



Área sendo limpa e replantada com denzeiros na plantação de Butaw, condado de Sinoe, Libéria (2014). Anna Fawcus/Oxfam América

FICANDO DE FORA

Por que as empresas de alimentos e bebidas devem fazer mais para enfrentar as mudanças climáticas?

Para o setor de alimentos e bebidas, as mudanças climáticas representam uma grande ameaça. Para milhões de pessoas, significam mais condições climáticas extremas e mais fome. As 10 Grandes¹ empresas contribuem significativamente para essa crise e não estão fazendo quase nada para ajudar a enfrentá-la.

Neste documento, a Oxfam convoca as 10 Grandes a enfrentar a escalada das emissões de gases de efeito estufa causada por suas cadeias de fornecimento, e a combater o desmatamento e as práticas não sustentáveis do uso da terra.

As 10 Grandes devem estabelecer novas metas para cortar as emissões de gases de efeito estufa em suas cadeias de fornecimento. Mas não podem enfrentar os riscos climáticos agindo isoladamente. Elas têm o dever de sair de sua posição cômoda e usar sua influência para exigir ações urgentes de seu setor e do governo no que diz respeito às questões climáticas.

RESUMO

Setor de alimentos e bebidas: cúmplices da crise climática

As mudanças climáticas ameaçam o setor de alimentos e bebidas mais do que poucos outros setores industriais. É um grande risco para as cadeias de fornecimento de alimentos, para os consumidores e, em última análise, para a viabilidade financeira das empresas. As “10 Grandes” empresas de alimentos e bebidas — Associated British Foods (ABF), Coca-Cola, Danone, General Mills, Kellogg, Mars, MondeLêz International, Nestlé, PepsiCo e Unilever — são grandes emissores de gases de efeito estufa (GEEs) considerando todas as suas operações globais. Se juntas, formassem um único país, essas 10 empresas seriam o 25º país mais poluidor do mundo, emitindo mais GEEs (263,7 milhões de toneladas anuais) do que a Finlândia, a Suécia, a Dinamarca e a Noruega juntas.² E essas empresas não estão fazendo nem perto do desejável para cortar sua pegada de carbono.

Mas, pior que isso, não usam sua experiência, liderança e poder para transformar seu próprio setor e exigir o nível de ação que o mundo necessita. As 10 Grandes são cúmplices silenciosas dessa crise em expansão. É uma cumplicidade muito séria, pois essas empresas deveriam estar totalmente conscientes do impacto que as mudanças climáticas têm sobre o sistema alimentar mundial, dada a importância e o alcance que elas têm nele. Duas empresas, em particular, Kellogg e General Mills, são retardatárias notórias entre as 10 Grandes. As duas são altamente vulneráveis aos impactos climáticos, mas também possuem o potencial para liderar o setor rumo a um futuro mais sustentável.

As mudanças climáticas estão contribuindo para tempestades, inundações, secas e alterando os padrões climáticos. Isso está acarretando em perda de safras, aumentos de preço de alimentos e falhas no abastecimento. O resultado final será mais pobreza e mais fome. Até 2050, poderá haver 25 milhões a mais de crianças desnutridas abaixo de 5 anos devido às mudanças climáticas³ e 50 milhões a mais de pessoas famintas.⁴ Essa é a dimensão humanitária da crise climática que já está acontecendo.

As pessoas mais pobres e vulneráveis recebem os primeiros e piores impactos. Mas todos nós seremos afetados. A Oxfam calcula que, em grandes mercados como os EUA e o Reino Unido, as mudanças climáticas levarão ao aumento do preço de varejo de produtos como o cereal Kix da General Mills em 24% e Corn Flakes da Kellogg em 44% nos próximos 15 anos. Tais disparadas de preço de varejo são a consequência do aumento de preços de commodities como milho e arroz, projetados para dobrar até 2030, com metade desse aumento causado pelas mudanças climáticas.⁵

As 10 Grandes empresas não fazem tudo que podem para reduzir as emissões de gases de efeito estufa em sua cadeia de fornecimento.

