International Meat Secretariat
www.meat-ims.org | 575 | febrero 2017

CONTENTS

- Sostenibilidad, sanidad, nutrición y gestión en el último día del Congreso Mundial de la Carne
- ¿Se enfrentan EE.UU. y la UE a una nueva guerra comercial en torno al vacuno tratado con hormonas?
- Un nuevo gran empuje hacia la sostenibilidad de las empresas cárnicas estadounidenses

I.M.S.
5 rue Lespagnol
75020 París
FRANCIA

Tel.:
33 (0)1 44 93 60 20

Fax:
33 (0)1 44 93 60 01

Editor: Hsin Huang
© I.M.S. Todos los derechos reservados

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta publicación sin el consentimiento previo de la OPIC.

www.meat-ims.org

Sostenibilidad, sanidad, nutrición y gestión en el último día del Congreso Mundial de la Carne

El 21º Congreso Mundial de la Carne de la OPIC estuvo organizado por el Instituto Nacional de Carnes (INAC) de Uruguay y se celebró en Punta del Este. Este reportaje resume el último día del congreso (el primer día ya se resumió en el número 574 de la newsletter de la OPIC).

Sesión 5. Sostenibilidad. Moderador: Jurgen Preugschas, presidente del Comité de Carne Sostenible de la OPIC.



Jeurgen Preugschas

Ruaridh Petre, director ejecutivo de la Mesa Redonda Global para el Vacuno Sostenible (GRSB), subrayó algunos de los retos más destacados para el sector de la carne y el ganado, incluidas las protestas registradas en Australia en 2011 en torno a la exportación de ganado vivo a Indonesia. En este caso, las protestas se proponían trasladar un mensaje a los consumidores sobre el bajo nivel de bienestar animal, y no las organizaron considerando el contexto mucho más amplio de ese comercio. El resultado fue que esa publicidad contundente derivó en la suspensión inmediata del comercio, con mayores consecuencias adversas, tanto medioambientales como humanas, que no se habían tenido en cuenta.

Este ejemplo enfatizó cómo de importante era para la industria establecer información en todos los aspectos de los sistemas productivos sostenibles -social, medioambiental y económico-. La información requerida debería englobar todas las etapas de la cadena de producción para proporcionar a los consumidores información objetiva sólida para promover *valores compartidos* con la industria. El objetivo clave del trabajo de GRSB fue "construir la confianza a través de la transparencia". Aunque contar historias positivas era importante, no fue suficiente -existía una necesidad tanto de documentar como de demostrar mejoras genuinas, así como de explicar de una forma relativamente sencilla algunas de las complejidades de las cuestiones de la sostenibilidad. Ruaridh proporcionó algunos ejemplos de pruebas de buenas prácticas de organizaciones de prestigio de Irlanda y Brasil.

Jeffrey Fitzpatrick-Stilwell, alto directivo del Departamento de Sostenibilidad de la Corporación McDonald's, mostró cómo McDonald's se está aproximando al suministro sostenible de carne. Centrándose en su huella de carbono, el 70% del impacto de su empresa se registraba en su cadena de producción y sus sistemas agrícolas asociados, con un 41% relacionados con el sector del vacuno. Para mejorar la sostenibilidad de sus sistemas, intentaron ser responsables y sensibles al mismo tiempo con sus consumidores -y guiarse por la ciencia para realizar dichos cambios-. Se propusieron una serie de objetivos para lograr en 2018, que incluían cerdos libres de detención de la gestación en 2022, sistemas productivos libres de cualquier tipo de deforestación y la eliminación de cualquier pollo criado con antibióticos relevantes para la salud humana.

Entonces prosiguió hablando sobre el proyecto piloto de vacuno que McDonald's ha emprendido en Canadá, una prueba más de su compromiso con la industria global del vacuno. Los objetivos de ese proyecto se proponen:

- Empezar a adquirir una parte del vacuno de fuentes sostenibles verificadas en 2016.
- Poner en práctica los principios y criterios de GRSB de una forma relevante localmente.
- Apoyar y acelerar un contexto industrial liderado por la sostenibilidad del vacuno.

