y sanidad. Todas estas son solo algunas de las actuaciones que ya se están aplicando y que ofrecen un amplio abanico de oportunidades para todo el sector.

2. La desalinización ya es una realidad y lo será cada vez más en el futuro. Las inversiones dirigidas hacia tecnologías de nueva generación pueden ser un área de innovación y desarrollo muy interesante para las empresas del sector agroalimentario.
3. El trabajo conjunto de las industrias con su cadena de suministro puede favorecer el desarrollo de una gestión innovadora y sostenible del agua. Las empresas que desarrollen o adquieran el conocimiento o tecnología necesarios pueden transferirlo a sus propios proveedores para un mejor aprovechamiento del agua, con el consiguiente ahorro hídrico y económico (tanto directo como indirecto).



- 4. En línea con el ODS2 (hambre cero), las nuevas técnicas industriales para el procesado, conservación y distribución eficiente representan nuevos nichos de mercado para la extracción y recuperación de agua desde los alimentos, como el secado o la liofilización. Estos elementos pueden representar nuevas líneas de negocio en las que tanto empresa como consumidor salgan ganando. Por ejemplo, ya existen tecnologías de deshidratación en polímeros (aptos para el consumo) mediante las que, una vez reintroducido el producto en agua, vuelve a recuperar las mismas propiedades organolépticas y físicas originales.
- 5. En el caso de los residuos líquidos urbanos y animales (aguas negras), tratándose adecuadamente se puede generar combustibles para uso agrícola y fertilizantes, repercutiendo en una gestión más sostenible de dichos residuos, además de la reducción de costes que conlleva.
- 6. La recuperación de ecosistemas húmedos locales puede ser una buena oportunidad para conectar la misión empresarial con el desarrollo de otras líneas de negocio, como el ecoturismo, la enogastronomía y las experiencias de usuario; o simplemente posicionar a la marca como comprometida con el cuidado de las fuentes de agua de una ciudad o región.
- 7. Estos ecosistemas recuperados, además de su valor turístico y dinamizador de la economía local, pueden formar parte del capital natural de la empresa y compensar parte de la Huella Hídrica derivada de su producción. Con ello, no solo se tendría una herramienta de optimización de la gestión del agua, sino un argumento que ayudaría a sensibilizar a los grupos de interés acerca de la conservación del entorno, así como la importancia de hacer un buen uso del agua.

Reflexiones

La demanda de agua a nivel mundial para la industria de alimentos y bebidas y toda su cadena de valor es una cuestión crítica para el sector y para los territorios en los que opera. Se debe abordar con una visión amplia, siendo conscientes de los flujos entre regiones, para no reducir la disponibilidad de agua en algunos territorios. Desde esa óptica, además, la problemática de las pérdidas y el desperdicio alimentario adquiere una nueva dimensión: la de la cantidad de agua que ha sido necesario procesar y que acaba sin ningún uso ni aprovechamiento posterior.

En regiones sometidas a estrés hídrico, como es el caso de muchas zonas de España, desarrollar una gestión más eficiente es aún más importante. Emplear indicadores como la Huella Hídrica, no solo permiten anticipar potenciales riesgos y amenazas, sino que facilitan la mejora continua de esta gestión, la optimización en sus consumos y también tienen una repercusión positiva en la reputación de las empresas y sus proveedores.

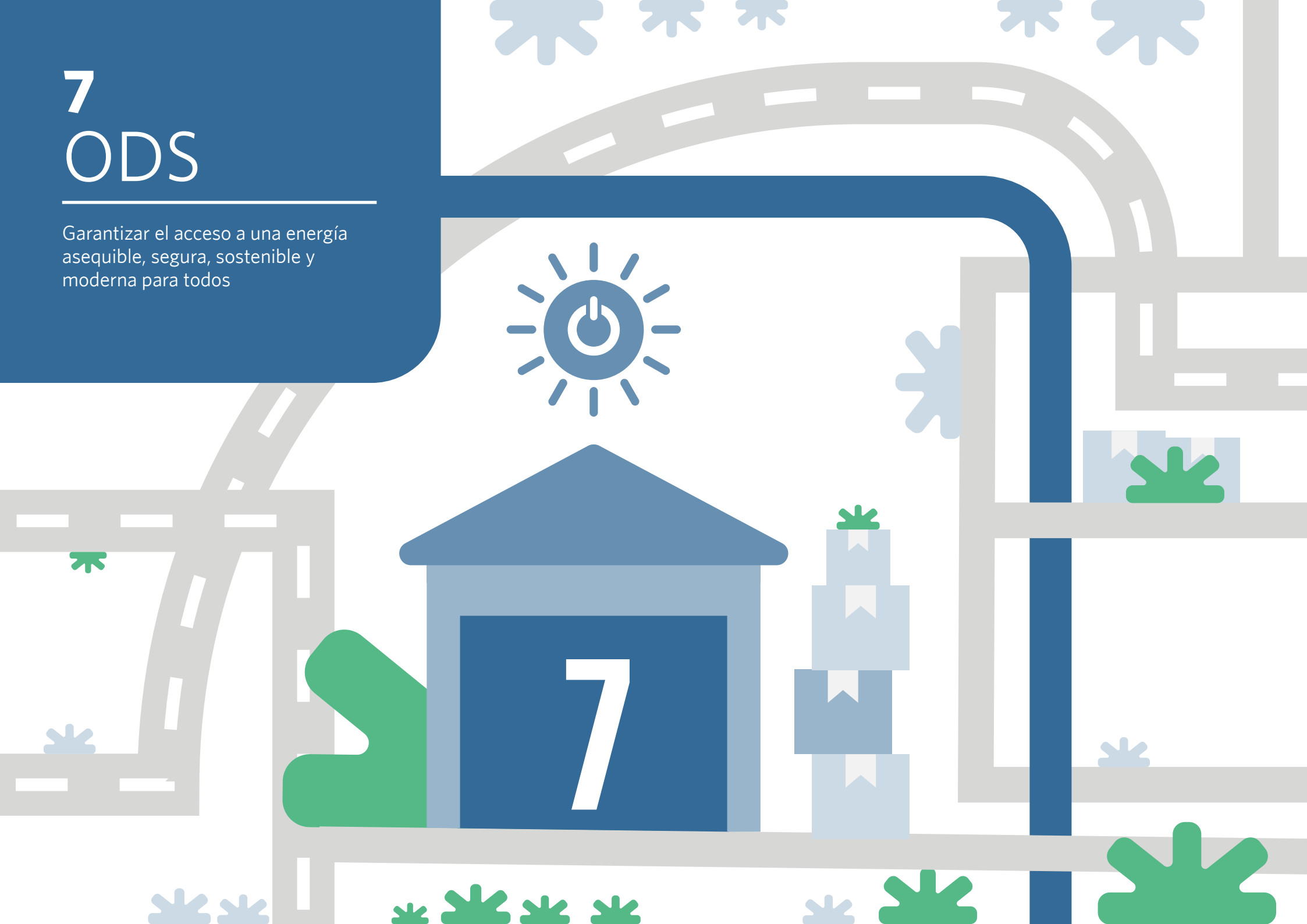
Por otro lado, incluso a pequeña escala puede que el impacto del coste de los recursos hídricos sea importante, por lo que desarrollar una gestión eficiente puede suponer una considerable mejora de la rentabilidad. Pero, además, se deben mitigar algunos riesgos como hipotéticos cortes de suministro o pérdidas de calidad del agua, dos amenazas que el cambio climático hace cada vez más probables.



Una iniciativa global
La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS
ODS 1
ODS 2
ODS 3
ODS 4
ODS 5
ODS 6
ODS 7
ODS 8
ODS 9
ODS 10
ODS 11
ODS 12
ODS 13
ODS 14
ODS 15
ODS 16
ODS 17
Resumen

7 ODS

Garantizar el acceso a una energía
asequible, segura, sostenible y
moderna para todos



ODS 7 | Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos

Entendiendo la importancia del desafío

Nuestra vida cotidiana y la actividad empresarial dependen de unos servicios y un suministro energéticos fiables y asequibles para funcionar sin trabas y de forma equitativa. La energía es pieza central para casi todos los grandes desafíos y oportunidades a los que hace frente el mundo actualmente, ya sea para el empleo, la seguridad, el cambio climático o la producción de alimentos. El acceso universal a la energía es esencial.

Un sistema energético bien establecido sustenta a todos los sectores: desde la medicina y la educación, hasta la agricultura, las infraestructuras, las comunicaciones o la alta tecnología. Pese a esto y según la ONU, todavía hoy en día más de 1.200 millones de personas —una de cada cinco personas de la población mundial— viven sin electricidad.

Es de fundamental importancia entender el rol del acceso a una energía limpia, segura y asequible para tener una industria más competitiva. En un mercado global, invertir en modelos basados en energías renovables es solo el primer paso. Seguir apostando por la eficiencia energética a lo largo de toda la cadena de valor permite ahorrar costes y promover, además, una imagen de marca más atenta al medio ambiente.

A nivel mundial, la disminución promedio de la intensidad energética, o cantidad de energía necesaria por unidad de PIB, entre 2011 y 2016 fue notablemente mayor que durante las tres décadas anteriores, según el Informe Global del Estado de las Energías Renovables elaborado por REN21. Esta debe ser la línea a seguir, pero se requieren más esfuerzos para lograr duplicar la mejora de la eficiencia energética, que es el gran objetivo a nivel mundial.

Retos

Como cualquier otro sector industrial, las actividades empresariales a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos y servicios de la industria de la alimentación y bebidas dependen, en gran medida, de los combustibles fósiles como fuente principal de energía. Por esto, este tipo de industria puede verse afectada por el aumento de la demanda de energía en los próximos años, así como su incremento de precio y/o problemas de abastecimiento debidos a fallos generales, como, por ejemplo, los originados por los efectos del cambio climático, sobre todo en regiones vulnerables.

La transición hacia un modelo energético más sostenible, impulsado por el uso mayoritario de energías de origen renovable y una gestión más eficiente de la cadena de suministro y la distribución (cadenas de frío, supermercados, almacenes...), ya se está acelerando para ganar un mayor control sobre los costes y medios de producción. Pero se necesita un esfuerzo mucho mayor para cumplir los objetivos tanto de energía como de cambio climático.

Por otro lado, la relación entre agua y energía es especialmente relevante. El valor que se pierde desperdiciando agua saneada repercute en energía malgastada. Pero también influyen las fuentes de generación de energía. En muchos países, la hidroeléctrica es la principal forma de producir energía y las perspectivas climáticas apuntan a una mayor oscilación en las reservas de agua y menor capacidad de predecir la disponibilidad de energía. Pero, además, si escasea el agua,

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7



ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

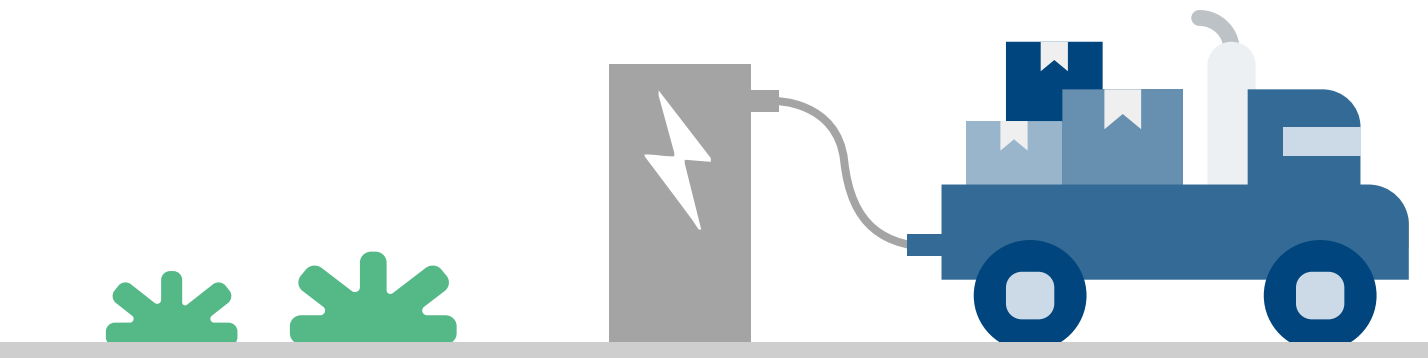
ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



aumenta también la demanda energética, agravando la situación. Por tanto, podemos señalar los múltiples enfoques desde los que es necesario abordar las cuestiones de energía y que se concretan en lo que se denomina Transición Energética: tanto la mejora de su disponibilidad como el origen o forma de generación (y contribución al cambio climático) de la energía, mitigarían las incertidumbres en torno a la oferta futura y la influencia del precio de la energía en las operaciones de negocio que desarrolla una compañía. Una cuestión que desborda lo ambiental y adquiere relevancia también en lo económico y social.

Oportunidades

El ámbito de la energía es uno de los más efervescentes y en crecimiento. Nuevas tecnologías, nuevos modelos de negocio y una mayor concienciación sobre las oportunidades que ofrece el ahorro energético abren las puertas a una nueva época en la que apostar por la eficiencia y un modelo basado en las energías renovables es la clave del éxito.

Las oportunidades de negocio y de crecimiento para el sector que derivan de este ODS son, entre otras, las siguientes:

1. El evidente ahorro de costes que supone la eficiencia energética es una de las ventajas que se suman a los grandes beneficios ambientales que implica.

2. La contribución de las empresas al mantenimiento y protección de los ecosistemas les permitirá utilizar y desarrollar fuentes hidráulicas de electricidad y energía a partir de biomasa, así como comprometerse a satisfacer el 100% de sus necesidades operacionales de electricidad a partir de fuentes de energía renovable.
3. La instalación de sistemas de generación y gestión de energía limpia y renovable es cada día más asequible y rentable. Ya es un mercado estable y, a pesar de las dificultades que se han experimentado en España en la última década, sigue siendo una apuesta interesante. Reducir la dependencia externa mediante el autoconsumo es algo que se está popularizando en todo el mundo y en todos los sectores. No faltan ejemplos de empresas que, debido a su fuerte demanda interna de energía, han optado por hacerse con los medios necesarios para su propia generación y revertir al mercado los excedentes. Incluso para las pequeñas empresas, invertir en sistemas de autoconsumo puede ser un camino a explorar. Lo que está claro es que en un mundo global donde la demanda energética va a aumentar más de un 50% para el 2030, ser "dueños" de nuestra propia energía solo puede traer beneficios.



4. A lo largo de la cadena de valor se producen, además de los productos que se comercializan, subproductos y residuos de producción de los que también se puede obtener beneficios. Aquí yace una oportunidad de repensar el sistema y valorizar dichos recursos (materiales, calor, etc.) en forma de energía a bajo coste, biocombustibles, cogeneración y otras formas de valorización energética.
5. La investigación e innovación en formas de producción, procesado, conservación y distribución más eficientes también pueden generar oportunidades de crecimiento y expansión de negocios, además de poner la empresa en la condición de poder liderar ciertos nichos e incluso proveer dicha innovación a otros sectores o empresas.
6. La educación sienta las bases necesarias para poder aplicar las últimas tecnologías y sacarle el mayor provecho empresarial. Educar en eficiencia es clave para promover una cultura más atenta a los recursos y al coste que suponen para la empresa y la sociedad.

