

# ODS

## De la RSC a la estrategia 'de la granja a la mesa'

En la actualidad, el marco de referencia mundial de la gestión socialmente responsable son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que la Asamblea General de la ONU aprobó en septiembre de 2015.

Los datos de 2019 no engañan. Las estadísticas demuestran que el sector cárnico es fundamental para la economía de nuestro país. Según ANICE, es la cuarta industria nacional, genera más de 97.000 puestos de trabajo directos y posee una balanza comercial positiva de más del 650%.

A pesar de ser un pilar indiscutible de la economía española, durante los últimos años sucesivas noticias negativas, con más o menos fundamento, han puesto al sector en el punto de mira. Brechas de seguridad alimentaria, uso de antibióticos en animales de granja que causan resistencia en los

humanos que consumen estos productos, maltrato animal, mala praxis en las relaciones laborales, contaminación de los suelos y aguas por purines, emisiones de gases de efecto invernadero, relación del consumo de ciertas carnes con el desarrollo de algunos cánceres, etc.

En este sentido, ¿qué pueden hacer las empresas ante estas informaciones a veces incompletas, sesgadas o que en cualquier caso seguro que no son aplicables al cien por cien del sector? La respuesta es clara: gestionar sus negocios de manera socialmente responsable, al mismo tiempo que deben fomentar la



comunicación activa de estas acciones y de los resultados obtenidos con absoluta transparencia.

El factor de la transparencia es esencial en la sociedad digital actual, en la que todos los grupos de interés demandan más información y son cada vez más críticos, lo que provoca que las organizaciones deban explicar y exponer su forma de trabajar, así como sus resultados.

### Plan de acción de la ONU

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) define los ODS como un plan de acción a favor de las personas, el planeta y

la prosperidad, que también tiene la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia.

En su presentación, el Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon interpelló explícita y directamente a todas las organizaciones para que colaborasen en la consecución de los ODS. "El empresariado es un socio vital para la consecución de los ODS. Las empresas pueden contribuir a través de la actividad principal de su negocio, por lo que las pedimos que evalúen su impacto, establezcan metas ambiciosas y comuniquen de forma transparente sus resultados".



# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

decir que cumple con todos los ODS y las 169 metas que persiguen.

de gestión de la RSC alineada con los ODS, que propone las siguientes fases:

**Aplicación en las empresas**

Cualquier tipo de organización puede plantearse alinear su estrategia con los ODS, lo importante es hacerlo de una forma sistemática y enfocada a la mejora continua. Como guía, las organizaciones pueden utilizar la certificación de Bureau Veritas de sistema

1. Un diagnóstico inicial (que se repetirá periódicamente) de la situación de la organización en relación a los distintos ODS. Lo que permite identificar los ODS prioritarios para cada caso. Es decir, aquellos sobre los cuales tiene y puede tener mayor impacto o influencia.

Es relevante resaltar que el objetivo es alinear la actividad principal del negocio con los ODS, lo que no tiene nada que ver con la acción social vinculada con donaciones, ayudas o voluntariados, entre otras medidas. La acción social es, por supuesto, una buena herramienta que las organizaciones pueden y, probablemente, deberían utilizar para compartir sus ganancias, conocimientos, etc., con grupos más desfavorecidos. Pero por sí sola no garantiza una gestión responsable.

Si nos paramos a pensar, ninguna empresa con ánimo de lucro realiza sus principales inversiones en acción social, sino obviamente en la actividad que le reporta beneficios, por tanto únicamente nos están mostrando cómo gestionan un porcentaje muy pequeño de sus actuaciones. Además, hay que tener muy presente que la acción social tiene una base altruista y desinteresada, nunca puede utilizarse como herramienta de compensación sistemática de los impactos propios.

En caso contrario dejamos de hablar de responsabilidad social, para hablar de "green" o "social washing" y realmente pierde todo su sentido original.