A Oxfam calcula que as mudanças climáticas causarão o aumento do preço de varejo de produtos como o cereal Kix da General Mills em 24% e o Corn Flakes da Kellogg em 44% nos próximos 15 anos.

Algumas das 10 Grandes já estão sendo afetadas financeiramente. Em março de 2014, o diretor executivo da General Mills, Ken Powell, disse que no quadrimestre fiscal anterior, condições climáticas extremas haviam diminuído as vendas e custaram à empresa 62 dias de produção ou o equivalente aproximado de 3% a 4% da produção, “fato que não havia acontecido há muito conosco, isto é, há décadas”.⁶ Já a Unilever diz que agora perde €300 milhões (US\$ 415 milhões) por ano devido a condições climáticas extremas, como inundações e frio extremo.⁷

Os setores de combustível fóssil são os maiores “vilões do clima”, mas o setor agrícola constitui um problema enorme também. O último relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC), mostra que a agricultura e o desmatamento (em grande parte causado pela expansão de terras agrícolas) são responsáveis por cerca de 25% das emissões globais.⁸ Mas, o que é ainda mais significativo, quando especialistas calculam até onde devemos reduzir as emissões para permanecer com um aumento de temperatura “seguro” de 2°C, eles admitem que as emissões dessas duas fontes vão parar totalmente até a metade deste século e, de fato, se converter em “escorredores líquidos de carbono” trabalhando para remover dióxido de carbono da atmosfera.⁹ Contudo, as emissões agrícolas tendem a aumentar 30% até 2050 como consequência do aumento da demanda de alimentos¹⁰, e as últimas pesquisas sugerem que as taxas de desmatamento continuam em expansão.¹¹ A transformação da agricultura global e da silvicultura em escorredores líquidos de carbono não acontecerá sem enormes esforços de empresas e governos.

O setor agrícola enfrenta uma responsabilidade duplamente desencorajadora – fazer sua parte para garantir “fome zero” e ao mesmo tempo passar por uma revolução em seus métodos de produção. Isso é algo que as 10 Grandes não parecem ter percebido. Em conjunto, elas geram US\$ 1,1 bilhão por dia de lucro, o equivalente ao produto interno bruto (PIB) de todos os países de baixa renda em conjunto do mundo.¹² Elas têm o poder econômico para conduzir a necessária transformação do sistema alimentar e influenciar o rumo da economia global. Seus interesses particulares coincidem com a necessidade mundial de um sistema alimentar global mais limpo e justo e um sistema de energia sustentável. Mas elas não estão agindo adequadamente para chegar a este fim.

Sem atuação na sua própria pegada de emissões

Quanto a colocar sua própria casa em ordem, a pesquisa da Oxfam sobre as políticas das 10 Grandes mostra que o setor tem um histórico bem irregular, o que para algumas se aproxima da completa negligência. A Kellogg e a General Mills estão entre as empresas com pior desempenho neste quesito.

Todas as 10 Grandes estabeleceram metas para reduzir as emissões de suas operações (as chamadas emissões de “escopo 1 e 2”, que respondem por 29,8 milhões de toneladas).¹³ Mas, no principal, essas

O IPCC estima que a agricultura e o desmatamento respondem por 25% das emissões globais. Ainda assim, cenários de emissões para manter o aquecimento global abaixo de 2°C assumem que esses setores vão se tornar escorredores de carbono, com um balanço líquido zerado até meados deste século; apesar da tendência de aumento das emissões.

metas não têm base científica — são baseadas no que a empresa diz ser possível e não no que realmente é necessário e justificável. Mas de modo ainda mais significativo, não abordam a parte das emissões pela qual a empresa é responsável — as emissões indiretas associadas à empresa, desde suas cadeias de fornecimento até o uso final de seus produtos (as chamadas emissões de “escopo 3”, responsável por 233,9 milhões de toneladas).¹⁴ A maior parte dessas emissões não abordadas vem da produção de suas matérias primas agrícolas (aproximadamente 114,1 milhões de toneladas).¹⁵ Isso inclui tanto as emissões diretas causadas pela produção agrícola — como o óxido nitroso liberado pelo uso de fertilizantes e metano liberado pelo rebanho — quanto as emissões indiretas de carbono causadas pela expansão das terras agrícolas nas florestas. O impacto dessas emissões agrícolas sozinhas é o mesmo das emissões de carbono de cerca de 40 usinas elétricas movidas a carvão a cada ano¹⁶ — grande demais para ser ignorado por qualquer empresa que si diga responsável.