Reflexiones

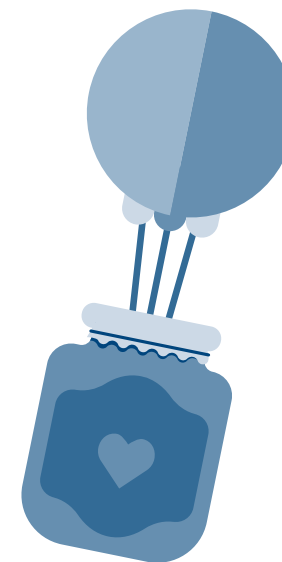
Atajar este ODS significa repensar y potenciar la cadena de suministro, producción y distribución desde una perspectiva de resiliencia empresarial. Desvincularse de la dependencia de recursos fósiles (sea energía o subproductos químicos) es una buena estrategia que conduce al refuerzo de la soberanía y el control sobre el propio futuro. Las empresas tienen la oportunidad de aprovechar su visión, conocimiento y recursos financieros para librarse de esta dependencia e, incluso, diversificar su negocio invirtiendo en energías renovables. El cálculo de la huella de carbono ya está ayudando a evaluar los puntos de mejora de las organizaciones y predecir cuáles serán los mayores desafíos que irán encontrando en el camino en los próximos años, comenzando a aplicar medidas para afrontarlos.

Las empresas del sector, tanto grandes como pequeñas, cada día son más conscientes de que su relación de dependencia con los recursos fósiles les expone a las fluctuaciones del mercado y tienen a su disposición diversas opciones para mejorar el sistema actual. Entender los “cuellos de botella”, aquellos puntos de la cadena de valor que más dependen de los combustibles fósiles, puede ser un comienzo para pasar luego a invertir

Las energías renovables sirven para ahorrar en costes y lograr mayor capacidad económica y de resistencia

en descarbonización y eficiencia. Cada kW consumido que se consigue a partir de energías renovables o que se utiliza de manera más eficiente sirve para ahorrar en costes, lograr mayor capacidad de resistencia y recursos económicos para reinvertir en la cadena de valor y generar, así, un círculo virtuoso.

En el caso de las pymes, estas pueden aprovechar su mayor agilidad a la hora de tomar decisiones y transformarse, así como la capacidad y conveniencia de unirse y colaborar para fomentar un nuevo modelo energético, más participativo, que les ayude a resistir mejor a la presión global e incluso poder contar una historia que cautive al cliente y mejore consecuentemente su reputación.



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7



ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

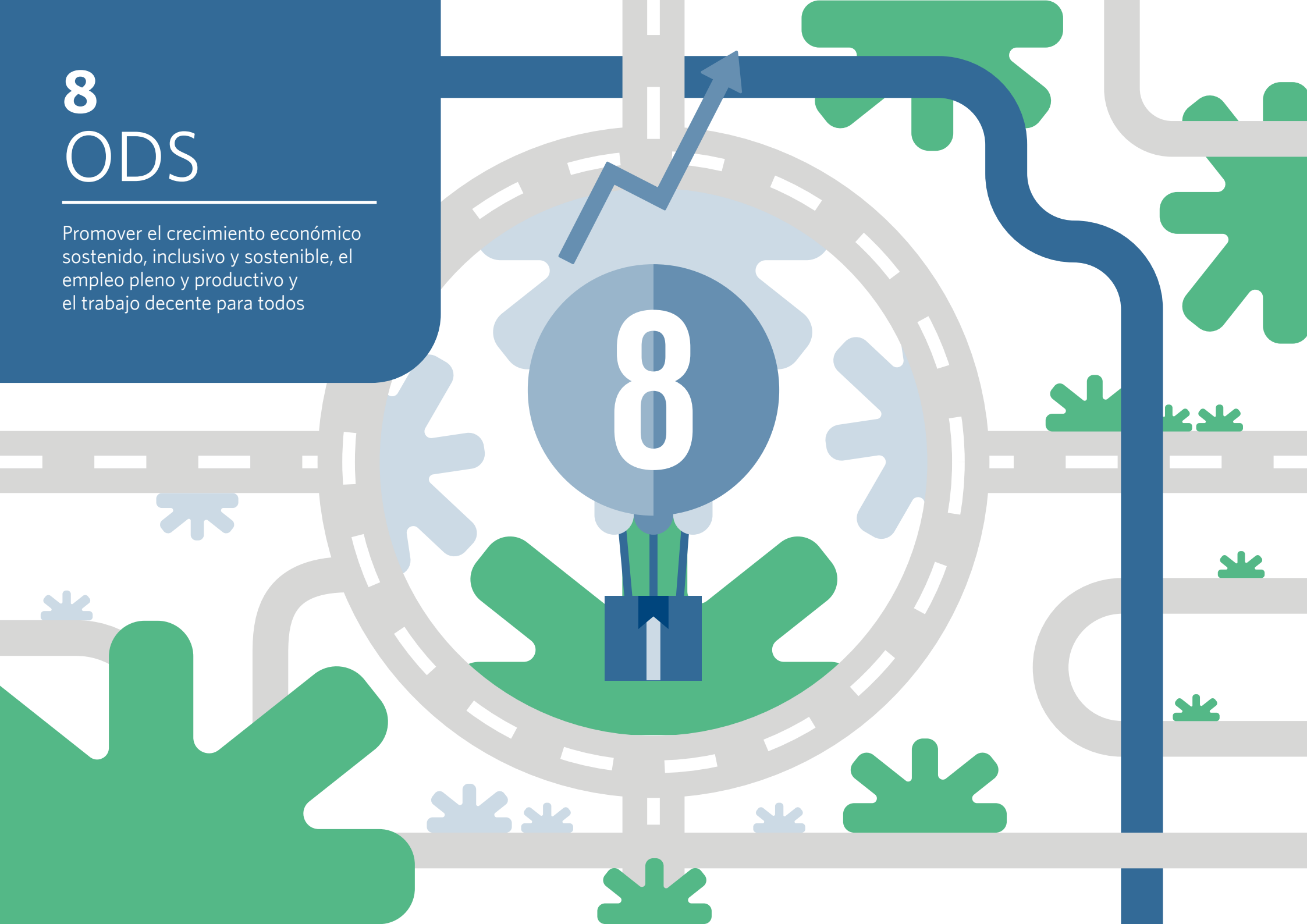
ODS 16

ODS 17

Resumen

8 ODS

Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos



ODS 8 | Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Entendiendo la importancia del desafío

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la tasa de desempleo mundial se estabilizó en 2017, descendiendo desde 2016 y situándose en unos 192 millones de personas. Estos datos y las perspectivas a corto plazo indican una tendencia positiva, aunque es preciso seguir incrementando el crecimiento de empleo para poder absorber el aumento de la fuerza de trabajo en los países emergentes y en desarrollo.

Más allá del desempleo, las cuestiones relativas al trabajo desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible requieren abordar aspectos como la mano de obra infantil, la calidad del empleo, remuneración, seguridad en el puesto de trabajo, etc., que adquieren una relevancia diferente en cada país de acuerdo a su nivel de industrialización y desarrollo. Además, ya se han señalado los vínculos entre el acceso al trabajo y otros ODS como la igualdad de género o la lucha contra la pobreza.

Toda la sociedad sale beneficiada de que más personas sean productivas y contribuyan al crecimiento de su país. El empleo productivo y el trabajo decente son elementos clave para lograr una globalización justa y la reducción de la pobreza.

El trabajo decente implica que todas las personas tengan oportunidades para realizar una actividad productiva que aporte un ingreso justo, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias; que ofrezca mejores perspectivas de desarrollo personal y favorezca la integración social. Dado que las empresas de la industria de la alimentación y bebidas suponen 1 de cada 5 empleos en el sector industrial en España, su contribución y su compromiso con la creación de empleo de calidad es más que notable.

Retos

A nivel global, es preciso garantizar el derecho de todos a compartir el progreso, por lo que se hace necesario fomentar las oportunidades de trabajo decente y de inversión en empleo de calidad. Crear empleos de calidad sigue constituyendo el gran desafío para casi todas las economías y es un factor clave para las empresas.

La innovación tecnológica y la automatización cambiarán el mercado laboral, reconsiderando puestos de trabajo no cualificados o en los cuales la presencia humana no sea necesaria. Esta es, a día de hoy, una de las grandes cuestiones a abordar, dado que afectará al número y tipo de empleos que va a haber disponibles en un futuro próximo y cambiará radicalmente los actuales modelos de gestión empresarial.

Esto puede suponer un reto para la población de las zonas rurales, llegando a incrementar la migración hacia las ciudades. En este sentido, España es uno de los países europeos donde tiene mayor relevancia este fenómeno y la

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8



ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



falta de empleo o su precariedad supone una preocupación importante para la población y la opinión pública, muy sensible a este tema, sobre todo después de la crisis económica más reciente. Las empresas han trabajado en estos años para mejorar el panorama laboral, pero se sigue necesitando un mayor esfuerzo, no solo desde el sector privado, sino también desde el sector público.

Además, los consumidores, cada día más atentos a cómo se producen los alimentos y las bebidas, buscan información, haciendo que la transparencia sobre la cadena de suministro y las condiciones de los trabajadores que forman parte de esta sea cada día más importante entre los intangibles de las empresas.

Oportunidades

Para conseguir el desarrollo económico sostenible, las sociedades precisan crear las condiciones necesarias para que las personas accedan a empleos de calidad, estimulando una economía respetuosa con el medio ambiente y la sociedad. Las oportunidades laborales se deberán extender convenientemente a toda la población en edad de trabajar, con condiciones de trabajo decentes, pues las empresas requieren de capital humano para el desarrollo de sus actividades, por lo que cuidar de sus trabajadores debe ser una máxima.

Se pueden identificar una serie de oportunidades de negocio y de crecimiento para las empresas del sector en torno a este ODS, tales como:

- 1. La ubicación de sedes corporativas y otras infraestructuras e instalaciones en poblaciones rurales o pequeñas ciudades del interior contribuye a fijar la población rural y generar nuevas oportunidades laborales. Existen ejemplos muy ilustrativos de empresas del sector de la alimentación y bebidas en España cuyo impacto social en el territorio está siendo clave para fijar población rural. La deslocalización fruto de la creciente globalización no debería ser a costa de revertir este fenómeno. Existe, por lo tanto, una gran oportunidad para las empresas por su rol de fijadoras de población rural, para el que pueden llegar a tener un importante apoyo político, económico y ciudadano, además de mejorar su reputación de cara a las comunidades locales.

La transparencia sobre la cadena de suministro y las condiciones de los trabajadores es cada día más importante



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8



ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

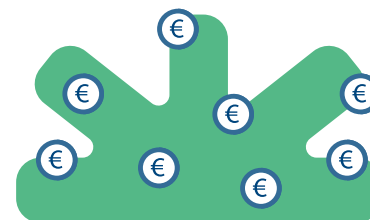
ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen

2. Proveer un trabajo digno es algo muy meritorio, de lo cual hay que sentirse orgullosos. Las empresas del sector, que emplean a tantas personas, están llevando progreso, educación y prosperidad a las familias, a las cuales dan oportunidad de crecimiento profesional y laboral. Está en la cultura empresarial promover estos valores y garantizar los derechos. Para las empresas, no solo es razón de orgullo, sino una fuente de bienestar y estabilidad. Los trabajadores satisfechos trabajan mejor y se involucran en su día a día y las empresas que tienen éxito son las que cuidan a su capital humano, pudiendo llegar a ser reconocidas como “mejores empresas para trabajar”.
3. Rotaciones constantes de trabajadores implican costes de formación y capacitación muy altos, menor compromiso con la empresa y, muy a menudo, baja productividad y absentismo laboral. Todo esto se puede combatir con programas de formación y capacitación que premien a los trabajadores y les haga sentir importantes, así como con políticas de conciliación que ayuden a las familias para que no tengan que contraponer intereses personales con los profesionales.
4. Nuestras empresas pueden retener el talento mediante remuneraciones no solo económicas, sino también emocionales, así como un trato digno y profesional. Promover este ODS supone invertir en el capital humano de la empresa y apostar por su futuro. Nos movemos cada día más en la economía del conocimiento y ello representa la necesidad de cuidar a quienes sostienen y transmiten ese conocimiento, como una forma de sobrevivir en el mercado. Quienes invierten en su capital humano invierten en resiliencia y prosperidad para la empresa.
5. Empieza a aparecer una nueva tendencia incipiente hacia la vuelta a la vida en el campo y el redescubrimiento de antiguas tradiciones y saberes, que puede contribuir, aunque de forma limitada, a reducir el despoblamiento de las zonas rurales. Esto supone una perspectiva nueva que difiere de la imagen que tenemos de los jóvenes. Sensibles con sus orígenes, algunos emprenden nuevos negocios relacionados con la producción de alimentos y bebidas. Para las empresas del sector, sobre todo las medianas y grandes, esta es una oportunidad para apoyar a estos emprendedores y, así, establecer nuevos lazos y redes, además de la posibilidad de adquirir nuevas líneas de negocio. Apoyar proyectos en zonas rurales es, por lo tanto, un movimiento estratégico que aumenta la resiliencia de esas regiones y mantiene vivas esas comunidades.



Reflexiones

Las condiciones de trabajo afectan a las empresas desde dos ángulos diferentes. El primero, desde una perspectiva de cadena de suministro, que repercute directamente en la sostenibilidad de la empresa y cuyas condiciones y características están bajo escrutinio por parte de los consumidores. Garantizar condiciones dignas y respetuosas con los derechos humanos y laborales es lo que se espera hoy en día de una empresa, sea cual sea el sector en el que se enmarca, y, de hecho, se han producido grandes avances en este sentido. El segundo, es desde una perspectiva de las condiciones laborales de los empleados y directivos contratados en la empresa. En este caso, hablamos de calidad del entorno laboral, así como de la capacidad de autorrealización y del crecimiento profesional. Ambas perspectivas están orientadas a mejorar el bienestar de todos aquellos que trabajan en hacer posible el funcionamiento y el éxito de la empresa, mejorando así la productividad y la proactividad.

