BOLETÍN RELACIONES CORPORATIVAS Q1-2023

MERCY FOR ANIMALS

¿Cuáles son los principales valores que las personas consumidoras demandan de las empresas hoy en día? ¿Las personas compran productos simplemente para cubrir sus necesidades? ¿O existen otros factores que influyen en sus decisiones de compra?

Un estudio del Institute for Business Value (IBM) nos brinda claridad frente a estas preguntas. Su *Informe de Sostenibilidad Retail* –para el cual entrevistaron a 1,900 ejecutivos de empresas globales de productos de consumo y distribución minorista y a 14,000 personas adultas para conocer la visión del público consumidor– encontró que las personas están dispuestas a modificar la forma en la que compran, viajan e, incluso, el lugar en el que realizan inversiones a partir de ciertos factores de sostenibilidad ambiental.[1]

De hecho, 64% de las personas encuestadas expresó que espera que las empresas presenten mayores resultados en torno a sus programas sostenibles al año siguiente de haberlos presentado.

Carlos Caaps, líder de la industria *retail* para IBM Services Latinoamérica argumenta que "muchas organizaciones, principalmente del sector de *retail* y productos de consumo, están redoblando sus esfuerzos en relación con la sostenibilidad".[2]

Si consideramos que hoy en día la estrategia de sostenibilidad de una empresa es un factor determinante para las decisiones de compra de las y los consumidores, ¿qué ocurre cuando las compañías desatienden esta tendencia?

Habitantes de Veracruz se manifiestan en contra de las operaciones de Bachoco

Un caso reciente en las comunidades de Tamiahua y Naranjos, Veracruz, ilustra las consecuencias que puede sufrir una empresa por carecer de un plan de sostenibilidad. En febrero de este año, personas pertenecientes a dichos poblados se congregaron con el fin de bloquear el paso de una de las pipas perteneciente a la empresa Bachoco que extrae agua del Río Tancochin. Los habitantes argumentaron que la compañía ha estado explotando los recursos hídricos de la zona, y que extrae cerca de 225 mil litros de agua al día para abastecer su granja avícola.[3]

El descontento de las comunidades surgió a raíz de que, con anterioridad, Bachoco tomaba el agua del río Tampeche, ubicado en la parte posterior de una de sus granjas. Sin embargo, el afluente comenzó a secarse, por lo que ahora la empresa está extrayendo el agua del río Tancochin. Las personas que participaron en el bloqueo exigieron que se les reparara el daño, pues son más de 600 familias las que se han visto afectadas ante la falta de agua, y explicaron que el caudal ha descendido de forma alarmante.[4]

La noticia fue distribuida por medios locales y regionales, lo cual transmitió una imagen negativa de Bachoco ante el público. Esto tiene el potencial de afectar gravemente a la empresa, pues, como lo confirma el estudio *The State of Corporate Reputation in 2020: Everything Matters Now*, en promedio, 63% del valor de mercado de las empresas depende de su reputación.[5]

Es notorio que la falta de estrategias corporativas de sostenibilidad puede suscitar el descontento del público y dañar la imágen de las empresas, lo que, por consiguiente, perjudica su rentabilidad.

Los consumidores no ven una diferencia entre la sostenibilidad y el bienestar animal

Hoy en día, el término "sostenibilidad" genera confusión entre el público. Mientras que muchas personas creen que la sostenibilidad está relacionada únicamente con el ambiente, resulta que, cuando hablamos de alimentos de origen animal, la mayoría de las personas considera que éstos pueden ser etiquetados como "sostenibles" si cuentan con estándares de bienestar animal.[6]

Una encuesta realizada por la agencia Midan Marketing encontró que al preguntarles a las personas sobre la sostenibilidad de los alimentos de origen animal que consumían (como carne y huevo), la mayoría no relacionaba este factor con esfuerzos de preservación ambiental, sino con la forma en la que se alimenta y se trata a los animales. Danette Amstein, Gerente Principal de la agencia, explicó que, si bien la gestión del agua, los desechos y la energía son importantes, no son los factores más significativos para este nicho de mercado. Es decir, si las empresas que venden alimentos de origen animal desean ganar la confianza de los clientes contemporáneos, deben comunicar cómo tratan a los animales dentro de sus cadenas de suministro. Amstein añadió: "En pocas palabras, primero el bienestar animal, luego el medio ambiente". [6]

