

Cómo empezar a usar los objetivos de CSPO (Aceite de Palma Sostenible Certificado)



Por: Yasmína Neustadt,

Representante Técnica de la RSPO para Latinoamérica

¿Cómo puede su organización cumplir con la demanda de sostenibilidad de las partes interesadas y de los consumidores?

En la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por su sigla en inglés) reconocemos que la industria del aceite de palma tiene un historial desafiante en cuanto a sus impactos sociales y ambientales negativos, por lo que es de vital importancia la producción sostenible del aceite de palma. La mayoría de las empresas quieren hacer lo correcto en términos de sostenibilidad y de responsabilidad social, pero las complejidades a menudo persisten y hacen que los cambios ocurran más lentamente de lo que los interesados o los consumidores desearían. En esto concuerdan tanto consumidores conscientes como partes interesadas de la industria, quienes ponen cada vez más presión para lograr cambios positivos y piden a las empresas que mejoren sus prácticas de sostenibilidad.

Infelizmente, una limitación común entre los líderes empresariales es el “quemeimportismo” de los consumidores o que los consumidores conscientes siguen siendo una pequeña parte del mercado en general. Esto puede ser verdad hasta cierto punto, pero las investigaciones muestran que eso está cambiando. Forbes informa que las generaciones más jóvenes quieren que las compañías a quienes compran sus productos realicen prácticas comerciales sostenibles y éticas. Es lógico esperar que a medida que se expande esta proporción de nuestra población, el gasto de los consumidores se vea impulsado cada vez más por las opiniones sobre los valores sociales, éticos y ambientales de una empresa.

Las compañías que planeen con anticipación y prioricen la responsabilidad corporativa estarán en una mejor posición para prosperar en el mercado cambiante. Un gran ejemplo es Kraft Heinz, empresa de alimentos, la cual recientemente anunció los objetivos específicos de comprar solo huevos provenientes de gallinas criadas sin jaula hasta 2025, y reducir el consumo de agua y las emisiones de gases de efecto invernadero en un 15 % para 2020, entre otras metas ambiciosas. Y quizás uno de los desarrollos más cruciales en el mundo de los negocios es el surgimiento de inversionistas y bancos tradicionales que impulsan la sostenibilidad, como lo demuestra recientemente la Comisión Europea al adoptar un plan de acción sobre finanzas sostenibles.

Si bien este progreso es emocionante, debemos reconocer que aún queda mucho por hacer para llenar los vacíos entre el discurso y la acción corporativa. Entonces, ¿Qué puede hacer usted para ayudar y por dónde debe empezar? A continuación encontrará algunas recomendaciones para una empresa u organización que está considerando aumentar su enfoque en una cadena de suministro de aceite de palma más sostenible o simplemente iniciar su proceso.

Aborde las inquietudes de los clientes y comience a anunciar lo que usted está haciendo

- Las cambiantes demandas de los consumidores a todo nivel, desde el abastecimiento sostenible hasta la reducción del uso de envases plásticos son suficientes para causar una parálisis organizativa. Utilizar organismos de certificación reconocidos internacionalmente como referencias para productos básicos como el aceite de palma le ayudarán en su curva de aprendizaje. Las organizaciones como la RSPO apoyan a los minoristas mientras estos implementan políticas, proporcionándoles espacios precompetitivos para que aprendan sobre el tema y ayudándoles a contar su historia de sostenibilidad de manera pública y transparente. Al actuar pensando en el interés de sus clientes, usted está reafirmando que comparte su preocupación y que está dispuesto a apoyar un cambio positivo.

Colabore con los demás

- Cualquiera que sea su campo de acción, asociaciones comerciales, organizaciones no gubernamentales u otros grupos, busque trabajar con sus pares en la solución de los grandes problemas. Por ejemplo, la RSPO, en coordinación con sus miembros, formó el Grupo Consultivo para América Latina (GCAL) para ayudar a las partes interesadas de la región a trabajar conjuntamente en la búsqueda de soluciones a problemas complejos en sus cadenas de suministro de aceite de palma. Hemos visto este enfoque en otros productos críticos como el azúcar, la soja y la carne de res, lo que ha generado hitos en toda la industria.

Alinee las funciones de compras y sostenibilidad

- Muy a menudo, estos departamentos tienen diferentes misiones, prioridades particulares y, lo que es más importante, diferentes presupuestos. Cuando los costos y los objetivos de la sostenibilidad son considerados una externalidad en lugar de una norma, las prácticas sostenibles se convierten en una barrera para sus objetivos en lugar de una parte de ellos.

Haga más que hablar sobre el abastecimiento sostenible: apoye el abastecimiento sostenible

- Comprar aceite de palma sostenible certificado RSPO (CSPO) es una forma clara de demostrar a los consumidores que está actuando más allá de hablar. Algunas compañías tienen muy buenas políticas a nivel teórico (ya sea en papel o en sus sitios web), pero no las implementan con diligencia. Las empresas deben comprometerse con planes de acción determinados para trasladar sus cadenas de suministro a fuentes producidas de forma sostenible. Empiece por lo más simple para generar algunas victorias en conjunto con el equipo de abastecimiento y luego pase a temas más complejos.

Participe, participe y participe más

- Participar en eventos de la industria enfocados en la sostenibilidad o colaborar con colegas en asociaciones de la industria enfocadas en la sostenibilidad demuestra a los consumidores que sus esfuerzos son más que un simple mensaje: son auténticos. A través de este nivel de compromiso con las partes interesadas y los consumidores, la industria puede comprender y predecir mejor las tendencias que llevarán a satisfacer la demanda de sostenibilidad de los consumidores.

Nuestras cadenas de suministro son mucho más complejas de lo que parecen, pero no se deje asustar por las complejidades y la jerga. Si usted comienza aquí y trabaja diligentemente, su transición hacia una cadena de suministro más responsable habrá empezado. No debemos limitar los esfuerzos de Responsabilidad Social Empresarial, RSE, a las comunidades locales en las que operamos y olvidar cómo se ha interconectado nuestro mundo. Cuando comience este recorrido, se dará cuenta de que no solo tiene buen sentido para las personas y el medioambiente en las naciones productoras, sino también un tremendo sentido comercial a medida que evolucionan las actitudes de los consumidores y las partes interesadas.