Todas as 10 Grandes reconhecem que precisam reduzir as emissões agrícolas e sete delas mensuram e informam suas emissões de escopo 3 por meio do *Carbon Disclosure Project* (CDP) a cada ano, contudo, especificamente a Kellogg, a General Mills e a Associated British Foods nem isso fazem. Mas, a partir daí, as coisas desandam. A maioria das empresas não revela quem são os fornecedores de commodities que lideram em emissões (Unilever, PepsiCo, Nestlé e Coca-Cola possuem exceções parciais nessa questão), e nenhuma se comprometeu com uma meta para reduzir suas emissões agrícolas totais ou exigiu que seus fornecedores estabelecessem metas de redução.

As 10 Grandes, em especial, a Kellogg e a General Mills, não estão tratando da grande maioria das suas emissões nas metas que estão traçando – o imenso volume de emissões de “escopo 3”, incluindo às emissões associadas com a produção de matérias-primas agrícolas dentro de suas cadeias de suprimentos. A Oxfam calcula que as emissões da agricultura representam cerca de 50% a 60% das pegadas das emissões globais das 10 Grandes, sendo que o total das emissões de “escopo 3” é responsável por aproximadamente 80% a 90% desse montante.¹⁷ Em termos de emissões, essa é uma das maiores que se pode cometer.

A seu favor, e graças a amplas campanhas e movimentos de pessoas e ONGs nos últimos anos, muitas das 10 Grandes comprometeram-se a acabar com o desmatamento em suas cadeias de fornecimento de óleo de palma, cuja produção, individualmente, é a maior responsável pelo desmatamento. Isso é importante, pois pesquisas da Oxfam revelam que a General Mills, a Kellogg e outras empresas permanecem como beneficiários finais de cadeias de suprimentos que continuam a tolerar desmatamentos e limpezas massivas de vegetação, causando altos níveis de emissão de GEEs, sem mencionar a violação aos direitos humanos, o agravamento da já extrema pobreza e da fome entre as comunidades locais.

No entanto, poucas dessas empresas estabeleceram planos concretos para implementar e monitorar essas políticas ou estendê-las a outras

A maior fonte de emissão das 10 Grandes é a produção agrícola de suas matérias-primas — comparável às emissões anuais de 40 usinas elétricas movidas a carvão — e ainda assim, não é abordada pelas metas de redução das emissões das empresas.

As maiorias das 10 Grandes têm compromisso com o desmatamento zero em suas cadeias de suprimento de óleo de palma, mas falta a muitas delas a implementação de planos transparentes e sólidos e algumas precisam estender essas políticas a outras commodities importantes.

importantes commodities que levam ao desmatamento, como a soja, a cana de açúcar e milho. Sem esses planos, os compromissos encorajadores que têm sido feitos podem não passar de palavras e promessas que não saem do papel, com pouco alcance para as comunidades locais e outros atores da sociedade civil para serem consideradas. Uma vez que esses compromissos foram assumidos para a produção de óleo de palma, atualmente não há desculpa para não repeti-los com todas as commodities que têm impacto nas florestas e nas pessoas cujo meio de subsistência depende delas.¹⁸

Em silêncio sobre ações necessárias de outros atores

Em resumo, as 10 Grandes, em sua maioria, têm permanecido silenciosas em debates públicos sobre as ações climáticas. Com poucas exceções notáveis — Unilever, Nestlé, e, até certo ponto, Coca-Cola e Mars —, a maioria não se manifesta sobre a necessidade de ação dos governos e de outros atores – em contrapartida gastam milhões de dólares em lobby político todos os anos.¹⁹ A maioria se abstém de desafiar publicamente posições retrógradas de associações empresariais que as representam. Apenas duas assinaram o Trillion Tonne Communiqué (uma recente declaração empresarial reconhecendo o limitado orçamento global para a redução de emissões de carbono).²⁰ Seu silêncio deixa o campo livre para as indústrias de combustível fóssil dominarem o debate com os formuladores de políticas.