Las empresas están comenzando a invertir en el bienestar animal

Puesto que el bienestar animal se ha convertido en uno de los factores más importantes para los consumidores en los últimos años, cada vez son más las empresas que deciden invertir en este rubro. Al día de hoy, se han adoptado un total de 3,059 políticas de bienestar animal por parte de compañías alrededor del mundo,[7] y el número continúa creciendo. Entre las compañías que han incluido este tipo de políticas, cuyo objetivo es mejorar las condiciones de vida de los animales dentro de las cadenas de suministro, se encuentran restaurantes, cafeterías, hoteles, supermercados, servicios de *catering*, marcas de productos de consumo masivo y otros actores del sector alimentario.

De los miles de políticas corporativas de bienestar animal previamente mencionados, 81% se enfocan en eliminar las jaulas en las que se confinan a las gallinas explotadas para la producción de huevo, puesto que los sistemas con jaulas son considerados una de las formas más atroces de abuso contra los animales en la industria alimentaria. Esto significa que 2,480 empresas en el mundo ya se han comprometido públicamente con el bienestar de estas aves y a trabajar de la mano con sus proveedores para abastecerse únicamente de huevo que provenga de instalaciones libres de jaulas.

De enero a marzo del 2023, 21 nuevas compañías que proveen servicios de alimentación asumieron este mismo compromiso. A continuación se enlistan aquellas empresas con operaciones a nivel global y aquellas con presencia en Latinoamérica.

Empresas con políticas libres de jaula de impacto global

Viking, una de las líneas de cruceros con mayor presencia en el mundo, se comprometió a abastecerse al 100% de huevo libre jaula (en presentación líquida y de cascarón) a lo largo de sus cadenas de suministro en todo el mundo. La empresa experta en brindar experiencias turísticas en los cinco continentes anunció que ya se encuentra utilizando este tipo de huevo y que planea completar la transición total a más tardar en el año 2025.

LSG Group –una de las compañías de *catering* de aerolíneas más grandes del mundo, la cual sirve 131 millones de comidas por año en más de 40 países– anunció su compromiso de abastecerse únicamente de huevo que provenga de instalaciones libres de jaula para el 2025.

La cadena estadounidense de helado y comida rápida, Dairy Queen, recientemente expandió su política de huevo libre de jaula con el fin de cubrir todas sus cadenas de suministro en el mundo. La empresa comunicó estar avanzando en los distintos países en los que opera, con el fin de lograr la transición a más tardar en el 2025.

Empresas en Latinoamérica con políticas libres de jaula

En línea con las tendencias mundiales de bienestar animal, el supermercado Super Nosso, con más de 72 sucursales en Brasil, se comprometió a vender únicamente huevos (naturales y procesados) de gallinas libres de jaulas en todas sus tiendas. La cadena comunicó que busca finalizar dicha transición en el 2028 y que, mientras tanto, buscará educar a toda su cadena de suministro sobre los beneficios de las instalaciones sin jaulas.

La Receta y Cia S.A.S., empresa colombiana especializada en elaboración de comidas y platillos preparados, anunció una política libre de jaulas para sus tres marcas (Il Forno, Wajaca y Mocata), la cual impactará sus 61 sucursales. La compañía utilizará huevos libres de jaula en todos sus tipos (cáscara, líquido, en polvo, etc.) y en todos los productos que lo contengan como ingrediente. Se comprometió a reportar su progreso anualmente y estableció el 2025 como fecha límite para la transición.

En Perú, Flora & Fauna se ha convertido en el primer supermercado en ofrecer exclusivamente huevos libres de jaula. Para la empresa es muy importante criar y alimentar de forma adecuada a los animales, por lo que compartió que se esforzará en incluir prácticas adicionales de bienestar animal en sus operaciones.

La tienda colombiana de alimentos Hacienda San Alonso dio un paso adelante en materia de bienestar animal. La empresa se comprometió a comercializar exclusivamente huevos provenientes de sistemas en los que las gallinas no estén enjauladas. Ésta es una decisión permanente que aplicará en todas sus sedes.

La heladería argentina Chungo, con más de 30 puntos de venta, comunicó que, como parte de su compromiso con la sostenibilidad y el bienestar animal, hará una transición para que su cadena de abastecimiento utilice solamente huevos 100% libres de jaula. Esta política representa una decisión permanente para la empresa y se aplicará en todos sus productos de heladería que contengan huevo, cometido que buscan lograr a más tardar en el 2025.