Berhe Tekola, director de la División de Producción y Sanidad Animal de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO),

felicitó a la industria cárnica uruguaya por sus logros en la producción sostenible de ganado. Remarcó que el reto de tener una producción sostenible varía en las diferentes partes del mundo, sobre todo debido a los índices de crecimiento variables en determinadas regiones. Tradicionalmente, se ha puesto el foco en el aspecto medioambiental de la producción de ganado sostenible, pero es importante tener en cuenta tres áreas independientes: equidad y crecimiento; seguridad y sanidad alimentaria; recursos naturales y cambio climático.

Se estimaba un crecimiento del 70% en el consumo de carne, derivado del crecimiento de la población, el aumento de los ingresos y la urbanización; el aumento se propagaría de forma desigual, con un mayor crecimiento del consumo de cerdo y aves que de carne de rumiantes. En los países en vías de desarrollo, un 60% de los hogares rurales tienen ganado, con 1,7 billones de personas en parte o del todo dependientes del ganado como fuente de ingresos. Un billón de estas personas son pobres, 530 millones de las cuales son extremadamente pobres; además, muchas de esas personas son vulnerables al futuro impacto del cambio climático. Berhe prosiguió hablando sobre la importancia de la seguridad alimentaria y la sanidad. En resumen, sus cinco principios para una producción de ganado sostenible se proponen:

- Aumentar la eficiencia.
- Mejorar la subsistencia y el bienestar.
- Proteger los recursos.
- Aumentar la resiliencia.
- Mejorar la gestión.

Ruy Fachini Filho, presidente de la Unión Rural de Campo Grande, Brasil, habló sobre el progreso en la producción de ganado sostenible en Brasil. En 2010, Brasil presentó formalmente en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC) su compromiso voluntario de reducir la deforestación en un 80% en 2020. De momento, ha habido una reducción del 74%. Quedó claro que la expansión del ganado ya no depende de la deforestación; además, en 2030 la previsión es que las áreas de pasto representen 161 millones de hectáreas, liberando 17 millones de hectáreas para otras actividades agrícolas, bosques y recuperación de bosques. Los elementos clave incluyen promover la productividad de forma sostenible:

- Educar sobre la intensificación del ganado.
- Mejorar el acceso a los créditos rurales.
- Proporcionar financiación para contratar asistencia técnica.
- Apoyar a los productores para cumplir con las leyes de protección medioambiental.
- Expandir los mercados.

Ruy también es vicepresidente de la Mesa Redonda Brasileña de Ganado Sostenible (GTPS), y describió el trabajo que lleva a cabo esta iniciativa, diseñada para promover el desarrollo de la producción de ganado sostenible. Tiene cuatro pilares: mejora continua para la sostenibilidad, transparencia y ética, buenas prácticas agrícolas y de gestión, y cumplimiento legal. Hasta el momento ha involucrado a 800 productores, con granjas con 800.000 hectáreas, 24 socios locales y 7 proyectos piloto en 5 estados brasileños.

Sesión 6. Sanidad y nutrición humanas. Moderadora: Mary Ann Binnie, presidenta del Comité de Nutrición y Sanidad Humanas de la OPIC.



Mary Ann Binnie

Alison Watson, especialista en sistemas alimentarios sostenibles, empezó identificando el dilema al que se enfrenta Jane, una madre de 49 años con tres hijos. Comía carne casi todos los días; su salud le preocupaba, así como la de su familia, y también le preocupaba el futuro del mundo. Se parecía a un gran número de consumidores del mundo desarrollado: se sentía confrontada con mensajes confusos y contradictorios de los medios de comunicación; la mayoría comunicaban temas negativos en torno a la carne, desde el punto de vista de que es un componente de la dieta que no es sano y que también es malo para el futuro del planeta. Las redes sociales también contribuyen en gran medida a difundir esa idea, con sus mensajes negativos y un gran número de historias anti-carne que van creciendo. La industria tiene que estar preparada para solventar este reto.