No intensivo lobby corporativo de 2009 sobre legislação para as mudanças do clima no Congresso dos Estados Unidos, as 10 Grandes estiveram praticamente ausentes em um debate que foi dominado por atores das indústrias de energia e biocombustíveis. As 10 Grandes têm sido muito tímidas. Elas exerceram seu poder político antes, pressionando a União Europeia (UE) e outros tomadores de decisão para melhorar suas políticas de biocombustíveis e inúmeras outras questões de políticas. É hora de usarem seu peso para uma luta mais ampla sobre a política climática.

É tempo de agir

O setor de bebidas e alimentos tem tanto o imperativo moral quanto a responsabilidade corporativa de avançar seus esforços visando enfrentar as mudanças climáticas. As 10 Grandes estão em uma posição única para expor os riscos da mudança climática aos seus investidores e a cadeia global de alimentos. A Kellogg e a General Mills, em particular, devem reverter sua posição como retardatárias em questões climáticas. As empresas devem garantir que suas cadeias de fornecimento sejam capazes de produzir ingredientes de maneiras mais corretas e sustentáveis, incluindo a mudança para métodos de produção e de uso da terra que diminuem as emissões de GEEs e repõem sequestradores de carbono. Se cada uma das 10 Grandes assumisse o mesmo compromisso para eliminar emissões agrícolas como fez a PepsiCo UK, juntas, elas poderiam reduzir 80 milhões de toneladas a mais de CO₂e até 2020.²¹

As 10 Grandes são, em grande parte, testemunhas silenciosas nos debates públicos sobre as ações das mudanças do clima, no entanto gastam milhões de dólares em lobby político todos os anos.

Se as 10 grandes empresas de alimentos e bebidas fossem um único país, este ocuparia o 25º lugar no ranking dos mais poluentes do mundo.

As 10 Grandes precisam estabelecer novas metas para eliminar emissões de GEEs em suas cadeias de suprimentos e, onde for necessário, apoiar seus fornecedores a fazer o mesmo. Elas precisam implementar e estender de modo transparente suas novas políticas de desmatamento a todas as commodities. E, de modo criterioso, devem quebrar o silêncio, assumir a liderança e exigir de outros setores e líderes do mundo todas as políticas de alimentos e de energia mais claras, avançadas e justas. Na luta pela fome zero com um clima mais seguro, o silêncio do setor de alimentos e bebidas não é uma virtude.