Otro tema importante es recordar que los ODS son objetivos a nivel mundial. Si revisamos las 169 metas asociadas, se evidencia que la amplia mayoría de ellas no pueden asumirse directamente por una empresa. Los responsables del seguimiento del cumplimiento de estas metas son los Gobiernos. En consecuencia, lo que deben hacer las organizaciones es alinear sus estrategias para ayudar a la consecución global de los ODS. Pero, en ningún caso, una empresa podrá

Las empresas deben gestionar sus negocios de manera socialmente responsable

De nada sirve hacer grandes donaciones a ONG que luchan contra el hambre en el mundo, las desigualdades o los impactos ambientales, si la organización donante es una de las causantes de esos efectos negativos.

Lamentablemente, todavía hay empresas que presentan su gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) citando casi únicamente acciones de altruismo, sin aportar ninguna información sobre la gestión de su propio negocio.



next step in sawing

**ASTECH**  
FOOD MACHINERY

www.astech.es

Connect with us on LinkedIn!  
astechfoodmachinery



**BOMBAS DE VACÍO ESPECIALES PARA EMPAQUETADO ALTA FIABILIDAD**



**SOPLANTES ÉMBOLOS ROTATIVOS - ROOTS**



**TURBINAS DE CANAL LATERAL**

Polígono Industrial Cova Solera - C/ Londres, 7  
08191 Rubí (Barcelona) - Spain  
Tlf.: (+34) 935 880 660 - Fax: (+34) 935 880 748  
grino-rotamik@grino-rotamik.es  
www.grino-rotamik.es

2. Definición de metas y estrategias de mejora en relación a los ODS, al menos en los prioritarios, enfocadas a la:

- ▶ Eliminación, reducción, mitigación, corrección de impactos negativos (debilidades).
- ▶ Prevención de las amenazas y vulnerabilidades,
- ▶ Potenciación de las fortalezas
- ▶ Explotación de las oportunidades.

3. Instaurar formas de seguimiento para garantizar que se implementan las acciones necesarias en la consecución de las metas y estrategias de mejora y controlan su evolución y progreso.

4. Evaluación de los resultados y reinicio del ciclo de mejora.

5. Identificación y comunicación de los ODS prioritarios, los objetivos de mejora propia y de resultados. Todo ello debe quedar reflejado en la memoria de gestión de la empresa.

Si la organización desea dar un valor añadido a su gestión adquiriendo un reconocimiento externo por una tercera parte independiente, puede optar a la certificación del sistema de gestión de la RSC alineada con los ODS, que irá siempre asociado a la verificación de la memoria de gestión del periodo en cuestión.

**Estrategia 'de la granja a la mesa'**

Como ejemplo de la importancia del alineamiento de las organizaciones con los ODS, podemos fijarnos en la estrategia "de la granja a la mesa" de la Unión Europea (UE), recientemente publicada el 20 de mayo de 2020, para un sistema alimentario justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente. Uno de sus principales puntos fuertes es que se define como un componente fundamental del plan de la Comisión Europea para alcanzar los ODS.

Entre las acciones que propone la estrategia de la UE, destaca la correlación de cada uno de ellas con los ODS (ver cuadro 1).

Cuadro 1.

Eje de la estrategia "de la granja a la mesa"	ODS relacionados	Eje de la estrategia "de la granja a la mesa"	ODS relacionados
Compromiso de reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita en el comercio minorista y por los consumidores de aquí a 2030.	2 (ODS Limpieza y energía) y 15 (ODS Vida terrestre)	Promoción del comercio justo: preservando la asequibilidad de los alimentos, mientras se genera un rendimiento económico más justo en la cadena de suministro, de manera que los alimentos más sostenibles sean también, los más asequibles.	12 (ODS Consumo responsable)
Garantía de seguridad alimentaria, nutrición y salud pública, velando por que todas las personas tengan acceso a alimentos nutritivos, sostenibles y en cantidades suficientes.	3 (ODS Salud y bienestar) y 2 (ODS Limpieza y energía)	Bienestar animal.	15 (ODS Vida terrestre) y 9 (ODS Industria, innovación e infraestructura)
Reformulación de los productos alimentarios de conformidad con dietas saludables y sostenibles.	9 (ODS Industria, innovación e infraestructura)	Envases en consonancia con el nuevo plan de acción para una economía circular.	
Disminución de la venta general de antimicrobianos en la UE para animales de granja y de acuicultura en un 50% de aquí a 2030.		Promoción de la economía circular de base biológica: biorrefinerías avanzadas que producen biofertilizantes, piensos proteicos, bioenergía y sustancias bioquímicas.	
Reducción de las emisiones de metano del ganado, desarrollando la producción de energía renovable e invirtiendo en digestores anaerobios para la producción de biogás, a partir de residuos y desechos de la agricultura, como el estiércol.	7 (ODS Energía limpia y asequible) y 13 (ODS Acción por el clima)		
Promoción del uso de energías renovables: colocación de placas solares.	9 (ODS Industria, innovación e infraestructura)		