Lo que se requiere es el desarrollo de una estrategia global de comunicación, que debería tener elementos internacionales y también nacionales y localizados. Para la industria es esencial dejar de estar a la defensiva y ser más proactiva, y evitar culpar a los demás. Los planteamientos basados en la ciencia son clave, pero su comunicación efectiva es esencial. No es suficiente decir que la carne forma parte de una dieta equilibrada, que podría interpretarse de muchas maneras diferentes y no da una idea de cuánta carne debería consumirse. Ante todo, existe una necesidad de conectar y demostrar las cualidades positivas de la carne en todos los aspectos de la producción y el consumo.

Stefano Natella, jefe de Mercados Globales, Credit Suisse, alertó a los delegados de los fallos en algunas afirmaciones de los científicos, en el campo médico y de nutrición, sobre el efecto perjudicial del consumo de carne sobre la salud humana. Trató una serie de asuntos que había tratado desde cerca, desde la ciencia y las pruebas que encontramos detrás de algunas afirmaciones, que incluyen ideas

como las siguientes:

- La grasa saturada es la causante de problemas cardiovasculares.
- La proteína vegetal es más sana que la proteína animal.
- Un consumo de carne elevado aumenta las probabilidades de desarrollar diabetes de tipo 2.
- El consumo de carne causa cáncer colorrectal.

En todos los casos, mostró las limitaciones de esas afirmaciones, y en algunos ejemplos, los fallos de la investigación.

Un análisis realizado a la dieta de la población de Kiribati, una isla del Pacífico, muestran que, aunque la grasa saturada representa un 27% del consumo de energía total –uno de los porcentajes más elevados del mundo–, el número de muertes por enfermedad coronaria se encuentra en la cifra excepcionalmente baja de 11,8 por cada 100.000 personas. Si lo comparamos con la dieta de EE.UU., la grasa saturada representa menos de un 12% de los niveles de consumo de energía, pero las muertes por enfermedad coronaria representan más de 80 por cada 100.000. Las cifras correspondientes a otros países tampoco muestran ninguna causalidad. Centrándonos en la comparación entre la proteína animal y la vegetal, los datos indican que conforme los niveles de consumo de proteína animal aumentan como porcentaje de nivel de calorías total, la incidencia de muertes por enfermedad coronaria disminuyen. En cambio, conforme los niveles de consumo de proteína vegetal crecen, existe un aumento del número de muertes por enfermedad coronaria, probablemente atribuibles a un mayor consumo de grasas trans. La presentación de Natella planteó la cuestión de hacer caso a las afirmaciones de que *la carne es negativa* y concluyó con un balance altamente crítico del informe de la Agencia Internacional de Investigación contra el Cáncer, por el vínculo que establece entre comer carne y el cáncer colorrectal.

Karla Álvarez, jefa del Departamento de Nutrición del Hospital del Norte Dr. Gustavo St. Bois, Uruguay, habló del gran número de beneficios del vacuno uruguayo, al cual describió como "la comida ideal", basándose en que proporciona la cantidad y la calidad óptima de proteínas, lípidos, vitaminas y minerales esenciales para la salud física y mental del ser humano. El Consejo Americano de Ciencia y Sanidad también apoyó esta consideración sobre el vacuno americano, considerándolo "un alimento altamente nutritivo". Álvarez describió los factores que influyen en la composición nutricional de la carne en general, como la edad del animal, su actividad física y su alimentación. Defendió que la carne es una parte esencial de una dieta nutritivamente equilibrada, puesto que es un alimento natural que debería consumirse en todas las etapas de la vida humana. Ello se debe a las fuentes nutritivas que contiene –proteínas de alto valor biológico, aminoácidos esenciales, hierro, zinc y grasas.