Ha crecido el número de empresas que desarrollan modelos que les ayudan a identificar prácticas que puedan vulnerar los derechos humanos dentro de su cadena de producción, facilitando abordar la mejora de las prácticas laborales en su modelo de producción. La selección de proveedores que aporten información y transparencia en torno a las prácticas laborales puede ser el primer paso para seguir avanzando. Pero, además, hay que trasladar estos compromisos a toda la cadena de suministro. Y, por supuesto, empresas de cualquier sector y tamaño pueden invertir en mejorar las condiciones de sus empleados, atrayendo y reteniendo talento y generando una cultura empresarial ganadora en la que todos se sientan importantes.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8



ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

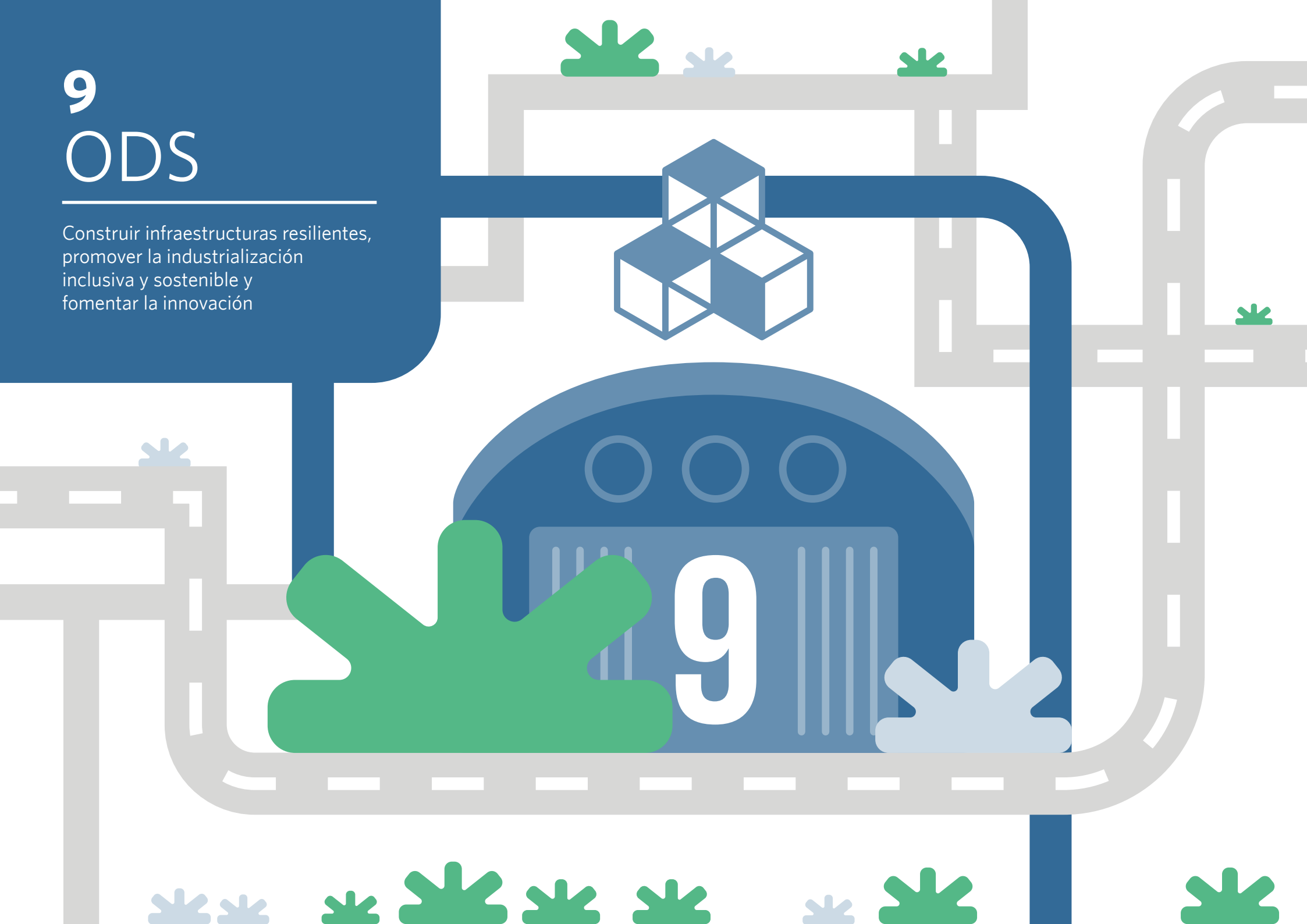
ODS 16

ODS 17

Resumen

9 ODS

Construir infraestructuras resilientes,
promover la industrialización
inclusiva y sostenible y
fomentar la innovación



ODS 9 | Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

Entendiendo la importancia del desafío

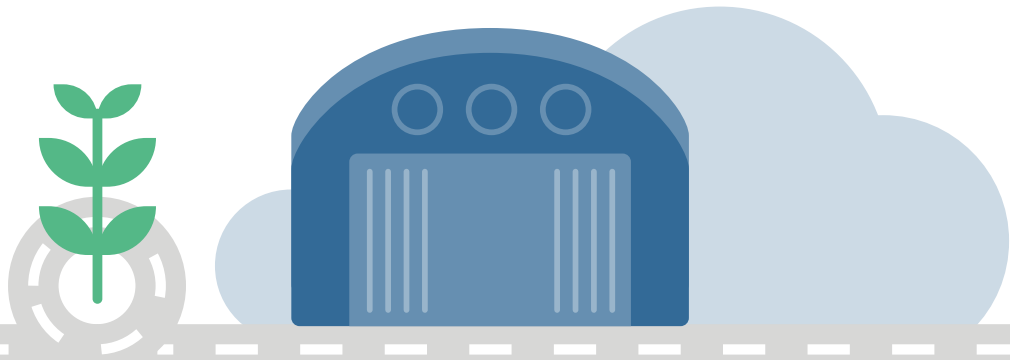
Vivimos en un mundo en rápida transformación. Adaptarse constantemente al cambio es fundamental y las empresas lo saben, trabajando día a día para modernizar sus infraestructuras y competir en un mercado cada día más complejo. Dicho esto, se intuye que innovar es la clave para seguir manteniendo cuotas de mercado, ofrecer productos cada vez más ajustados a las necesidades de los clientes y acceder a nuevos nichos en España o en el exterior, internacionalizando nuestra propuesta de valor.

¿Pero hacia dónde tiene que ir esta innovación? El camino lo marcan las tendencias que descubrimos a lo largo de este documento, porque competir en el futuro no será solo una cuestión de mejorar la oferta o entender mejor al cliente, sino proveerle de los productos tecnológicamente más avanzados que respeten al entorno y las personas. Además de ser más respetuosos con el medio ambiente, las empresas pueden aprender de ello, dejándose inspirar por la naturaleza y los ecosistemas vivos para innovar.

El objetivo de la ONU es construir juntos una industrialización inclusiva y sostenible y, de aquí a 2030, que aumente significativamente la contribución de la industria al empleo y al producto interior bruto, de acuerdo con las circunstancias nacionales. Y que se pueda, al mismo tiempo, duplicar esa contribución en los países menos adelantados para favorecer un desarrollo sostenible de las infraestructuras.

Retos

Las infraestructuras son básicas para cualquier sector económico, pues permiten realizar las actividades de manera competitiva, distribuir eficientemente y valorizar monetariamente todos los esfuerzos de las empresas. Las infraestructuras hacen posible avanzar hacia el progreso, así que, a pesar de las mejoras que ha experimentado el sector, sigue siendo imprescindible aumentar la inversión en



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9



ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores industriales de todos los países, en particular en los países en desarrollo, fomentando la innovación y aumentando considerablemente el gasto en I+D+i de aquí a 2030.

El acceso y uso eficiente de recursos naturales depende del desarrollo tecnológico y del conocimiento. Desde una perspectiva global, es evidente que las empresas apuestan por mejorar sus operaciones e innovar a medida que se desarrollan y sus países avanzan. Invertir en investigación y desarrollo ya no es una opción, sino el camino más prometedor para seguir compitiendo.

La velocidad con la que la industria transforma el entorno y el mercado obliga a una constante actualización de los sistemas de producción y comercialización. El aumento de la demanda de productos de la industria de alimentación y bebidas requiere de un adecuado soporte infraestructural para cubrir las necesidades de abastecimiento y las oportunidades de expansión y crecimiento. Además, el aumento del coste de los combustibles fósiles puede significar notables meras de beneficios en logística y comercialización.

En una industria cada día más avanzada, la innovación sostenible es clave para mejorar la productividad, contribuir a la reducción del desperdicio a lo largo de la cadena de valor y promover el uso de técnicas más respetuosas con el entorno. Como vimos en el ODS 2, se están realizando importantes avances, aunque aún queda un largo recorrido y, en el futuro, la situación podría hacerse más complicada debido al aumento de la demanda. Las empresas tienen que prepararse para los retos de este siglo y seguir reinventándose, algo en lo que ya están trabajando las industrias del sector.

Oportunidades

Grandes retos significan grandes oportunidades. La contribución de una empresa al desarrollo de infraestructuras tecnológicas, comerciales y legales le posiciona y le aporta una ventaja competitiva a la hora de abrir nuevos mercados. Ser los primeros supone grandes esfuerzos, pero, también, asegura mayores posibilidades de éxito.

Algunas de las oportunidades de negocio y de crecimiento para el sector que brinda afrontar este ODS las podemos resumir en:

1. Modernizar los sistemas de transporte y producción nacionales e internacionales, sentando las bases para una industria distribuida 4.0 en que las empresas diversifican y se empiezan a posicionar en otros tramos de la cadena de valor, tomando parte en operaciones aguas arriba y aguas abajo de esta cadena, no limitándose únicamente a sus propias actividades.
2. Fortalecer la colaboración entre grupos de interés económicos, universidades e instituciones y servir de soporte financiero, surgiendo así nuevos servicios complementarios innovadores.
3. Los proyectos de innovación con fondos europeos suelen permitir costear parte de la inversión en I+D+i, suponiendo una lanzadera para poner en el mercado productos y servicios altamente innovadores, por lo que crear consorcios para acceder a estos programas suele ser una buena estrategia para financiar la innovación.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9



ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen

- 4. Apoyar el desarrollo de infraestructuras como inversión para futuros mercados más accesibles.
- 5. Algunos retos, como el desperdicio alimentario, pueden encontrar grandes apoyos en nuevas tecnologías como el Internet de las Cosas, de cara a optimizar la conservación y almacenamiento de alimentos tanto en la cadena de producción como en el hogar, donde las cifras de desperdicio alimentario son muy elevadas.
- 6. Facilitar y aumentar la resiliencia —es decir, la capacidad de superar crisis— reducir su exposición y vulnerabilidad a los desastres climáticos y otros impactos económicos, sociales y ambientales y, así, contar con colaboradores más seguros y fiables, mitigando posibles riesgos para la empresa.

Reflexiones

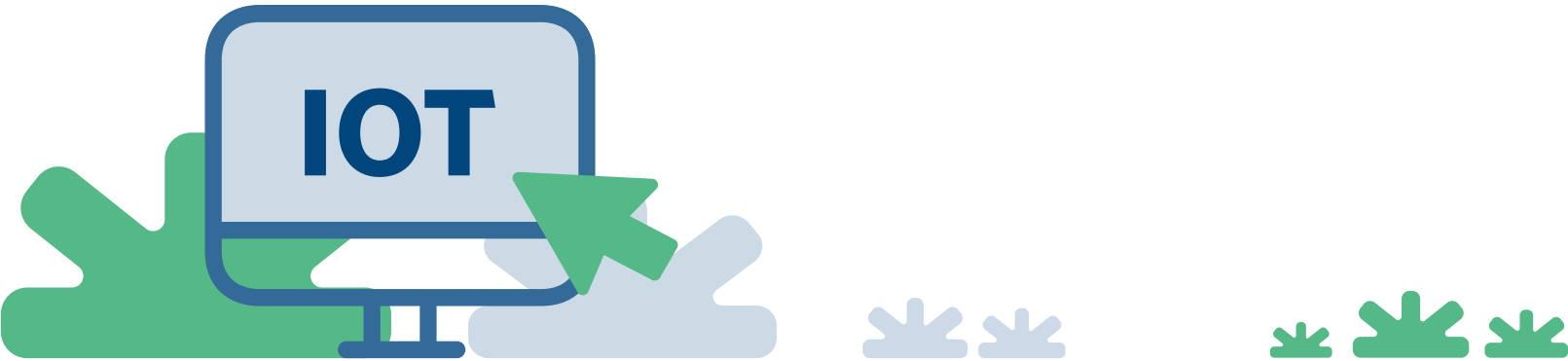
Las empresas globales son las que más dependen de las infraestructuras para su operativa, por lo que contribuir a su desarrollo mejorará sus procesos y su cadena de suministro, lo cual redundará en una mayor eficacia y eficiencia. El uso de nuevas tecnologías como el Internet de las Cosas o IOT (Internet Of Things) contribuye a un diseño más eficaz de los procesos. La apuesta por la innovación y el desarrollo de infraestructuras es un esfuerzo conjunto en que las industrias del sector pueden seguir aportando mucho y verse muy beneficiadas.

En el ámbito institucional surgen interesantes oportunidades, tanto en forma de recursos como de redes y otros espacios en los que desarrollar

iniciativas de innovación para las empresas. Participar en proyectos de I+D+i subvencionados o incentivados es cada día más asequible incluso para las medianas y pequeñas empresas, puesto que tienen una estructura suficientemente estable, pero ágil para aprovechar el desarrollo y la puesta en el mercado de innovaciones que pueden transformar sectores enteros.

La innovación se puede generar incluso con pocos recursos y tiempo, a base de explorar e investigar el mercado y las necesidades del cliente. Muchas pequeñas y microempresas del sector pueden reservar un espacio en su día a día para mejorar su forma de funcionamiento, promover una cultura empresarial más moderna y sumarse a otras empresas para constituir grupos con los que reducir la inversión necesaria para la investigación, desarrollo e innovación.

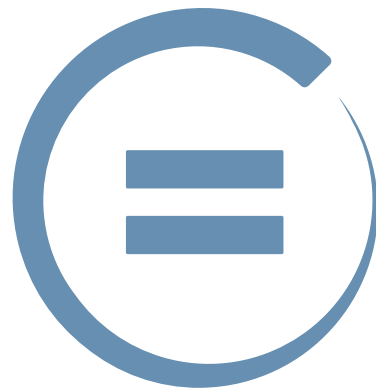
Participar en proyectos I+D+i subvencionados es cada día más asequible



Una iniciativa global
La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS
ODS 1
ODS 2
ODS 3
ODS 4
ODS 5
ODS 6
ODS 7
ODS 8
ODS 9
ODS 10
ODS 11
ODS 12
ODS 13
ODS 14
ODS 15
ODS 16
ODS 17
Resumen

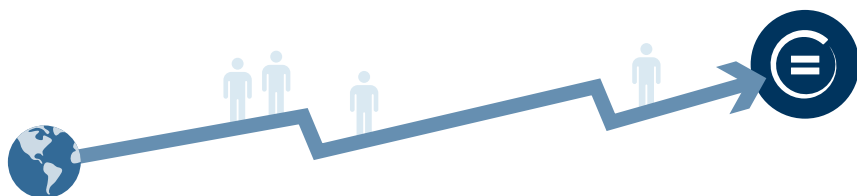
10 ODS

Reducir la desigualdad
en y entre los países



10





ODS 10 | Reducir la desigualdad en y entre los países

Entendiendo la importancia del desafío

En los últimos años, se están experimentando grandes avances respecto a la desigualdad por cuestiones de ingresos, de género, edad, discapacidad, orientación sexual, raza, clase, origen étnico, religión y acceso a oportunidades de trabajo, aunque aún sigue persistiendo en todo el mundo. Afrontar estas desigualdades favorece la reducción de la pobreza y refuerza el sentimiento de plenitud y valía de las personas, contribuyendo al desarrollo social y económico a largo plazo, de modo que supone un impulso hacia la consecución de todos los ODS.

En el mundo actual todo está interconectado, las personas, negocios e instituciones, y se requiere de la colaboración conjunta de todas las partes para resolver los grandes problemas o desafíos a los que nos enfrentamos. Se precisa reducir las desigualdades y fomentar la cooperación entre regiones. Minimizar las grandes desigualdades entre países o dentro de un mismo estado repercute de forma positiva en las actividades económicas, puesto que se reduce la tensión en la población al evitar que crezca la brecha entre la riqueza y la pobreza extremas, además de incrementar el consumo al producirse un aumento del poder adquisitivo y de la estabilidad social y política.

La igualdad entre los países plantea que la riqueza de unas naciones no puede ser a costa del empobrecimiento de otros territorios y aboga por una mejora en las condiciones de estos. Las empresas, generadoras de riqueza y prosperidad económica, asumen un papel clave en este sentido.

Retos

El aumento de la brecha entre ricos y pobres (tanto entre países como dentro de un mismo estado) no beneficia al comercio ni a ningún sector industrial o económico, porque polariza la sociedad. Si la clase media, hasta ahora la más numerosa en los países industrializados y la que mayor volumen de consumidores aporta, se reduce, las empresas se verían abocadas o bien a entrar en una lucha de precios a la baja y con márgenes cada vez menores, o bien a apostar por productos y servicios dirigidos a segmentos premium, en los que la exclusividad reduce las oportunidades para los segmentos intermedios que tienen poder de compra.

La diferencia entre países puede suponer, además, problemas territoriales de inmigración ilegal y tráfico de personas que inestabilizan las regiones fronterizas, generando un clima desfavorable para los negocios.

Por otro lado, las empresas son cada vez más conscientes de que deben evitar el llamado Dumping Social, consistente en aprovechar las menores exigencias sociales de un territorio para trasladar a este la actividad productiva. Pero se precisan aún mayores esfuerzos a lo largo de la cadena de suministro para evitar prácticas inadecuadas como esta.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10



ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen

Oportunidades

La igualdad puede y debe lograrse, a fin de garantizar una vida digna para todos. Las políticas económicas y sociales deben ser universales y prestar especial atención a las necesidades de las comunidades desfavorecidas y marginadas. Dentro de los países, es importante potenciar y promover un crecimiento económico y social inclusivo.