Mistral, una panadería con tres sedes en Bogotá, Colombia, publicó un compromiso en el que señala que todos los huevos que utilice para sus platillos y productos provendrán de instalaciones sin jaulas. En su anuncio, la empresa invita a otras a que se sumen a este cambio en favor del bienestar animal.

El restaurante peruano de alta cocina Limaná comunicó que brindar una experiencia gastronómica integral es parte de sus prioridades. Por el respeto que le tiene a los animales y a la naturaleza, el restaurante se comprometió a utilizar únicamente huevos provenientes de sistemas sin jaulas en todas sus preparaciones.

El restaurante de comida italiana Oliveto, con tres sucursales en la capital de Colombia, anunció su compromiso con los animales. La empresa comunicó que comenzará su transición para abastecerse únicamente de huevo libre de jaula a más tardar para el año 2025. Esta decisión aplicará en todas sus sedes.

Casa Zuleta, restaurante ubicado en Ecuador, se comprometió públicamente a utilizar huevos de gallinas libres de jaulas en todas sus recetas. En su anuncio, reconoció la importancia de la participación de las empresas en el fomento del bienestar animal.

La *Universidade Católica Dom Bosco*, en Brasil se convirtió en signataria del proyecto "universidades libres de jaula" a través de sus cursos de medicina veterinaria, zootecnia, y agronomía. Dicha propuesta invita a las universidades de educación superior a que se comprometan a cambiar las condiciones de crianza de los animales que están en granjas escolares, adoptando prácticas de bienestar animal, especialmente, en la avicultura y la porcicultura.

Mercy For Animals te ayuda a destacar como empresa sostenible y a publicar tu primera política sin jaulas.

Contáctanos para recibir orientación sin costo sobre cómo tu empresa puede aumentar el valor de su marca a través de estrategias de bienestar animal.

Nuestro trabajo es ayudarte a hacerlo posible.

Puedes consultar más detalles en nuestra página *web* www.mercyforanimals.lat/politicasinjaulas o enviarnos un correo electrónico a relacionescorporativas@mercyforanimals.org

MERCY FOR ANIMALS

Nora Caro | Especialista de Relaciones Corporativas, México
NoraC@MercyForAnimals.org

Diana Molina | Gerente de Relaciones Corporativas, Latinoamérica
DianaM@MercyForAnimals.org

Referencias:

[1] Economía sustentable (agosto 2021). "Un estudio advierte que los consumidores prefieren a las marcas más sustentables". Sitio web: https://economiasustentable.com/noticias/un-estudio-advierte-que-los-consumidores-prefieren-a-las-marcas-mas-sustentables

[2] América Economía (agosto 2021). "Cómo la sustentabilidad puede crear valor para que las empresas de América Latina se conecten con sus consumidores". Sitio web: https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/como-la-sustentabilidad-puede-crear-valor-para-que-las-empresas-de-america

[3] E-consulta Veracruz (febrero 2023). "Que no saqueen el agua: En Tamiahua, pobladores paran pipas de Bachoco". Sitio web: https://e-veracruz.mx/nota/2023-02-28/municipios/que-no-saqueen-el-agua-en-tamiahua-pobladores-paran-pipas-de-bachoco

[4] Al Calor Político (febrero 2023). "Nos sobra el agua pero… estalla conflicto al norte de Veracruz por empresa Bachoco". Sitio web: https://www.alcalorpolitico.com/informacion/nos-sobra-el-agua-pero-estalla-conflicto-al-norte-de-veracruz-por-empresa-bachoco-383841.html

[5] Weber Shandwick (enero 2020). "The State of Corporate Reputation in 2020: Everything Matters Now". Sitio web: https://www.webershandwick.com/news/corporate-reputation-2020-everything-matters-now/

[6] Midan Marketing (septiembre 2021). "Today's Consumers Can't Separate Animal Welfare From Sustainability". Sitio web: https://midanmarketing.com/todays-consumers-cant-separate-animal-welfare-from-sustainability/

[7] Chicken Watch (31 marzo 2023). "Progress Tracker". Sitio web: https://chickenwatch.org/progress-tracker?filterK=Cage-free