Janet Riley, vicepresidenta de Relaciones Públicas del Instituto Norteamericano de la Carne, habló sobre el impacto de declaraciones negativas repetidas sobre la salud relacionadas con la carne a los consumidores de Estados Unidos. La mayoría de acusaciones anti-carne se basan en correlaciones, más que en causalidad, y el nivel de índices de riesgo en las conclusiones de las investigaciones con frecuencia no es lo suficientemente alto como para utilizarlo como prueba. A pesar de ello, los informes publicados en los medios tienden a simplificar los hallazgos relacionando causa y efecto. Se ha dado muy poca publicidad, en relación a las preocupaciones reales del público en torno a la salud, sobre las implicaciones de **reducir o eliminar** el consumo de carne. Entre los nutrientes esenciales, como calcio, vitamina D, potasio, hierro y ácido fólico, a menudo los niveles de ingesta son más bajos que los que se recomiendan para algunos segmentos de la población, y cualquier reducción del consumo de carne puede derivar en carencias de esos nutrientes.

Para terminar con un apunte optimista, Riley hizo una lista de doce motivos por los que la carne y la carne de ave debería formar parte de una dieta equilibrada. Incluyen la función positiva de la carne como fuente de hierro, una nutrición biodisponible, la conservación muscular, la fortaleza de los huesos, la función cerebral y la inmunidad del zinc.

Para concluir esta sesión, Mary Ann Binnie informó que el reciente Taller de Marketing de la OPIC concluyó con un mensaje clave para trasladar al Congreso, que todos los delegados de los países deberían apoyar: **la función crucial de la carne durante los primeros 1.000 días de vida**. No solamente es una conclusión principal del Taller de Marketing, sino también un mensaje importante y positivo para el Congreso en conjunto, que debe apoyarse y publicitarse.

Sesión 7. Gestión. Moderador: Pablo Caputi, gestor de Conocimiento, Instituto Nacional de Carnes (INAC) de Uruguay.



Pablo Caputi

Federico Stanham, presidente del INAC, describió los objetivos y el funcionamiento del INAC y mostró su función para apoyar el desarrollo de la cadena de carne uruguaya. Considera que

el objetivo de la gestión debe ser mejorar la coordinación entre las partes en cadenas agroindustriales complejas, así como buscar mejoras globales en el funcionamiento de la cadena a través de la investigación, la regulación y la intervención relevante del gobierno. El INAC ha tratado de mejorar las condiciones de la industria cárnica, así como proporcionar asesoramiento al gobierno sobre las políticas del sector. Fue financiado por un impuesto obligatorio en todas las ventas de carne en los mercados local y de exportación. Estudiando la efectividad del INAC, identificó una serie de áreas que incluyen, sobre todo:

- Posicionar al vacuno uruguayo en los mercados internacionales basados en las cualidades de los sistemas productivos, los bienes públicos y una acción exportadora efectiva.
- Proporcionar el apoyo debido a través de información estadística relevante e indicadores que hayan sido altamente valorados por todas las partes.
- Gestionar las cuotas tarifarias preferentes de forma transparente.

Jim O'Toole, director de Bord Bia, Irlanda, describió cómo el *origen verde* sustentó la marca nacional de Irlanda para sus productos alimentarios en todo el mundo. Irlanda ya tenía una imagen de *verde y natural*, pero desarrollar el *origen verde* fue una parte esencial de probar y validar esa imagen. Los elementos clave se proponían:

- Involucrar a todas las partes.
- Determinar lo que importa.
- Construir sobre estándares internacionales.
- Garantizar que existe una mejora continua.

Bord Bia se ha construido sobre un conjunto de procedimientos de acreditación y verificación independientes, que cubren áreas como el uso energético, las emisiones, el agua, la biodiversidad y la sostenibilidad social. También se han realizado evaluaciones de sostenibilidad ganadera adicionales que muestran la información de las actuaciones realizadas, incluyendo datos fiscales; por otra parte, se establecieron los objetivos, y la colaboración con una serie de organizaciones garantizó que existía una aceptación de todas las partes de la cadena de producción.