Esto ofrecerá una serie de oportunidades de negocio y de crecimiento para el sector, como:

- 1. Promover una reducción de las desigualdades implica la minimización de riesgos en la cadena de suministro, favoreciendo el bienestar de los productores y, así, reduciendo el riesgo de incidencias (cortes de suministro, inestabilidad, fluctuaciones, etc.).
- 2. Mejorar las condiciones de trabajo de inmigrantes y otros colectivos vulnerables hasta su equiparación con la media puede beneficiar a sus familias, tener un importante impacto en su comunidad y que dicho trabajo se extienda al entorno. A la larga, con esto se puede aumentar el volumen de mercado y estimular el consumo.
- 3. Capacitar a colectivos en situación de vulnerabilidad y favorecer su desarrollo profesional a altos niveles puede ofrecer la oportunidad de una gran vinculación a la empresa, pudiendo llegar a ser clave, por ejemplo, en el caso de inmigrantes para eventuales expansiones en su región o país de origen o para abrir nuevas franquicias o marcas locales.
- 4. Reducir la diferencia entre países fronterizos estabiliza el comercio y disminuye los tráfic​os ilegales y la corrupción, facilitando los negocios legales y el intercambio de conocimiento entre culturas. Favorece un adecuado clima para los negocios entre estados colindantes, donde este tipo de acuerdos comerciales son más asequibles incluso para las empresas de menor tamaño.
- 5. Reducir la brecha entre países y clases sociales aumenta la demanda de la franja media, lo que supone una mayor oportunidad de mercado e

incluso nuevos nichos. Los países muy polarizados, con una pequeña franja de clase rica y una numerosa población con escasos recursos, no son mercados estables ni muy rentables, normalmente.

Reflexiones

La reducción de las fuertes desigualdades existentes, bien entre países o bien en el mismo país, región o estados fronterizos, impide fenómenos como el tráfico ilegal, además de proteger frente al fraude alimentario, disminuir la corrupción en aduanas y fomentar las oportunidades de crecimiento. Si nos centramos en las grandes empresas, es de gran interés estratégico reducir las desigualdades porque eso habilita mercados latentes (internos y externos) y millones de nuevos consumidores potenciales.

Por otro lado, empresas de cualquier tamaño, bajo el paraguas de instituciones y fondos para la internacionalización, pueden desarrollar sus negocios en países o nichos emergentes e iniciar procesos de expansión y exportación. Si las desigualdades son muy elevadas, el crecimiento puede verse dificultado, razón por la que seguir apostando por la igualdad social es importante y rentable. La creación de un marco operacional seguro para las inversiones y expansión de empresas es clave para ampliar mercados.

Y finalmente, si miramos incluso a las empresas de menor tamaño en este contexto, pueden estar viéndose afectadas por desajustes macroeconómicos que mueven las inversiones y las instalaciones productivas hacia otros países, mermando la economía local. Diferencias en las condiciones laborales, protección del medio ambiente y cuestiones políticas pueden suponer una importante desventaja para los pequeños productores. Por eso, también desde la micro y pequeña empresa, lograr este ODS es clave para ganar protección y estabilidad.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10



ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

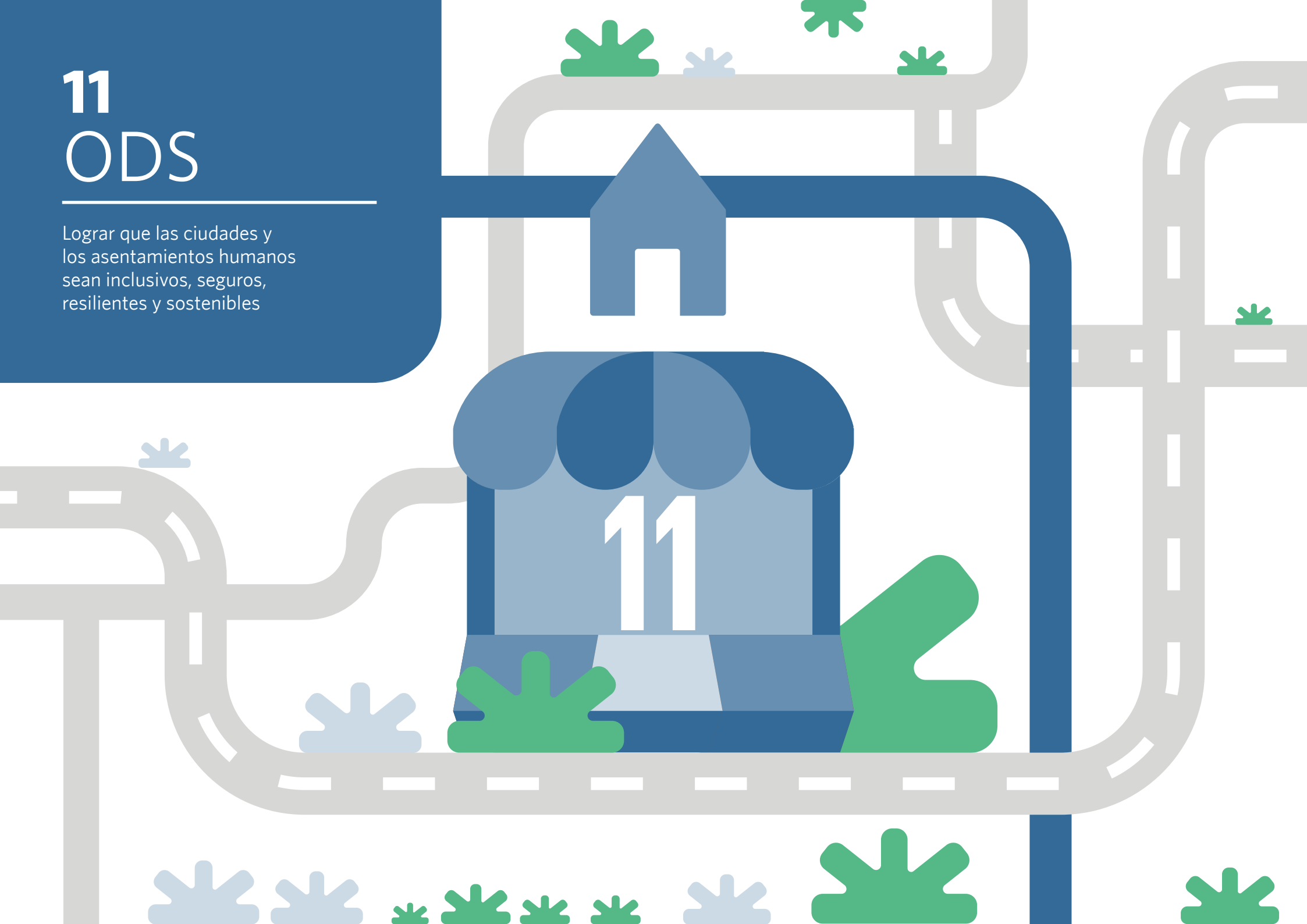
ODS 17

Resumen



11 ODS

Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles



ODS 11 | Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

Entendiendo la importancia del desafío

Las ciudades deben integrar un sistema que permita abordar los principales problemas sociales, ambientales y económicos a los que se enfrentan los seres humanos, además de facilitar la interacción entre producción, distribución y consumo urbano, ya que la mitad de la humanidad, unos 3.500 millones de personas, vive actualmente en núcleos urbanos. Esta cifra seguirá en aumento hasta alcanzar un 70% para el 2050, por lo que, para la mayoría de personas, el futuro será urbano.

Los niveles de consumo de energía y de contaminación en las zonas urbanas también invitan a la reflexión. La puesta en marcha de estrategias de eficiencia energética y el desarrollo de una movilidad sostenible en las ciudades deben centrar los principales esfuerzos, pues, aunque las ciudades ocupan solo el 3% de la superficie terrestre, hay que tener en cuenta que representan entre un 60% y un 80% del consumo de energía y el 75% de las emisiones globales de carbono.

La ciudad es donde tiene lugar la mayor parte del consumo y sus condiciones afectan directamente a las empresas de alimentos y bebidas que las abastecen.

Retos

El éxodo rural es un hecho. A nivel global, cada día más personas emigran a las ciudades en busca de oportunidades de progreso social y económico. Este hecho pone en una situación delicada a la industria del sector de alimentación y bebidas porque, por un lado, puede llegar a escasear mano de obra cualificada en el sector primario y, por otro, el abandono o descuido de territorios puede deteriorar la calidad ambiental si no existen formas de gestión adecuadas, lo que puede exacerbar aún más la situación. Las empresas del sector de alimentación y bebidas llevan años contribuyendo a fijar población rural, pero se sigue precisando un cambio de paradigma ambicioso a nivel global.

La creación de mega-asentamientos urbanos deficitarios puede suponer la pérdida de acceso a ciertos mercados y el empobrecimiento de grandes sectores de las ciudades. Hay 828 millones de personas que viven en barrios marginales, con perspectivas de seguir creciendo en número. Por tanto, las empresas, como vectores de crecimiento, pueden ayudar a mitigar esta situación aplicando medidas de gestión que disminuyan sus impactos negativos sobre las ciudades.

Oportunidades

Presumir de ciudades organizadas, limpias y seguras brinda enormes posibilidades de crecimiento para las empresas, además de facilitar las operaciones y atraer talentos. Ciudadanos (entre los cuales se encuentran los propios directivos y empleados) más satisfechos son consumidores más generosos y activos.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11



ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



Las oportunidades para el sector que proporciona atajar este ODS las podemos resumir en:

1. Las ciudades son, hoy en día, el centro neurálgico del poder, del conocimiento y donde se concentra el talento. Aprovechar el potencial urbano para la innovación es clave y su efecto propagador es evidente. Ciudades, barrios y suburbios más habitables y prósperos pueden hacer despegar el consumo de productos de calidad y permitir el acceso seguro a nuevos servicios que retroalimentan este crecimiento y bienestar, creando así un círculo virtuoso.
2. La gobernanza de las ciudades es determinante para la adopción y cumplimiento de los compromisos que suponen los ODS y para impulsar la convivencia y la paz. Participar en redes de trabajo, en las que confluyan la ciudadanía, los gobiernos y las empresas, también del sector de la alimentación y bebidas, es más asequible en las ciudades, ofreciendo una oportunidad de conocer las demandas y necesidades de los principales grupos de interés y la visualización de las empresas como agentes de cambio comprometidos con el desarrollo sostenible.
3. El aumento de los estándares de calidad de vida en áreas urbanas degradadas puede generar condiciones óptimas para un mayor y mejor consumo de alimentos y bebidas (pensemos en el simple hecho de tener acceso a una nevera para guardar los alimentos). La mejora de las condiciones de vida y almacenamiento puede suponer un aumento de consumo y abrir hueco para otros alimentos menos básicos y, así, nuevos mercados.
4. Ciudades que proporcionan acceso a sistemas de transporte seguros y mejoran la seguridad vial favorecen un tráfico más fluido, lo que contribuye a que las industrias del sector puedan optimizar la distribución, reduciendo sus emisiones contaminantes, además de los costes. De este modo, también se contribuirá a la disminución del impacto ambiental negativo en los núcleos urbanos.
5. La industria de alimentos y bebidas, por su conexión directa con la agricultura, la ganadería y el medio rural, puede frenar la migración a las ciudades, favoreciendo iniciativas locales que generen empleo, oportunidades de desarrollo y que aumenten la resiliencia de las

zonas periféricas y rurales. Esto, más allá de mejorar la reputación de la marca, favorece que entre las entidades y los agentes locales se creen lazos y relaciones de valor que, inevitablemente, se convierten en oportunidades de negocio y crecimiento.

Reflexiones

Las grandes empresas tienen sus centros de control y gestión en las grandes ciudades del mundo. Tener una ciudad habitable, segura y cómoda supone un gran beneficio para directivos y empleados. Retener y seguir fomentando el talento del capital humano supone ayudar a que las ciudades donde vivimos y trabajamos sean asequibles, accesibles y se puedan disfrutar, para atraer aún más talento y así seguir desarrollando el negocio y crecer. Incluso considerando un posible auge del teletrabajo en ciertos ámbitos, moverse por una ciudad sostenible y segura es una ventaja para cualquier empresa y fuente de orgullo para cualquier marca.

Además, si las ciudades están contaminadas, congestionadas o son peligrosas, inevitablemente las operaciones serán obstaculizadas y la logística se verá afectada, por no decir el público objetivo y las oportunidades de crecimiento. Será, por lo tanto, de interés general fomentar ciudades sostenibles y que cuenten con entornos sociales estables y organizados. Involucrarse en las iniciativas que mejoran la calidad de vida de sus habitantes beneficia a los comercios, las empresas y sus economías. Una zona abastecida, conectada por medios de transporte públicos, segura y con vitalidad económica atrae inversiones y oportunidades.



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11



ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

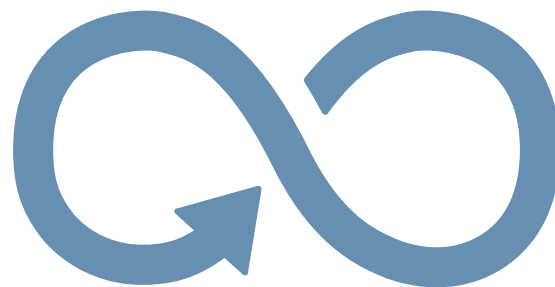
ODS 16

ODS 17

Resumen

12 ODS

Garantizar modalidades de
consumo y producción sostenibles



12

ODS 12 | Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Entendiendo la importancia del desafío

El concepto de economía circular ha ganado fuerza en la mayoría de discursos y políticas. Así, cada vez más empresas, instituciones y consumidores tienen claro que se precisa un cambio del sistema actual, basado generalmente en una economía extractiva de tipo lineal —extraer > manufacturar > desechar—, que ha mostrado ya sus límites. Las empresas, conscientes de ello, están buscando la forma de cambiar su modelo. No se puede seguir pensando en crecimiento cuando los recursos en los que se fundamenta son finitos, a menos que sepamos desvincular el crecimiento económico —en su dimensión trasladable al bienestar humano— del modelo extractivo lineal. Este paradigma que nos ha acompañado desde la revolución industrial y que ha proporcionado enormes progresos en estándares de vida y tecnologías se tiene que repensar y modernizar. Una posible solución a este desafío se encuentra en la economía circular, con un enfoque en el que todos los flujos de recursos y energía se reciclan para extraer el máximo valor posible de ellos.



En relación con el sector agroalimentario, el desperdicio de alimentos supone uno de los mayores desafíos actuales, produciéndose la mayor parte del mismo en los hogares, en el caso de los países más industrializados, y en las primeras etapas de la cadena en el caso de los menos desarrollados.

Puesto que de aquí a 2030 el objetivo es reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores, así como reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha, las medidas a adoptar deben ser muy ambiciosas.

Además, se debe lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de todos los recursos naturales y la energía, puesto que en todos los casos se puede reaprovechar, al menos, parte del valor intrínseco de los mismos. Sin olvidarnos de reducir la contaminación atmosférica, del suelo y del agua, así como la exposición a productos químicos tóxicos.

Retos

La demanda de recursos sigue incrementándose y las perspectivas de crecimiento poblacional global apuntan a que seguirá haciéndolo. Este aumento a escala global puede afectar enormemente a la cadena de suministro del sector agroalimentario, siendo uno de los que más dependen de los recursos básicos: suelos, energía y agua. La puja por los recursos puede encarecer el suministro. Esto, sumado a la volatilidad de precios en las bolsas de valores, expone a las empresas a una vulnerabilidad que está llevando a la búsqueda de soluciones en el corto y medio plazo.