NOTE

- 1 A campanha Por Trás das Marcas da Oxfam foca nas 10 maiores empresas de alimentos e bebidas do mundo, a saber: Associated British Foods (ABF), Coca-Cola, Danone, General Mills, Kellogg, Mars, Mondelez International, Nestlé, PepsiCo e Unilever. Mais informações em: www.behindthebrands.org
- 2 Respostas da empresa ao Projeto de Informações sobre a Emissão de Gases de Efeito Estufa (2013), <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/responses.aspx>; e Instrumentos de Análise Climática (CAIT 2.0), Instituto de Recursos Mundiais, <http://cait2.wri.org/wri>
- 3 G.C. Nelson *et al.* (2009) 'Mudanças Climáticas: o Impacto sobre a Agricultura e os Custos da Adaptação', Instituto Internacional de Pesquisa de Políticas Alimentares, <http://www.ifpri.org/sites/default/files/publications/pr21.pdf>
- 4 'Capítulo 5: Alimentos, Fibras e Produtos Florestais' do IPCC (2007) em 'Mudanças Climáticas 2007: Grupo de Trabalho II: Impactos, Adaptação e Vulnerabilidade', Contribuição do Grupo de Trabalho II do IPCC para AR4, http://www.ipcc.ch/publications_and_data/ar4/wg2/en/ch5.htm
- 5 Aumentos projetados de preços foram gerados mediante a tradução dos impactos anteriormente estimados das mudanças climáticas até o ano de 2030 sobre os preços do arroz, milho e trigo nos impactos sobre os preços de produtos de alimentos selecionados pelos consumidores e que contém esses grãos. Usamos os preços históricos dos grãos e produtos de consumo, listas e rótulos de ingredientes de produtos e exemplos históricos de como os aumentos de preços de commodities afetam os preços de varejo para construir um modelo que estime os aumentos potenciais em preços de varejo que resultarão das mudanças climáticas.
- 6 M. Reilly e N. Halter (2014) 'A General Mills culpa o inverno por vendas mais baixas', *Minneapolis/St. Paul Business Journal*, 19 de março, http://www.bizjournals.com/twincities/morning_roundup/2014/03/general-mills-blames-winter-for-lower-sales.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+biz+twincities+%28Minneapolis+%2F+St.+Paul+Business+Journal%29
- 7 S. Yeo (2014) "As ações relativas ao clima é o 'único modo' de fazer a economias crescer – CEO da Unilever", Resposta às Mudanças Climáticas, <http://www.rtcc.org/2014/04/08/climate-action-is-only-way-to-grow-economy-unilever-ceo/>
- 8 IPCC (2014) "Resumo para Formadores de Políticas", figura 2, em 'Mudanças Climáticas 2014: Impactos, Adaptação e Vulnerabilidade', Contribuição do Grupo de Trabalho II do IPCC para o AR5, http://ipcc-wg2.gov/AR5/images/uploads/IPCC_WG2AR5_SPM_Approved.pdf
- 9 "Resumo para Formadores de Políticas" do IPCC (2014), Figura 7, op.cit.
- 10 F. N. Tubiello *et al.* (2014) "Emissões Agrícolas, da Silvicultura e de Outros Usos da Terra por Fontes e Remoções por Dissipadores: Análise de 1990 a 2011", Organização para a Alimentação e a Agricultura, <http://www.fao.org/docrep/019/i3671e/i3671e.pdf>
- 11 M.C. Hansen *et al.* (2013) 'Mapas Mundiais de Alta Resolução da Mudança de Cobertura Florestal no Século 21', *Science*, Vol. 342 (6160), pp. 850-853, <http://www.sciencemag.org/content/342/6160/850>
- 12 Oxfam (2013) 'Por Trás das Marcas: Food justice and the "Big 10" food and beverage companies' [Por Trás das Marcas: Justiça alimentar e as "10 Grandes" empresas de alimentos e bebidas], Oxford: Oxfam International, <http://www.oxfam.org/en/grow/policy/behind-brands>
- 13 Respostas da empresa ao Projeto de Informações sobre a Emissão de Gases de Efeito Estufa (2013), <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/responses.aspx>
- 14 *Ibid.*
- 15 *Ibid.* As emissões da produção agrícola estão estimadas com base na categoria de relatório de "escopo 3" "Bens e serviços comprados", que para as empresas de alimentos e bebidas estão predominantemente relacionados com a produção de matérias primas agrícolas.
- 16 Com base nas emissões estimadas de uma "média de usinas elétricas movidas a carvão de 500 megawats. Greenpeace (2010) 'Usinas elétricas movidas a carvão', <http://www.greenpeace.org/international/en/campaigns/climate-change/coal/Coal-Power-Plants/>
- 17 Respostas das empresas para o Projeto de Informações sobre a Emissão de Gases de Efeito Estufa (2013), <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/responses.aspx>. Baseado na porcentagem média das emissões de Escopo 3 em "Aquisição de Bens e Serviços", como uma porcentagem do total de emissões de cada uma das 10 Grandes empresas para as quais os dados estão disponíveis.
- 18 Triple Pundit (2014) 'Todos os Olhos nas Florestas: A Nova Norma de Desmatamento Zero', Triple Pundit, <http://www.triplepundit.com/2014/04/zero-deforestation/>
- 19 Análise de dados de OpenSecrets.org, mantida pelo Centro para Políticas Responsáveis, <http://www.opensecrets.org/industries/indus.php?ind=G2100>
- 20 The Corporate Climate Communiqués, 'O que é Trillion Tonne Communiqué?', <http://www.climatecommuniques.com/Trillion-Tonne-Communique.aspx>
- 21 A Pepsico UK comprometeu-se com uma meta de redução de emissões de GEE da sua cadeia de fornecimento de 50% em cinco anos. Potencial de mitigação para replicar esse compromisso por meio das 10 Grandes, com base na apresentação das empresas no Projeto de Informações sobre a Emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE) de 2013, e assumindo 3% de crescimento anual das emissões agrícolas. <http://www.pepsico.co.uk/purpose/environmental-sustainability/agriculture>