Martin Secco, consejero delegado de Marfrig Global Foods, abordó la gestión del INAC desde la perspectiva de su experiencia en Marfrig. El INAC era una parte vital de la interfaz entre la industria cárnica y el gobierno, y estaba autorizado para comentar cualquier regulación, ley o decreto relacionado con la industria cárnica en Uruguay. Describió la industria hace cincuenta años, cuando se creó el INAC: en esa época, los cuartos delanteros y traseros se envolvían en nylon y arpillera, y se transportaban en la bodega de los barcos. El INAC desempeñó una función crucial, a lo largo de los años, para transformar la industria cárnica hasta su destacada posición actual. Una función clave que ha respetado durante estos años ha sido el diálogo continuo que ha mantenido entre las diferentes partes de la cadena cárnica, que ha permitido que se haya efectuado un progreso efectivo. Aunque una gran parte de la industria era propiedad extranjera, y que inicialmente existía cierta preocupación de que esos propietarios pudieran oponerse al interés nacional, pudo garantizar a todos los que estaban preocupados de que eso nunca ocurrió. Además, quedó tan impresionado por la forma en la que actuó el INAC, que alentó a establecer una estructura similar en el estado de Mato Grosso, en Brasil.

Sam McIvor, director ejecutivo de Beef & Lamb New Zealand, indicó que en sus cargos anteriores conoció la gestión desde la perspectiva de la supervivencia del negocio, y que también pudo apreciar "la enormidad del comercio y el consumo mundial". Desde su cargo actual, cree que los exportadores neozelandeses de vacuno y ovino han caminado juntos en un espíritu de *competición cooperativa*, en la que duros competidores cooperan por un interés mutuo. Mencionó tres ejemplos relacionados con:

1. La bioseguridad, en la que todas las industrias del ganado trabajan con el gobierno para conservar el alto nivel de sanidad animal de Nueva Zelanda.
2. El acuerdo de beneficios de la carne roja, dirigido a llevar las mejoras en sostenibilidad a la industria.
3. La estrategia de desarrollo de mercado de Nueva Zelanda, con el objetivo de asegurar un acuerdo en toda la industria en una estrategia a largo plazo para el vacuno y el ovino.

IMS Meat Science Prize, Premio de Ciencia Cárnica de la OPIC

El Premio de Ciencia Cárnica de la OPIC fue entregado por el presidente de la OPIC, Guillaume Roué, a Jiao Liu, de la Universidad de Helsinki, por su investigación ***Nueva hipótesis que explica la influencia de proteínas sarcoplasmáticas en el agua que contiene miofibrilla***.

En conclusión, el tema de este exitoso Congreso fue *Muchas voces, una melodía*. El espíritu unificador del Congreso fue de una determinación entusiasta para progresar como industria frente a varios retos. Estará bien ver cuánto habremos progresado cuando nos reunamos de nuevo en Dallas, Texas, en 2018. Expresamos nuestro agradecimiento al comité organizador del INAC.

Bob Bansback
Consejo Asesor de la OPIC

¿Se enfrentan EE. UU. y la UE a una nueva guerra comercial en torno al vacuno tratado con hormonas?

EE. UU. y la UE podrían enfrentarse a una nueva guerra comercial en torno al vacuno tratado con hormonas.

En una de las últimas jugadas de la administración Obama, el representante comercial de la Oficina de EE. UU. activó una medida contra lo que describió como prácticas comerciales injustas de la UE que discriminan las importaciones de vacuno de EE. UU.

A finales del año pasado, el USTR, que actuaba según el requerimiento de la industria del vacuno estadounidense, inició una audiencia pública y solicitó comentarios públicos acerca de la prohibición de la UE sobre la mayoría de productos de vacuno estadounidenses.

El sector del vacuno estadounidense dice que la prohibición europea es injusta porque no se basa en hechos científicos y discrimina a los ganaderos, los rancheros y los productores estadounidenses. Cualquier acción que emprenda EE. UU. haría que se retirara al país de un memorando de entente definido entre la UE y EE. UU. para permitir un cupo de vacuno tratado sin hormonas dentro del mercado europeo.

La Comisión Europea dice que el acuerdo para el cupo de importación para el vacuno tratado sin hormonas establecido en 2009 permitía entrar 60.000 toneladas de vacuno estadounidense en el mercado europeo, y que cambiar la prohibición en torno al vacuno tratado con hormonas nunca formó parte de las negociaciones.