Una producción sostenible que necesite menos recursos y promueva la economía circular permite valorizar, en gran medida, todo lo que se genera y facilita la innovación en los modelos de negocio.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12



ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



Oportunidades

La producción eficiente y el enfoque de la economía circular, asociados a los nuevos patrones de consumo que surgen, donde se presta cada vez más atención a lo que hay “detrás” del producto, lejos de plantear dificultades dan lugar a escenarios en los que aparecen oportunidades de negocio y crecimiento. Las podemos resumir a continuación:

1. Promoción de la economía circular hacia nuevos modelos de negocio resilientes y rentables que permiten recircular todos los “residuos” de un actor de la cadena de suministro como “nutrientes” para otro actor u otra industria.
2. Un aprovechamiento más eficiente de recursos supone ahorros en costes y menor dependencia de proveedores. También reduce las exigencias de tipo ambiental que pueden ser aplicables a nuestra actividad.
3. Más allá de la economía circular, la valorización de residuos como nutrientes o combustibles para la agricultura es, desde hace tiempo, una realidad.
4. La reducción de la tasa de desperdicio alimentario significa un retorno económico recuperado en la cadena de valor, por lo que siempre va a suponer una mejora “rentable”.

5. La lucha contra el desperdicio se libra desde varios frentes y a varios niveles. En los países industrializados, las campañas de información y sensibilización enfocadas al consumidor son una herramienta clave para reducir el desperdicio. La industria de alimentación y bebidas, por su parte, debe continuar innovando y mejorando en técnicas de conservación y distribución de los productos, con el fin de alargar su vida útil y mantener todas sus propiedades intactas, asegurando en todo momento la seguridad alimentaria de los productos, así como en el ajuste de las porciones adaptadas a los nuevos modelos familiares.
6. En los países en desarrollo y emergentes, por otra parte, el desperdicio suele tener lugar en los primeros eslabones de la cadena, por lo que los esfuerzos han de centrarse en mejorar la logística y la eficiencia de las cadenas de suministro, así como la conservación en origen, con el fin de reducir las pérdidas de alimentos durante los procesos productivos y el transporte. Asimismo se debe aumentar la resistencia a plagas y reducir la incidencia de desastres naturales y robos. Adoptar y promover principios de producción sostenible y trasladarlos al mercado es una manera eficaz para posicionar la marca, mejorar la reputación y satisfacer las inquietudes de clientes y consumidores cada vez más exigentes.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12



ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen

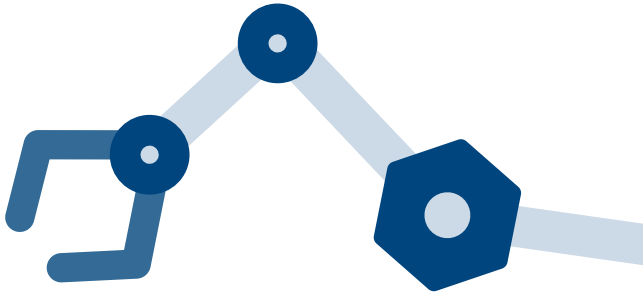
- 7. El impulso a protocolos de Compra Pública con criterios de sostenibilidad va extendiéndose, por lo que acaba llegando a todos los productos. En el caso del sector, empieza a aparecer en el abastecimiento de bebidas y alimentos a colegios, hospitales, etc.
- 8. Se extiende un nuevo perfil de consumidor, con una educación en valores que le hace más crítico y exigente con los productos que consume. Un perfil similar empieza a surgir entre las empresas, que cuentan con unos compromisos y valores que trasladan a sus proveedores y a toda la cadena de suministro, a los que siguen cada vez más de cerca.
- 9. Nuevos envases y tecnologías de conservación pueden permitir repensar drásticamente la forma en que se comercializan los productos y servicios. El impacto en las actividades de logística, distribución y almacenamiento puede tener un efecto cascada que acabe afectando a todas las empresas.
- 10. Estudiar las posibilidades de la servitización (pasar de comprar un producto a disfrutar de su prestación) puede llevar a una innovación que inspire a repensar los modelos de monetización que desarrollamos actualmente.

Hasta ahora, como impulsores de este progreso, las empresas tienen la responsabilidad y la oportunidad de liderar el cambio de modelo hacia la economía circular. Ya sea en la optimización de los modos de producción o bien desde la perspectiva de la “experiencia” de sus consumidores para detectar áreas de mejora, por ejemplo, en la optimización de envases o formas de presentación de los productos. De hecho, se afianzará la tendencia hacia una mayor capacidad de “cocreación” con los consumidores y con otros agentes de la cadena de valor, de nuevos productos o servicios, integrando sus demandas y necesidades.

Y la pequeña empresa no va a quedar ajena a estas tendencias. Por tanto, deberá repensar su funcionamiento desde ese enfoque de circularidad. En su entorno, puede haber otras empresas o actividades con las que establecer sinergias que aprovechen algunos de los subproductos generados o que le provean de materiales que integren este enfoque, trabajando así de manera conjunta.

Reflexiones

El modelo de producción y consumo sufrió una gran transformación en el siglo XX, con la que logró su globalización y llegar a toda la población mundial. No obstante, nos encontramos en medio de una profunda evolución que debe incorporar el enfoque de la limitación de recursos y la mitigación de los impactos generados en los modelos de producción, haciendo al consumidor consciente de los mismos e implicándole en esa transformación. Esta limitación se tiene que interpretar como un desafío que estimule la creatividad e innovación en beneficio de nuevas oportunidades de negocio.



Una iniciativa global
La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS
ODS 1
ODS 2
ODS 3
ODS 4
ODS 5
ODS 6
ODS 7
ODS 8
ODS 9
ODS 10
ODS 11
ODS 12
ODS 13
ODS 14
ODS 15
ODS 16
ODS 17
Resumen

13 ODS

Adoptar medidas urgentes
para combatir el cambio climático
y sus efectos





ODS 13 | Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

Entendiendo la importancia del desafío

El cambio climático es una realidad que afecta a todos los países en todos los continentes, suponiendo el reto más relevante, no solo a nivel ambiental, sino que también puede tener consecuencias negativas en la economía y la vida de las personas, las comunidades y las naciones. Esto es debido a las consecuencias del cambio climático, que incluyen cambios en los patrones del tiempo, el aumento del nivel del mar y mayor frecuencia de fenómenos meteorológicos extremos y cuya repercusión puede afectar a las personas y los negocios. Los sectores primarios, de los que dependen las industrias, son los más vulnerables al poder ocasionarse una disminución de la productividad, intermitencia e incertidumbre en el abastecimiento, así como

aparición de problemáticas como especies invasoras y otros cambios. Y la economía en su conjunto ya empieza a valorar los costes de la no adaptación a las consecuencias que el cambio climático va a generar en las próximas décadas.

Entre 1880 y 2012, la temperatura media mundial aumentó 0,85 grados centígrados. Un dato que invita a la reflexión es que, por cada grado que aumenta la temperatura, la producción de cereales se reduce un 5% aproximadamente, según las propias Naciones Unidas. Por ello, se está progresando en la mejora tecnológica y la extensión de cultivos, aunque deben incrementarse considerablemente los esfuerzos, ya que se ha producido una reducción significativa en la producción de maíz, trigo y otros cultivos importantes, de 40 millones de toneladas anuales a nivel mundial entre 1981 y 2002 debido a un clima más cálido. Por tanto, debemos analizar detenidamente la situación y los posibles escenarios a corto y medio plazo, así como buscar mejores soluciones.

Retos

El cambio climático está modificando las “reglas del juego” a nivel global muy rápidamente. Está cambiando el contexto en que las empresas operan y la escala de los impactos que estamos observando. Hay sectores que están respondiendo a estos cambios y que pretenden mejorar su resiliencia de cara al futuro. Una opción puede ser la adaptación permanente a estos cambios, pero es preciso ir más allá. Hay que intentar frenar el calentamiento global y, a nivel empresarial, la mitigación de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) asociadas a la producción es determinante, además de representar una interesante oportunidad de negocio y diferenciación.



La situación del clima nos invita a reaccionar convenientemente para dar respuesta a lo que se avecina, porque los fenómenos atmosféricos extremos (por poner un ejemplo significativo de los múltiples efectos del cambio climático) pueden suponer daños económicos a todos los actores de la cadena de valor, poniendo en riesgo regiones y poblaciones de los que depende la producción, así como ocasionar una inestabilidad para las empresas que repercuta negativamente en el mercado. Además, el modelo de economía baja en carbono aparece en el horizonte como un reto adicional para lograr que los sistemas productivos e industriales sean capaces de operar sin emitir GEI o reduciéndolos al mínimo.

Es importante observar cómo el flujo de capitales se traslada progresivamente desde los sectores más vulnerables al cambio climático hacia aquellos más estables y rentables, las aseguradoras empiezan a dificultar la prestación de servicios porque el riesgo es cada vez mayor (repercutiendo en los precios) y los ciudadanos y consumidores empiezan a entender la responsabilidad de las empresas en este ámbito y exigen una mayor implicación de las marcas.



Oportunidades

Las empresas representan uno de los actores principales de la solución mediante un compromiso de reducir y eliminar las emisiones de carbono de sus operaciones y cadenas de suministro. Además de las ventajas ambientales, esta toma de conciencia y acción puede representar interesantes oportunidades de negocio y mejora reputacional, como por ejemplo:

1. Participación en planes de fijación y compensación de emisiones de GEI, así como proyectos sociales relacionados con poblaciones vulnerables, lo que, además de contribuir a descarbonizar la economía, hoy en día gozan de una buena imagen que aumenta el prestigio y la reputación de la empresa.
2. Compraventa de derechos de emisión, especialmente atractiva para aquellos sectores que puedan servir de sumideros.
3. Apoyo a iniciativas que en combinación con otros ODS puedan contribuir a mitigar los efectos del calentamiento global.
4. La implementación de sistemas de gestión ambiental que ayudan a una gestión más racional y eficiente de los recursos con los consecuentes ahorros en costes (energía, agua, residuos...), permitiendo, además, cuantificar y comunicar los progresos de la empresa.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

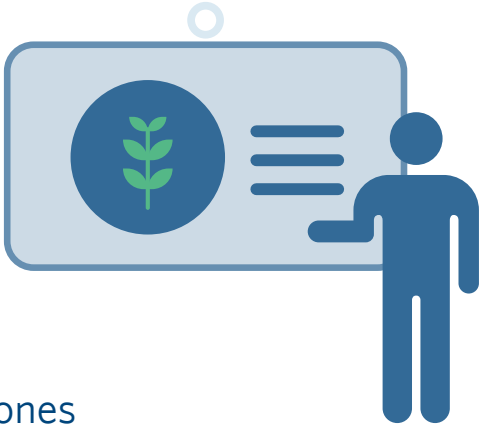
ODS 17

Resumen



Los beneficios para las empresas pueden ser de forma directa por la descarbonización de su actividad

- 5. Promoción de estrategias de concienciación y formación de los directivos, empleados e, incluso, consumidores, lo que ayuda a crear una cultura empresarial más sensible, facilita la adopción de otras políticas ambientales y mejora la relación con los clientes.
- 6. La lucha contra el cambio climático supone la toma de decisiones y la puesta en marcha de acciones que reducen la vulnerabilidad de la cadena de suministro y minimiza sus riesgos potenciales, favoreciendo así la estabilidad del abastecimiento y una mejor rentabilidad de las operaciones.
- 7. Inversión en proyectos forestales de absorción de CO₂, con el consecuente doble beneficio de la descarbonización y los rendimientos de una inversión en capital natural.
- 8. Los informes y reportes de las empresas tienen que incluir cada vez más información sobre las prestaciones ambientales de los negocios. Esto es especialmente importante para las empresas incluidas en índices de sostenibilidad —en los que se incluyen parámetros relacionados con el cambio climático—, que se encuentran bajo el escrutinio de los inversores y otros ‘stakeholders’. Es decir, invertir en la lucha contra el cambio climático y pasar a la acción es una manera de seguir contando con la financiación y el apoyo de inversores, que, de otra manera, empiezan a desviar sus operaciones hacia empresas menos vulnerables, con mayores y mejores perspectivas de futuro.



Reflexiones

En cualquier análisis de riesgo de negocio para una empresa, las amenazas derivadas del cambio climático tienen un lugar cada vez más destacado. Contar no solo con medidas de reducción de la vulnerabilidad a las mismas, sino también de minimización de emisiones y adaptación a los impactos potenciales, conforma la estrategia fundamental que empiezan a implantar las empresas.

La aparición de normativas vinculadas al cambio climático, además de plantear algunos requisitos para la actividad empresarial, ofrece oportunidades para el desarrollo de sumideros de carbono y otros proyectos de compensación. Los beneficios para las empresas pueden ser tanto de forma directa por la descarbonización de su actividad, como a través de la reputación positiva que puede aportarles.

Incluso las pequeñas empresas pueden seguir trabajando hacia un compromiso más amplio con el cambio climático y comunicarlo a sus clientes o consumidores para mejorar su prestigio o bien como respuesta a la demanda concreta por parte de sus clientes más importantes. Iniciativas para dar a conocer tanto sus compromisos de lucha contra el cambio climático como los esfuerzos en materia de medición de la huella de carbono y su reducción son accesibles y cada vez más rentables de abordar y ejecutar.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

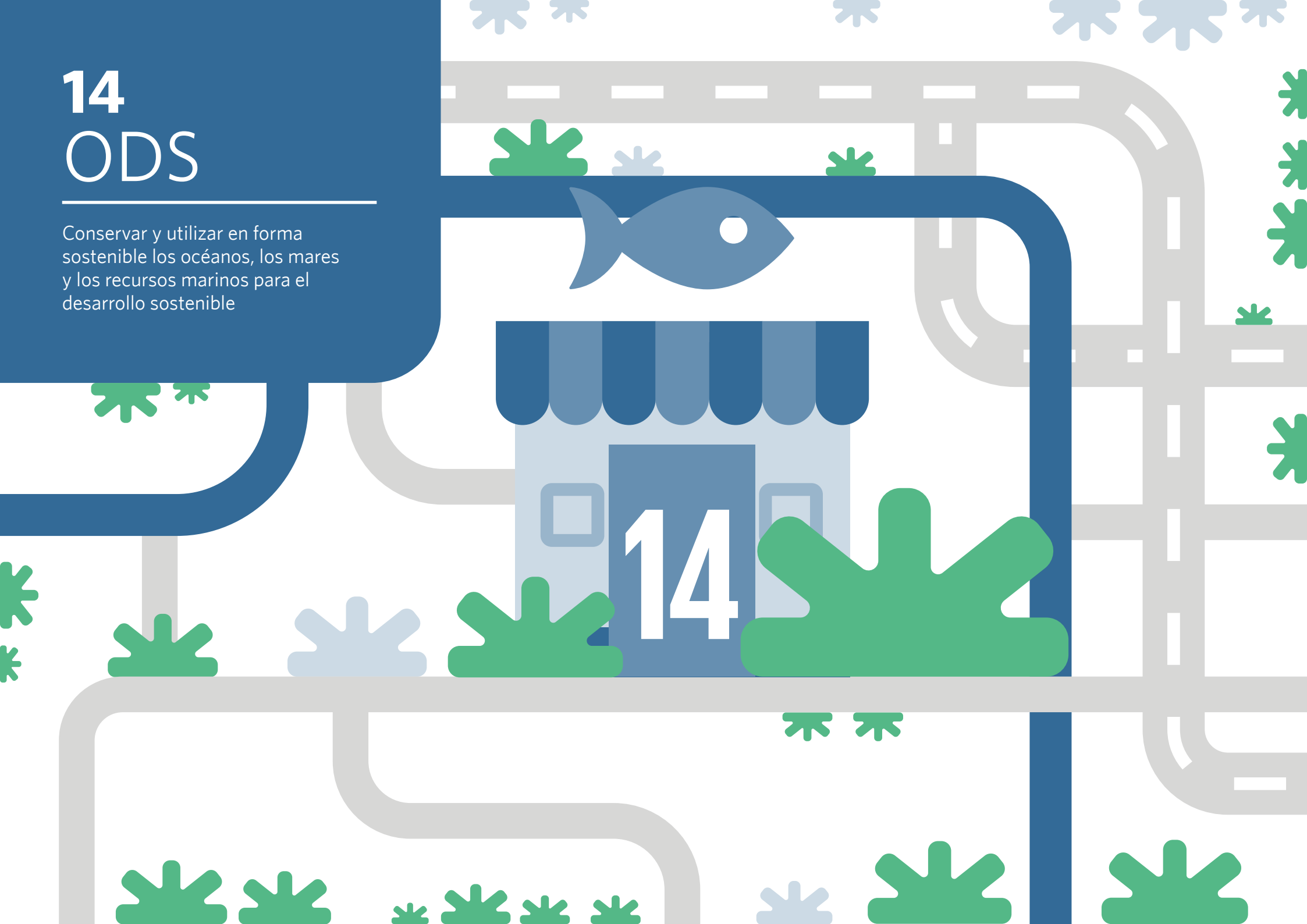
ODS 17

Resumen



14 ODS

Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible



ODS 14 | Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

Entendiendo la importancia del desafío

Los océanos y la vida submarina proporcionan recursos naturales fundamentales como alimentos, componentes medicinales, biocombustibles y otros productos, así como servicios ecosistémicos hasta hace bien poco no cuantificados, pero que ya sabemos que son clave para la regulación climática o la estabilidad del litoral. Contribuyen a la descomposición molecular y la eliminación de los desechos y la contaminación; y sus ecosistemas costeros actúan como amortiguadores para reducir los daños causados por las tormentas o contribuyen a la limpieza de las aguas costeras.