© Oxfam International maio 2014

Este artigo foi elaborado pela campanha Por Trás das Marcas, e contou com a colaboração de Chris Cook, Matt Grainger, Tim Gore, Irit Tamir e Gabrielle Watson. A Oxfam agradece a ajuda de Heather Coleman, Ben Grossman-Cohen, Jon Mazliah, Sean Mcernan, Erinch Sahan, Sandra Seeboldt, Danielle Smith, Roy Vink, Dini Widiastuti, Alison Woodhead e Monique Van Zijl na produção. Este documento faz parte de uma série de artigos escritos para informar o debate público sobre questões de política humanitária e desenvolvimento.

Para mais informações sobre as questões levantadas neste estudo, envie um e-mail para advocacy@oxfaminternational.org

Esta publicação está protegida pela lei de direitos autorais, porém o texto pode ser utilizado gratuitamente para fins de apoio, campanha, educação e pesquisa, desde que a fonte seja citada na íntegra. O detentor dos direitos autorais solicita que todos esses usos sejam registrados junto a ele para fins de avaliação de impacto. Para cópias em quaisquer outras circunstâncias, reutilização em outras publicações ou tradução ou adaptação, deve ser obtida permissão, com a possível cobrança de uma taxa. E-mail policyandpractice@oxfam.org.uk

As informações contidas nesta publicação estão corretas até o momento da impressão.

Publicado pela Oxfam GB para a Oxfam Internacional sob ISBN 978-1-78077-624-8, em maio de 2014. Oxfam GB, Oxfam House, John Smith Drive, Cowley, Oxford, OX4 2JY, Reino Unido.

OXFAM

A Oxfam é uma confederação internacional de 17 organizações que atuam em rede em mais de 90 países, como parte de um movimento global para mudança, visando construir um futuro livre da injustiça e da pobreza:

Oxfam EUA (www.oxfamamerica.org)
Oxfam Austrália (www.oxfam.org.au)
Oxfam Bélgica (www.oxfamsol.be)
Oxfam Canadá (www.oxfam.ca)
Oxfam França (www.oxfamfrance.org)
Oxfam Alemanha (www.oxfam.de)
Oxfam GB (www.oxfam.org.uk)
Oxfam Hong Kong (www.oxfam.org.hk)
Oxfam Índia (www.oxfamindia.org)
Oxfam Intermón (Espanha) (www.oxfamintermon.org)
Oxfam Irlanda (www.oxfamireland.org)
Oxfam Itália (www.oxfamitalia.org)
Oxfam Japão (www.oxfam.jp)
Oxfam México (www.oxfammexico.org)
Oxfam Nova Zelândia (www.oxfam.org.nz),
Oxfam Novib – Holanda (www.oxfamnovib.nl)
Oxfam Quebec (www.oxfam.qc.ca)

Para mais informações, escreva para qualquer uma das agências ou visite o site: www.oxfam.org