Sin embargo, el embajador comercial de EE. UU., Michael Froman, declaró en un comunicado: "La OMC determinó que la prohibición de la UE sobre las importaciones de vacuno estadounidense viola sus obligaciones comerciales internacionales. La UE no presentó garantías para solventar esta cuestión, así que ahora toca emprender acciones".

Froman dijo que las acciones mantienen a la UE como responsable, y que es un paso importante para alentar a la Comisión a regresar a la mesa para garantizar que los ganaderos americanos tengan acceso al mercado europeo y que los consumidores europeos tengan mejor acceso al vacuno estadounidense de alta calidad.

El secretario estadounidense de Agricultura en la administración Obama, Tom Vilsack, declaró: "Los ganaderos americanos crían parte del mejor vacuno del planeta, pero las políticas restrictivas de la Unión Europea siguen negando el acceso a los consumidores europeos al vacuno norteamericano a precios asequibles".

"Durante varios años, hemos solicitado a la UE que fije un acuerdo que claramente se ha roto, pese a su promesa original de proporcionar un mercado favorable al vacuno americano."

Sin embargo, un portavoz de la Comisión Europea declaró: "La UE ha cumplido totalmente, tanto en la letra como en la intención, con el memorando de entente firmado con EE. UU. en 2009, que establecía un cupo de vacuno libre de hormonas de más de 60.000 toneladas".

"Ciertamente, la terminación de ese acuerdo y la posible aplicación de impuestos a las exportaciones de la UE a EE. UU. podrían representar un desafortunado paso atrás en las fuertes relaciones comerciales existentes entre la UE y EE. UU."

"Mientras, la UE seguirá implementando el memorando de entente UE-EE. UU. y está lista para escuchar cualquier preocupación que quiera comunicarle la administración de EE. UU. La UE está comprometida en mantener su alta seguridad alimentaria y estándares sanitarios. Solo se permitirá la entrada al mercado europeo a los productos que cumplan esos estándares."

"Cambiar la prohibición europea sobre el vacuno tratado con hormonas nunca formó parte de las negociaciones con Estados Unidos para establecer un acuerdo comercial."

El total de exportaciones de vacuno y de productos de vacuno estadounidenses representan una media de 6.000 millones de dólares al año. Si EE. UU. reinstala aranceles compensatorios, que la Organización Mundial del Comercio aprobó en 1999, podrían afectar a los productos de la UE por un valor de 116,8 millones de dólares.

En 2008, la OMC confirmó que EE. UU. todavía tenía derecho a imponer medidas comerciales hasta que la disputa por el vacuno europeo se resolviera.

En enero de 2009, USTR decidió cambiar la lista de productos sujetos a impuestos adicionales, pero retrasó implementar las sanciones para permitir más negociaciones con la UE para resolver la disputa.

En mayo de 2009, EE. UU. y la UE firmaron un memorando de entente bajo el cual la UE acordaba crear una nueva cuota libre de impuestos para

las importaciones de vacuno producido especialmente.

Desde 2009, a cambio de la eliminación del aumento de tarifas de EE. UU. a las importaciones europeas, el memorando de entente proporcionó una oportunidad a los productores estadounidenses de exportar vacuno adicional al mercado europeo.

Sin embargo, la industria del vacuno de EE. UU. ha reclamado que se ha impedido que gane los beneficios previstos en el memorando de entente, debido al aumento de importaciones bajo el cupo libre de impuestos de proveedores que no son de EE. UU., y el representante comercial estadounidense se vio obligado a discutir esta cuestión de nuevo, una vez el sector del vacuno presentó su solicitud.

Si se introducen las últimas sanciones, los aranceles compensatorios cubrirán más de 80 tipos diferentes de carne, leche, fruta, verdura y otros productos, que incluyen diferentes cortes de vacuno, cerdo, ovino, pollo, pavo, vísceras, salchichas y jamones o sopas, repostería, frutos y tomates.

Las reuniones para discutir las propuestas se fijaron a inicios de 2017, aunque el cambio en la administración podría alterar el calendario.

Chris Harris
Periodista de agricultura y alimentación

Un nuevo gran empuje hacia la sostenibilidad de las empresas cárnicas estadounidenses

Smithfield Foods acaba de dar un gran impulso a los esfuerzos medioambientales de la industria cárnica estadounidense.