Mantener la salud de los océanos ayuda en los esfuerzos de adaptación al cambio climático y mitigación de sus efectos, lo que tiene conexión directa con el ODS 13.

La escala del problema de su degradación progresiva invita a seguir trabajando para mejorar su gestión y coordinar esfuerzos para, así, conseguir hacer frente al desafío con mayor eficacia y eficiencia.

Retos

La industria pesquera se encuentra en un momento crucial para su futuro a medio plazo. Los retos se acumulan desde diferentes perspectivas y, aunque el sector se va adaptando y mejorando, enfrentarse a los nuevos contextos requiere una estrategia ambiciosa que haga sostenible el modelo industrial y el esfuerzo de todo el sector.

El esfuerzo del sector pesquero hacia una mejora de la gestión del medio marino es claro, habiendo logrado favorecer su estabilización, aunque, en general, el estado de las poblaciones de peces marinos en el mundo no ha mejorado suficientemente. No obstante, se están realizando progresos notables en algunas áreas. Por tanto, la situación requiere mayor decisión por parte de todos los actores involucrados, dado que la sobrepesca puede reducir la producción alimentaria, menoscabar el funcionamiento de los ecosistemas y disminuir la biodiversidad, además de ocasionar la pérdida de beneficios económicos del sector pesquero estimados en unos 50.000 millones de dólares anuales.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



Las tendencias mundiales apuntan al deterioro continuado de las aguas costeras debido a la contaminación

Pero los retos del entorno marino aparecen, incluso, antes de meternos en el agua. Surgen ya en tierra, siendo la contaminación por químicos uno de los problemas a solucionar, dado que en ocasiones un uso excesivo acaba degradando los medios acuáticos y alterando su estado natural. La estrecha conexión entre el sector primario y la industria de transformación de alimentos y bebidas hace que estas cuestiones adquieran una importancia de primer nivel, porque de ellas pueden depender cambios relevantes en los próximos años. Las tendencias mundiales apuntan al deterioro continuado de las aguas costeras debido a la contaminación y la eutrofización (exceso de nutrientes en el agua, a menudo a consecuencia de la escorrentía). Esto supone que para salvar los océanos habrá que empezar por mejorar las actividades en la superficie, con los cambios que puedan suponer para la industria de alimentación y bebidas y su cadena de suministro.

Por otro lado, en cuanto a la biodiversidad, la presencia de residuos en los océanos está teniendo un gran impacto ambiental y económico. La basura marina afecta a la diversidad biológica, porque los organismos pueden enredarse en los detritos o ingerirlos, aumentando las tasas de mortalidad.

Desde el mercado, el reto se hace igualmente evidente. Aunque el consumidor es cada día más sensible y presta atención a la procedencia de los productos que consume, la industria debe seguir aprovechando su potencial para concienciar y educar en formas de consumo más sostenible.

Oportunidades

Conservar y utilizar responsablemente los océanos, los mares y los recursos marinos es una de las soluciones necesarias para el desarrollo sostenible. Esto requiere un esfuerzo conjunto de empresas, instituciones y consumidores. Las empresas pueden aumentar su contribución y seguir liderando esta transición hacia un modelo viable económica, social y ambientalmente.

En torno a este ODS yacen posibles oportunidades de negocio y de crecimiento para el sector, como las que se resumen a continuación:

- 1. Crear nuevos negocios y marcas relacionadas con productos procedentes de la pesca sostenible y de calidad, aprovechando que el consumidor busca cada vez más alimentos nutritivos, saludables y éticos.
- 2. Recuperar industrias artesanales y fomentar otras en tierra y en mar, como la acuicultura, que puede contribuir enormemente a las necesidades proteicas del mercado, evitando así incrementar la pesca convencional con técnicas intensivas.
- 3. Acceder a nuevos nichos de mercado investigando y desarrollando piensos más sostenibles para acuicultura, a partir de residuos de otras industrias (como la industria láctea, por ejemplo).
- 4. Promover la asociación con tradiciones culinarias para turismo etnogastronómico y posicionar la marca apadrinando iniciativas de recuperación de antiguas usanzas relacionadas con el medio acuático y costero (salinas, jornadas gastronómicas, pesca artesanal...).

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



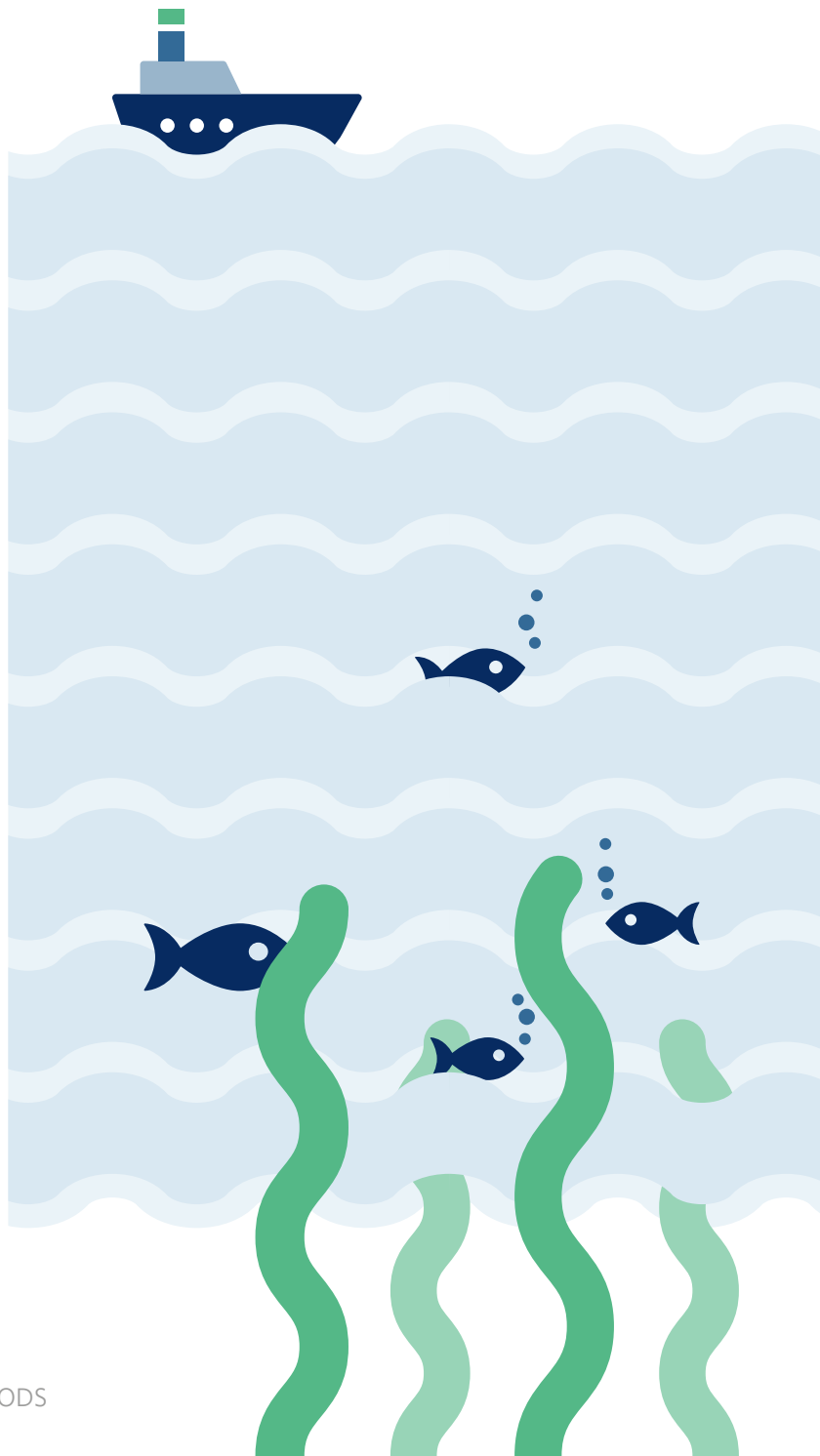
5. Apoyar la implantación de pesquerías con sistemas de gobernanza participativa, que contribuiría al empoderamiento de las comunidades y pesquerías con reparto de cuota basada en criterios de sostenibilidad.
6. Promover la educación y la capacitación a lo largo de la cadena de suministro hacia una pesca más sostenible que suponga ahorros en recursos y energía, logrando así su participación en diferentes programas de impulso de modelos de pesca y manejo de caladeros más sostenibles.
7. Lanzar nuevos proyectos siguiendo patrones de la economía circular para evitar la contaminación por redes de pesca, aceites y residuos de pescado y darle a esos recursos valor económico generando nuevos ingresos.

Reflexiones

Las grandes empresas de alimentación han comenzado a adherirse a los diferentes protocolos existentes a nivel internacional para fomentar la gestión sostenible de caladeros, aunque es preciso aumentar y consolidar dichas iniciativas. Los beneficios para el medio marino y, a largo plazo, para las propias empresas son muy claros.

La contribución a una mejor gestión de los residuos para reducir la degradación de nuestros mares requiere un redoblamiento de los esfuerzos. Desde un diseño más sostenible de los productos actuales hasta el desarrollo de nuevos productos a partir de ciertos residuos, se pueden lograr repercusiones positivas en el marco de diferentes ODS, pero también beneficios directos para las empresas implicadas, como una mejora reputacional y una actitud “solucionadora” muy premiada por los clientes y consumidores.

El binomio turismo-alimentación está ofreciendo muy buenos resultados y cuenta con gran atractivo. Se puede aprovechar el patrimonio vinculado a la actividad pesquera para ofrecer experiencias en las que la gastronomía, a menudo muy enraizada en tradiciones y productos locales, sea protagonista y sirva para la difusión de los productos, actuando como iniciativa de marketing activo de la industria alimentaria.



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

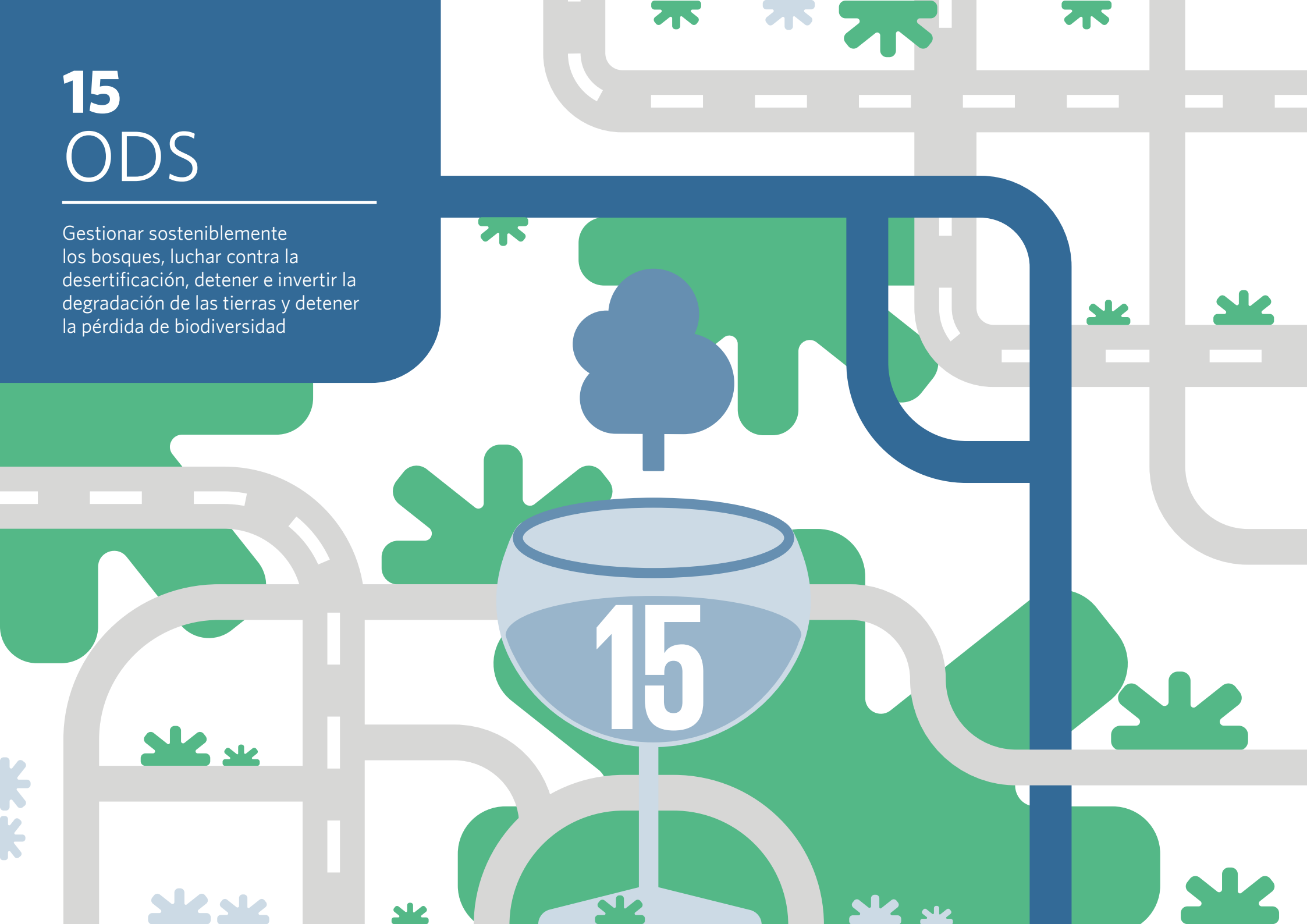
ODS 17

Resumen



15 ODS

Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad



ODS 15 | Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad

Entendiendo la importancia del desafío

La conservación de nuestros ecosistemas terrestres supone un gran reto para el desarrollo sostenible, siendo necesario minimizar la deforestación y la desertificación, consecuencia en su mayor parte de las actividades humanas y el cambio climático. Según la ONU, cada año desaparecen 13 millones de hectáreas de bosque y la degradación de las zonas áridas ha provocado la desertificación de 3.600 millones de hectáreas. Además, afrontar este reto supondrá preservar los medios de vida de millones de personas en la lucha contra la pobreza.