Además, las oportunidades de alinearse con los ODS son muy amplias. Como ejemplos, en el cuadro 2 se recogen algunas de las que podrían ayudar a mejorar la reputación del sector y favorecer su gestión más sostenible.

Ciertamente, entre estas acciones hay varias que son aplicables a muchos sectores y pueden parecer genéricas. Por ello, es fundamental que cada organización cárnica analice su situación por grado de impacto y posibilidad de influencia, definiendo su plan de acción personalizado para la mejora continua alineado con los ODS.

Cuadro 2.

Acciones que puede implementar cualquier tipo de organización	ODS relacionados	Acciones que puede implementar cualquier tipo de organización	ODS relacionados
<p>Asegurar precios justos a los sectores menos favorecidos, como en el sector primario.</p> <p>Garantizar salarios dignos.</p>		<p>Control de los vertidos.</p> <p>Uso eficiente del agua.</p>	
<p>Diseñar y ofrecer productos a precios asequibles para clases menos favorecidas.</p> <p>Minimizar el desperdicio alimentario en toda la cadena de producción.</p> <p>Destinar los excedentes alimentarios a colectivos en riesgo de exclusión.</p>		<p>Gestión de la eficiencia energética y promoción del uso de energías limpias.</p>	
<p>Cumplimiento estricto de la normativa de prevención de riesgos laborales y promoción de la cultura de la seguridad en el trabajo.</p> <p>Fomentar las prácticas saludables en las empresas.</p> <p>Afianzar el estricto cumplimiento de la seguridad alimentaria a lo largo de toda la cadena de producción, mejorando los controles de trazabilidad, entre otros.</p> <p>Promoción de los alimentos saludables para los consumidores, por medio de una comunicación veraz y sencilla de las propiedades y características de los productos.</p> <p>Limitar el uso de antibióticos en los animales de abasto.</p>		<p>Buenas prácticas en las relaciones laborales, evitando promover prácticas al límite de la legalidad, como es el caso de los falsos autónomos.</p> <p>Maximizar la información sobre el origen de los alimentos en cuanto a su procedencia sostenible.</p> <p>Garantía de precios justos a lo largo de toda la cadena de suministro.</p>	  
<p>Promoción de la formación y desarrollo de las carreras profesionales de los empleados.</p> <p>Capacitación de toda la cadena de suministro, asociaciones o cooperaciones a lo largo de la cadena de suministro.</p>	 	<p>Promocionar las cadenas alimentarias más cortas, evitando los transportes contaminantes y fomentando los productos kilómetro cero.</p>	
<p>Garantía de condiciones laborales igualitarias e inclusivas. Especial atención a la gestión de los colectivos de migrantes.</p>	 	<p>Evitar los residuos plásticos y de otro tipo, que puedan acabar en los cauces, instaurando políticas de residuo cero.</p> <p>La ganadería extensiva ayuda a mantener los montes desbrozados, disminuyendo el riesgo de incendios y favoreciendo la conservación de los espacios naturales y biodiversidad.</p> <p>La ganadería también puede promocionar la economía circular, gracias a la reutilización en la alimentación animal de subproductos agrícolas y la producción de fertilizantes orgánicos a partir del estiércol.</p> <p>Apuesta por envases biodegradables.</p>	  

**Marta Pascual**, CSR Product Developer Certificación de Bureau Veritas.  
 www.bureauveritas.es • +34 912 702 200 • infoesp@es.bureauveritas.com  
 Twitter: @BureauVeritasEs • LinkedIn: Bureau Veritas Spain