Pero, primero, Smithfield, el mayor procesador de cerdo y productor de cerdo del mundo, realizó una declaración extraordinaria. Dijo que calcula que las infraestructuras de producción de procesamiento de carne y ganado producen anualmente tanto dióxido de carbono como cinco centrales eléctricas a carbón. El dióxido de carbono en un potente gas de efecto invernadero y un causante significativo, según los científicos, del cambio climático. La Agencia Estadounidense de Protección Medioambiental calcula que el 8% del total de las emisiones de gases de efecto invernadero de EE. UU. en 2014 fueron dióxido de carbono o CO_2.

La medida en que la industria cárnica estadounidense contribuye a esa acumulación de CO_2 está abierta al debate. Mientras tanto los críticos con la industria como sus defensores se arrojan estudios científicos intentando demostrar uno u otro punto, la propia industria ha demostrado un compromiso con la sostenibilidad que cada año se hace más fuerte.

Un planteamiento proactivo

Sin embargo, Smithfield tomó un enfoque diferente: la proactividad. El 5 de diciembre del año pasado, la empresa anunció que, en 2025, reduciría sus emisiones "absolutas" de gases de efecto invernadero en un 25%. "Una vez conseguido, este objetivo reducirá las emisiones más de 4 millones de toneladas métricas, equivalentes a retirar 900.000 coches de la carretera", según declaró la empresa en un comunicado. Smithfield, con sede en Smithfield (Virginia), colabora con el Instituto NorthStar para la Empresa Responsable de la Universidad de Minnesota, así como con la Fundación de Defensa Medioambiental (EDF), para establecer una referencia y conseguir sus objetivos.

"Estamos orgullosos de liderar a la industria y marcar un primer paso lanzando una iniciativa que es medioambientalmente beneficiosa y económicamente factible", declaró Kenneth Sullivan, presidente y consejero delegado de Smithfield Foods. "Mientras tengamos retos únicos para conseguir este objetivo, como el mayor procesador de cerdo y productor de cerdo del mundo, nuestro tamaño y magnitud también significa que, si salimos exitosos, podemos tener un impacto notable y positivo. Nuestra misión es producir *buenos alimentos responsablemente*. Este eslogan también es otro reconocimiento a nuestro compromiso de hacer simplemente esto."

Este compromiso, según Smithfield, se llevará a cabo a través de la cadena de producción de la empresa, así como en ganaderías e infraestructuras de procesamiento propiedad de la empresa, y a través de la extensa red de transporte de Smithfield. Por ejemplo, en su cadena de producción de cereales, Smithfield colabora con EDF "para mejorar la eficiencia de los fertilizantes y la salud del terreno, lo cual reducirá las emisiones de óxido nitroso de las granjas de cereales", declaró la empresa. En sus granjas de producción de carne de cerdo, Smithfield "incorporará energía renovable y proyectos de reutilización que aprovechen la tecnología, como los digestores anaeróbicos

y las cubiertas para lagunas", que instalará en al menos el 30% de las ganaderías que posee la empresa. En sus plantas procesadoras de carne, Smithfield "seguirá mejorando la eficiencia energética a través de la refrigeración, las calderas y otras actualizaciones del equipamiento, optimizando su red logística para gestionar mejor su transporte animal y de productos, a la vez que reduce el consumo de combustible y las emisiones de carbono".

No es la única

Smithfield no es la única empresa cárnica estadounidense que trata de ser más competitiva solventado la sostenibilidad en términos medioambientales y de recursos naturales. Tal como se publicó en la web *Agri-Pulse* a finales de diciembre, "Hormel Foods, como parte de Ceres-World Wildlife Fund Ag Water Challenge, se comprometió recientemente a desarrollar una política de protección del agua completa, estableciendo expectativas de gestión del agua que van más allá el cumplimiento regulatorio de sus principales proveedores, así como contratar a criadores de animales y proveedores de pienso –primero la industria cárnica–."