Las regiones de América del Sur y África son las que requieren mayores esfuerzos para minimizar las etapas avanzadas de degradación de la tierra existentes, lo que da lugar a la desertificación en las zonas de tierras secas, principalmente en praderas y pastizales. Reducir este proceso de degradación del suelo y la tierra favorece la seguridad y el desarrollo de las comunidades y los países.

Por otro lado, mantener estos ecosistemas en buen estado también beneficia a la biodiversidad y al territorio, además de preservar los servicios ecosistémicos relacionados con toda la cadena de suministro al mantener la cantidad de recursos disponibles. Asimismo, repercutirá en una mejora de la calidad de vida de las personas que habitan en las proximidades de estos entornos. De este modo, es necesario que las empresas sigan enfocando sus esfuerzos en aumentar el control sobre la cadena de suministro, así como en la gestión integral de los recursos que utilizan.

Retos

Los retos en torno a la conservación del medio terrestre son importantes porque se trata del sostén de la mayor parte de nuestra producción. Reducir la deforestación generada para dar espacio a ciertos tipos de explotación es uno de los principales retos a afrontar con el fin de evitar numerosos problemas como la pérdida de ecosistemas, aumento de incidencia de incendios, inundaciones y deslizamientos de tierra, incremento de emisiones de GEI directamente responsables del cambio climático, desertificación, cambios de caudales de los ríos y una mayor vulnerabilidad ante eventos climáticos. De este modo, también se logran beneficios para la producción y los negocios. Las empresas tienen los medios, el talento y la visión para cambiar este rumbo.

La pérdida de fertilidad de los suelos utilizados también supone un gran riesgo de agotamiento de los servicios ecosistémicos y que puede acabar suponiendo un sobre coste por la necesidad de incorporar nutrientes en las zonas de producción, que, sin embargo, con una adecuada conservación se obtendrían de manera natural. Esto puede repercutir en la cadena de suministro de las empresas de transformación, que pueden verse afectadas por fluctuaciones en los precios de los recursos, cortes en abastecimiento e inestabilidad de la oferta de proveedores.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



La pérdida de biodiversidad empobrece y hace vulnerables los métodos de cultivo a la proliferación de plagas y enfermedades, ocasionando también, por otro lado, una merma de servicios básicos como la polinización, que, a la larga, puede ser otro aspecto crítico para el abastecimiento de las industrias. Se debe, por tanto, proteger las especies autóctonas que hacen resiliente al territorio, incrementando las capacidades del mismo para afrontar fenómenos naturales extremos e impredecibles. Por ejemplo, se calcula que los insectos y otros portadores de polen tienen un valor para la economía alimentaria mundial de más de 200.000 millones de dólares anuales, costes que en caso de su desaparición inevitablemente se tendrían que distribuir a toda la cadena de valor, incluyendo las empresas transformadoras.

Por tanto, se precisa una estrategia integral de gestión de los recursos y ecosistemas terrestres para poder construir negocios sólidos y duraderos. En este sentido, seguir apostando por una gestión sostenible de la cadena de valor es lo que las empresas valoran cada día con más fuerza.



Oportunidades

La productividad de los ecosistemas naturales, la calidad de los recursos que aportan y la disminución de la incidencia de plagas o enfermedades lograda con una gestión sostenible puede compensar con creces la reducción en el uso de recursos naturales y permitir que el aprovechamiento sea por más tiempo, factor de gran relevancia a la hora de disponer de negocios estables y rentables. En esa línea, se incluyen iniciativas para gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de biodiversidad. Todas ellas, estrategias y acciones en las que se tiene que seguir implicando a los proveedores como garantía de estar encaminados hacia la consecución de este ODS y, así, concretar todos los esfuerzos que ya se vienen realizando desde las empresas.

Las oportunidades de negocio y de crecimiento para el sector que brinda atajar este ODS son, entre otras:

1. Fomento y apoyo de iniciativas de sistemas agronómicos más sostenibles y que puedan ayudar a comunidades locales o pequeños productores.
2. La diversidad biológica y los servicios de los ecosistemas que sostiene pueden ser también la base para las estrategias de adaptación al cambio climático y reducción del riesgo de desastres, ya que pueden reportar beneficios que aumentarán la resiliencia de los territorios y comunidades a los efectos del cambio climático, así como de la propia cadena de suministro. Por tanto, en línea con el ODS 13, se pueden apoyar programas de absorción de CO₂ y reforestación autóctona de territorios.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen





3. Formar a directivos, empleados y proveedores en prácticas responsables con los ecosistemas terrestres y en materia de biodiversidad puede ser una buena oportunidad para mejorar la eficiencia de la cadena de valor y puede suponer importantes beneficios como una reducción de costes o una mejor gestión de los medios de producción.
4. Fórmulas para “apadrinar” un bosque, humedal o cultivo (olivos centenarios, etc.) mejoran la reputación y posicionan la marca como comprometida con el medio ambiente. Además, estas fórmulas permiten a las empresas contabilizar el capital natural generado, en forma de recursos hídricos o emisiones de GEI, que pueden usar para compensar sus impactos, logrando así neutralizar parte del impacto ambiental derivado de sus actividades.
5. Inversión en iniciativas o negocios relacionados con la innovación tecnológica en gestión de bosques y otros medios naturales terrestres, incluyendo potenciales servicios de control natural de plagas, sensores e internet de las cosas para la producción eficiente, intermediación entre productores y consumidores de biomasa en zonas forestales, etc.
6. Recuperación de territorios degradados, valorización de productos locales y de la experiencia cultural y enogastronómica relacionada con los ámbitos de producción y consumo de la empresa.
7. Lanzamiento de nuevas líneas de negocio en ecoturismo experiencial, excursiones, actividades culturales y de valorización del patrimonio histórico de la empresa y el territorio.
8. Se habla cada vez más del déficit de naturaleza en relación a las enfermedades que se asocian a no disfrutar de entornos naturales, por lo que la implicación de las empresas en algunas iniciativas anteriormente señaladas puede proporcionar razones para ofrecer a sus empleados, proveedores u otros grupos de interés la posibilidad de disfrutar de entornos naturales o colaborar en su conservación y, además, hacerlo proporcionándoles mejor salud y calidad de vida.

Reflexiones

Las industrias de alimentación y bebidas dependen de una forma importante de la conservación de los principales ecosistemas mundiales, que son la fuente de la mayor parte de los productos que comercializan. Asumir que estos recursos son finitos no puede sino derivar en medidas de gestión sostenible y más rentable de estos, optimizando sus consumos hasta niveles que permitan su renovación o haciendo más eficientes los procesos para mitigar impactos que degradan la conservación de estos ecosistemas y su productividad, y permitiendo un mejor aprovechamiento de estos.

Incorporar el enfoque del capital natural como un activo más de las empresas puede ser una forma de vincular la conservación de ecosistemas, clave en la generación de recursos para el sector de la alimentación y bebidas. De esta forma, no solo se traslada a la contabilidad empresarial el valor de estos ecosistemas, sino que es una forma de ser conscientes de su influencia en la cadena de suministro y la vulnerabilidad a la que nos exponemos ante su degradación.

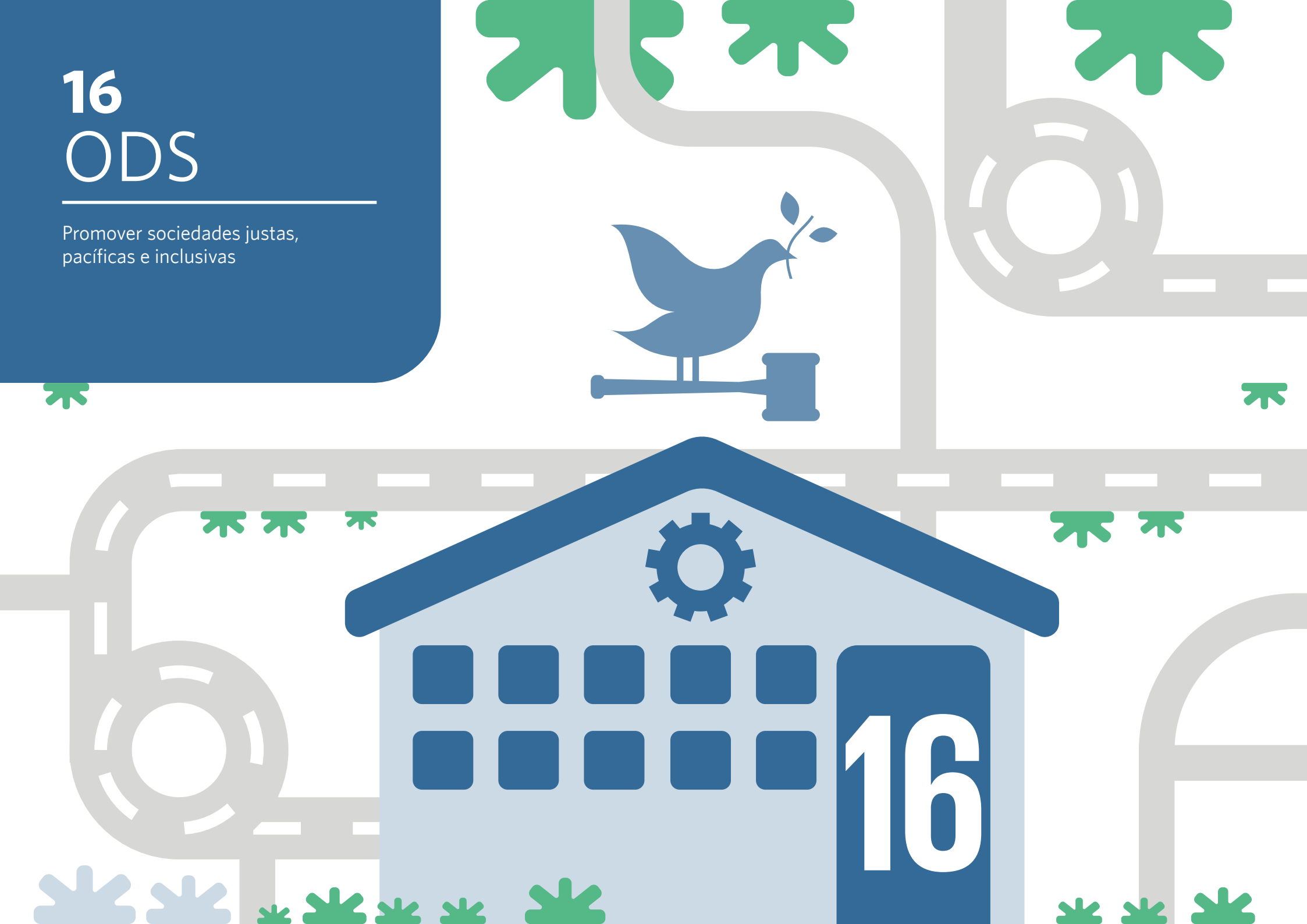
La participación en redes y proyectos que abordan el papel de la conservación de la biodiversidad en el sector de la alimentación y bebidas puede seguir siendo una buena forma de tomar conciencia de su importancia, conocer experiencias y buenas prácticas realizadas por empresas similares y formar parte de redes de trabajo que aborden proyectos de mayor envergadura.

Todas estas estrategias y acciones representan una contribución importante a la mejora de la resiliencia y la gestión de la toda la cadena de valor, minimizando futuros riesgos en términos de costes y suministro.



16 ODS

Promover sociedades justas,
pacíficas e inclusivas



ODS 16 | Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas

Entendiendo la importancia del desafío

Lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible precisa de sociedades pacíficas, justas e inclusivas. Las personas de todo el mundo tienen que poder expresarse en todo su potencial y no deben tener temor a ninguna forma de violencia o represión, sintiéndose seguras a lo largo de su vida, independientemente de su origen étnico, religión u orientación sexual.

Se requiere de una justicia transparente y eficaz para que los conflictos puedan resolverse y que las personas obtengan la protección y el respaldo necesario. Por su parte, las instituciones deben funcionar con arreglo a la ley para impedir la arbitrariedad y el abuso de poder, contando con la capacidad necesaria para prestar servicios públicos para todos.

Por otro lado, esta justicia también reduce la incertidumbre entre los agentes económicos, favoreciendo el desarrollo de negocios rentables. Asimismo, va a disminuir la predisposición a la exclusión y la discriminación, evitando la violación de los derechos humanos y que se produzcan disturbios. Por tanto, cumplir con este ODS implica poder alcanzar el resto de compromisos.

Retos

Las empresas que quieren expandir sus negocios encuentran menos barreras de acceso en áreas con mayor estabilidad política, económica y social. Además, el mercado potencial de la empresa se ve reforzado allí donde las personas no están sometidas a violencia, corrupción ni desigualdades, lo que se verá reflejado en comunidades con menor pobreza.

Trabajar hacia la paz y la justicia es un camino largo en el que se requiere un gran esfuerzo, pero representa el único recorrido posible para acceder a nuevos mercados y consolidar aquellos en los que ya se está. Garantizar unas instituciones que defiendan los derechos de empresas y ciudadanos es no solo deseable, sino tremendamente necesario para progresar, crear un clima de confianza en el que hacer negocios y asegurar un futuro próspero. El papel de las empresas, por tanto, debe seguir encaminado a ayudar a fortalecer estos principios, no solo por ética empresarial, sino por la propia sostenibilidad del negocio.

Oportunidades

Una estrategia global hacia el cumplimiento de este ODS abre oportunidades de negocio y de crecimiento para el sector de alimentación y bebidas, como las siguientes:

1. Apoyar la legalidad en todas sus formas es la base para fomentar el progreso de un país o región. Con este progreso se puede atraer inversiones y dar estabilidad a los mercados.
2. Las empresas pueden ser un ejemplo y liderar la lucha contra la corrupción y el soborno en todas sus formas, promoviendo primero la transparencia y luego exigiendo que las demás empresas e instituciones hagan lo mismo.



Una iniciativa global
La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS
ODS 1
ODS 2
ODS 3
ODS 4
ODS 5
ODS 6
ODS 7
ODS 8
ODS 9
ODS 10
ODS 11
ODS 12
ODS 13
ODS 14
ODS 15
ODS 16 
ODS 17
Resumen

- 3. Ser referente en gestión transparente y honesta representa para una empresa una oportunidad para posicionar la marca y aumentar la cuota de mercado mejorando notablemente su reputación frente a unos consumidores cada día más exigentes. Y pueden constituir un ejemplo a seguir para que el resto de empresas se posicionen de forma similar.
- 4. Minimizar riesgos en la cadena de suministro, sobre todo si se tienen proveedores en lugares vulnerables, donde haya conflictos armados o fuertes tensiones sociales que puedan desestabilizar los gobiernos. Trabajar para la paz no es solo una cuestión humanitaria, sino que garantiza el acceso a materias primas y limita la volatilidad e imprevisibilidad de los precios.
- 5. La posibilidad de que las personas se expresen como realmente desean supone unas ventajas para nuestras empresas, porque pueden trabajar más libremente con ellas y ajustar la oferta de productos y servicios a las necesidades reales de los consumidores, sin que por ello existan represalias o acoso legal y social.
- 6. La evolución y observación de la situación política y económica de un país o región en el tiempo es muy relevante a la hora de ampliar las operaciones o establecer nuevas instalaciones productivas en lugares con un historial reciente conflictivo o gran inestabilidad social o económica. La promoción de la paz y la justicia puede impulsar rápidamente nuevos mercados, como se ha podido experimentar en LATAM o en el sureste asiático, cuyas economías emergentes están resultando muy atractivas para las empresas españolas.