Según Brooke Barton, directora principal de los programas de agua y alimentos de Ceres, una organización sin ánimo de lucro que trabaja con las principales empresas para solventar cuestiones de sostenibilidad, algunos de estos nuevos esfuerzos son el resultado de inundaciones devastadoras que siguieron al huracán Matthew, que causaron daños extensos en el sud-este de EE. UU., así como en el Caribe. El daño incluyó inundaciones de lagunas de estiércol en Carolina del Norte. Se enviaron cartas de parte de 45 inversores institucionales a los consejeros delegados de cuatro de las empresas más importantes de la industria cárnica estadounidense, "solicitándoles solventar los efectos del cambio climático y los riesgos de la contaminación del agua asociados a la alimentación, el sacrificio y el procesamiento del ganado", escribe Barton en *Agri-Pulse*. Las cartas siguieron a una presión previa de los accionistas en la que 40 inversores institucionales, que representaban 1,25 trillones de dólares, solicitaban a 16 multinacionales de la alimentación que respondieran a los riesgos materiales de la producción animal industrial y sus planes para diversificar su combinación de productos para incluir alternativas vegetales más sostenibles.

Pero la industria no empezó con la sostenibilidad hace dos días, cabe decirlo. En 2007, Cargill, Inc., procesador de cerdo y vacuno, se unió a Smithfield Foods como miembro del Intercambio Climático de Chicago (CCX), y ese mismo año Tyson Foods estableció una nueva colaboración con el gigante del petróleo ConocoPhillips para convertir la grasa animal en combustible diesel renovable. Como se publicó en la newsletter de la OPIC de abril de 2007, "Los nuevos esfuerzos no son simplemente un guiño al ambientalismo –unos campos, digamos, de maíz detrás de la planta para procesarlo con etanol–. Comprenden una nueva forma de ganar dinero en el nuevo mercado verde, un nuevo flujo de caja que las empresas cárnicas inteligentes encontrarán tentadoras y puede que incluso esenciales."

¿Demasiado engaño verde?

Los escépticos –y hay unos cuantos– dicen que todos esos esfuerzos, planes y compromisos equivalen a muy poco más que un *engaño verde*, un enfoque para sentirse bien que realmente hará poco para mejorar los problemas medioambientales. Una serie de "principios y criterios sostenibles" publicados en 2014 por la Mesa Redonda Global sobre Vacuno Sostenible, una coalición que incluye a McDonald's Corp., fue objeto de críticas y ataques en una carta firmada por 23 grupos ecologistas diciendo que "nada más que un intento liderado por la industria de dar una pátina verde a la producción de vacuno convencional en un momento en el que se necesita tan urgentemente un cambio real, calculable y verificable."

Quizá. Pero no se puede cuestionar que cuando los proyectos sostenibles son efectivos, no solo pueden ayudar al medio ambiente, sino que también pueden dar resultados. Smithfield empezó supervisando los ahorros de costes de sus programas de sostenibilidad en 2004, y encontró ganancias de 18 millones de dólares en el primer año. Según Cheryl Baldwin, vicepresidente de consultoría de Pure Strategies, una empresa de consultoría de sostenibilidad, desde 2004 Smithfield ha ahorrado más de 581 millones de dólares solo con sus esfuerzos en sostenibilidad.

"Esa tendencia seguirá mientras las corporaciones multinacionales miren a los productos orgánicos o bio como facilitadores clave para satisfacer los objetivos de sostenibilidad interna", declara Victor Oh, analista en Lux Research, tal como publicó *Environmental Leader*, publicación on line. "Las multinacionales también se están preparando para una futura generación de consumidores que están empezando a seleccionar marcas basadas en cómo están hechos los productos y de dónde procede el material".

"Al final, producir más proteínas realmente sostenibles (animales u otras) será esencial si queremos alimentar a 9.000 millones de personas sin arruinar nuestro planeta", escribe Brooke Barton en *Agri-Pulse*. "La cuestión es si las empresas –y sus accionistas– pueden cambiar suficientemente rápido para lograr ese reto."

Steve Bjerklie, editor colaborador, revista *Meat & Poultry*; corresponsal en *The Economist*