Reflexiones

A nivel mundial, la elección de los países idóneos para la inversión o el despliegue de redes comerciales está influida por numerosos aspectos, donde la paz, el funcionamiento de las instituciones y la estabilidad política juegan un papel determinante. Contribuir a ellas no solo genera un clima positivo para hacer negocios, sino que contribuye a tener sociedades prósperas.

Es evidente que si queremos invertir en un nuevo mercado, comprobar el nivel de cumplimiento de los ODS de un país o región nos daría información valiosa para determinar si sería una buena elección o no. Estados e

instituciones sólidas en las cuales se pueda confiar son la clave. Todo se basa en la confianza; sin ella, no hay progreso ni iniciativas, porque nadie está dispuesto a arriesgar su capital.

A nivel nacional, es importante que desde las empresas se sigan impulsando, como se ha hecho hasta ahora y con mayor fuerza aún, códigos y protocolos con los que no solo se posicionen en contra de las malas prácticas, sino que contribuyan a demostrar que afectan negativamente a la rentabilidad empresarial.

Uno de los grandes activos de las empresas es la confianza de sus consumidores, proveedores y otros colaboradores. Mantener un comportamiento ético responsable y trasladarlo a sus operaciones y decisiones de negocio contribuye a reforzar esa confianza. Las empresas representan el ligante, el pegamento social más importante, porque dan trabajo localmente, mantienen unidas a las comunidades y crean seguridad dando tranquilidad a sus miembros. Por eso, es importante que puedan prosperar en un entorno de legalidad y estabilidad.



Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

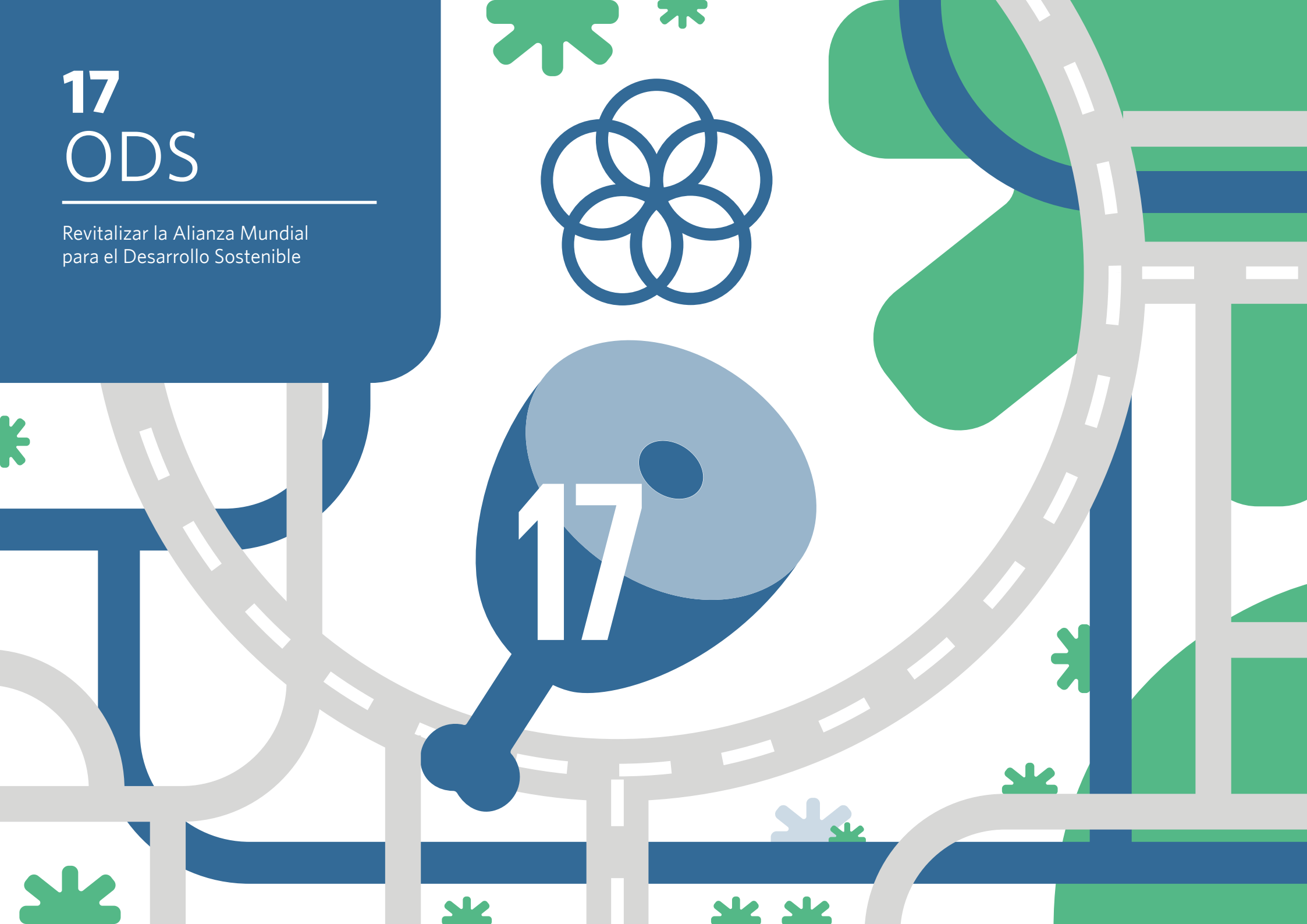
ODS 16

ODS 17

Resumen

17 ODS

Revitalizar la Alianza Mundial
para el Desarrollo Sostenible



ODS 17 | Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

Entendiendo la importancia del desafío

Para que la Agenda de Desarrollo Sostenible sea eficaz y se pueda realmente llevar a la realidad, se necesitan fuertes alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Estas alianzas se construyen sobre la base de principios y valores, una visión compartida y objetivos comunes que otorgan prioridad a las personas y al planeta y son necesarias a nivel mundial, regional, nacional y local.

Se necesita seguir adoptando medidas urgentes encaminadas a movilizar, reorientar y aprovechar billones de euros de recursos públicos y privados para generar transformaciones a fin de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Estructuras empresariales más resilientes y rentables se basan en el mutuo apoyo y en la puesta en común de los recursos

El sector de la alimentación y bebidas, por su importancia tanto a nivel económico como de generación de empleo e influencia en la actividad de un país, además de por los compromisos en materia de desarrollo sostenible en los que se ve directamente implicado, debe seguir asumiendo su papel dentro de la construcción de estas alianzas a todos los niveles y seguir intentando liderar el cambio .

Retos

La coordinación de los esfuerzos premia a los que se comprometen, es decir, que la colaboración es clave para progresar y mitigar riesgos empresariales, puesto que una empresa no depende solo de sí misma, sino que se encuentra en una red de relaciones económicas, sociales, políticas e institucionales.

La colaboración supone un gran reto, ya que hay muchos actores y muchos intereses en juego, pero es el camino hacia el éxito. Estructuras empresariales más resilientes y rentables se basan en el mutuo apoyo y en la puesta en común de los recursos y propuestas de valor de cada miembro de la comunidad. Involucrar a jóvenes, universidades, mentores y empresas de diferentes tamaños e instituciones requiere persistencia y la construcción de unos valores y una visión común.

Oportunidades

Para poder generar oportunidades se precisa seguir movilizando recursos, como pueden ser el desarrollo de tecnología, recursos financieros o creación de capacidades; y los países desarrollados tendrán que cumplir sus compromisos en la esfera de la ayuda oficial para el desarrollo.

Las alianzas de múltiples interesados serán fundamentales para aprovechar la relación entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible a fin de mejorar su eficacia y repercusión; y acelerar los progresos necesarios para la consecución de los objetivos.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

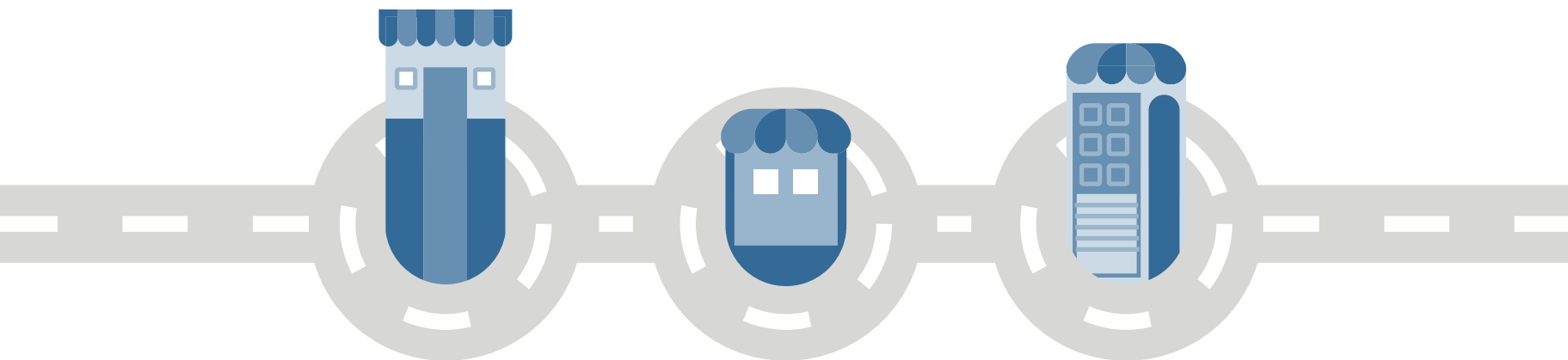
ODS 15

ODS 16

ODS 17



Resumen



Las oportunidades de negocio y de crecimiento para el sector que brinda abordar este ODS las podemos resumir a continuación:

1. Mejorar la colaboración con las instituciones, clientes y competidores abre nuevas posibilidades para las empresas que sepan alinear sus intereses con los retos que les plantean los ODS.
2. Promover la simbiosis empresarial e industrial para crear clústeres de investigación, desarrollo e innovación que puedan llegar a inspirar y liderar sectores enteros, como atestiguan diferentes ejemplos en el mundo.
3. Trabajar conjuntamente con otras empresas, incluso con competidores, puede suponer una estrategia ganadora, de la que todos se benefician, lo que se describe como "win-win". Porque si juntos unimos esfuerzos, talentos y recursos podemos lograr superar muchos de los retos que vemos en este documento. Y, si superamos estas barreras, significará que estamos consiguiendo liderar el mercado, innovar o ampliar nuestro negocio hacia donde los demás no han llegado aún.

Reflexiones

Conviene fomentar y fortalecer las alianzas desde múltiples perspectivas, con cada parte aportando sus competencias, recursos y conocimientos.

Las empresas tienen la oportunidad y la posibilidad de seguir liderando la creación de nuevas relaciones entre el sector público y privado. Tienen recursos, influencia y prestigio para hacerlo y apoyar la consecución de los objetivos ayudando a las instituciones, las pymes y los consumidores a sumarse a esta transformación. En los nuevos modelos de gobernanza mundial, las empresas tienen una capacidad de liderazgo cada vez mayor.

Unidas en asociaciones, empresas de todos los tamaños y sectores pueden ejercer presión y ser un actor clave en la puesta en marcha de las diferentes estrategias para los ODS, fortaleciendo y cooperando con las demás empresas y el mercado. La vinculación y cercanía con los consumidores, con la sociedad, permitirá además que actúen como sensores de la capacidad de cambio en favor del desarrollo sostenible que se está logrando.

Incluso las empresas más pequeñas saben que las alianzas son cuestiones vitales para su negocio. Juntas pueden competir a nivel nacional y global. Así que aprovechar el impulso actual de los ODS para dialogar y establecer lazos de valor con vecinos, competidores y colaboradores puede ser una gran oportunidad de crecimiento y fortalecimiento.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

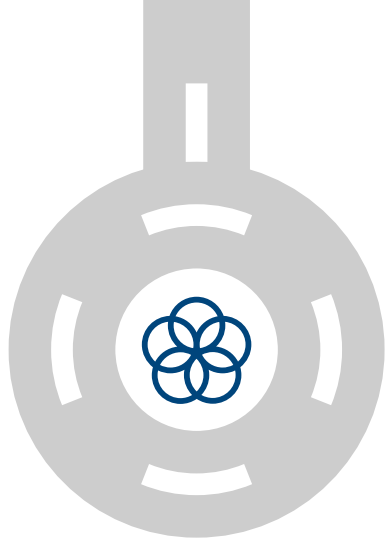
ODS 15

ODS 16

ODS 17



Resumen



En resumen...

La Agenda de Desarrollo Sostenible, en la que se concretan los 17 ODS para luchar contra las principales problemáticas sociales y ambientales a nivel mundial, es una iniciativa cuyos compromisos se orientaban sobre todo a la acción gubernamental, pero donde la actividad empresarial también tiene un papel clave, que está siendo asumido desde su concepción, habiendo aparecido iniciativas que buscan facilitar la incorporación del enfoque de los ODS a la gestión empresarial.

Para las empresas, los ODS suponen una herramienta con la que poder concretar sus esfuerzos en materia de sostenibilidad en torno a compromisos concretos y en los que sumar voluntades con otras empresas e instituciones en pos del bien común y la mejora del entorno y la sociedad.

En el caso de las empresas del sector de la alimentación y bebidas, sus actividades y modelos de negocio no son ajenas a la influencia de los ODS, sino que, al contrario, aparecen cuestiones clave, como la reducción del hambre, el modelo de consumo, la gestión de recursos naturales, el cambio climático o la gestión del agua, con una influencia notable en la rentabilidad y

viabilidad de los negocios. Por tanto, no solo se trata de afrontar los ODS para minimizar el impacto generado en el entorno o la sociedad, sino que, como hemos abordado a lo largo de este documento, los ODS señalan nuevos retos y oportunidades para las empresas también en la forma de hacer negocios y en las actividades en torno a los que plantearlos. Algo en lo que este sector ya ha empezado a mostrar avances significativos.

Numerosas empresas del sector de la alimentación y bebidas ya han desarrollado acciones en torno a ODS concretos, ya sea vinculadas al cambio climático, a la pobreza o a la reducción del hambre, a la vez que herramientas como la ya señalada eSIAB, promovida por el MAPAMA, pueden mostrar modelos de gestión que abordan los ODS (de forma explícita o implícita) y facilitan su incorporación a la actividad empresarial.

Una vía importante por la que será necesaria la incorporación de los compromisos basados en los ODS vendrá a través de la cadena de suministro, ya que los grandes grupos empresariales trasladarán a esta aquellos requisitos que les ayuden con su desempeño en sostenibilidad.

En resumen, la amplitud de enfoques que confluyen en torno a los ODS (ambiental, social, económico y de gobernanza) unida a su capacidad para implicar a gobiernos, ciudadanos y empresas en la consecución de los objetivos, así como el impacto mediático que esta iniciativa ha logrado en sus dos primeros años de recorrido, han conseguido que adquiriera relevancia como un enfoque para la gestión empresarial. Y la puesta en marcha de iniciativas por parte del sector de la alimentación y bebidas ya es un hecho.

Definitivamente, nos encontramos ante un periodo de grandes retos, que ofrecen numerosas oportunidades para aquellas empresas que tengan el coraje y la visión para liderar los cambios que ya se vislumbran.

Una iniciativa global

La industria de la alimentación y bebidas frente a los ODS

ODS 1

ODS 2

ODS 3

ODS 4

ODS 5

ODS 6

ODS 7

ODS 8

ODS 9

ODS 10

ODS 11

ODS 12

ODS 13

ODS 14

ODS 15

ODS 16

ODS 17

Resumen



Informe elaborado por:

Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB)
y Ecoavantis

Diseño:

Ecoavantis

Fecha de elaboración:

2017

Fecha de publicación:

2018

Para más información, contactar con:

Departamento de Competitividad y Sostenibilidad FIAB
fiab@fiab.es

Proyecto cofinanciado por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación
y Medio Ambiente dentro del Marco del CONVENIO MAPAMA-FIAB 2017

FLAB

ALIMENTAMOS
EL FUTURO

2020

