



NOTA INFORMATIVA DE OXFAM
26 Febrero 2013

Ref: 04/2013

Mars, Mondelez y Nestle y la lucha por los derechos de las mujeres

Contexto

La campaña Tras la Marca de Oxfam muestra las principales lagunas de las diez mayores empresas de alimentación y bebidas (las 10 Grandes) en cuanto a sus políticas de protección y apoyo a los derechos de las mujeres. Existen indicios claros de que las mujeres que participan en las cadenas de suministro de estas empresas están recibiendo un trato injusto, y las empresas no se están enfrentando a estos problemas de forma adecuada. Una investigación de Oxfam sobre la situación de las mujeres en la cadena de suministro de cacao en cuatro países nos muestra el abandono, la desigualdad y el trato injusto al que están haciendo frente estas mujeres. El presente informe muestra que, aunque no ejercen control sobre ellas ni les dan empleo de forma directa, Mars, Mondelez y Nestlé son tres de las mayores empresas productoras de chocolate del mundo, y deben liderar las medidas necesarias para garantizar la igualdad de las agricultoras y trabajadoras del cacao que forman parte de sus cadenas de suministro de las empresas.

Introducción

Los alimentos precocinados y los dulces son tremendamente populares en la actualidad, e incluso a pesar de la recesión mundial, las empresas de alimentación y bebidas viven un éxito sin precedentes, sobre todo vendiendo chocolate a consumidores de todo el mundo.¹

De hecho, las ventas de productos derivados del chocolate aumentaron en más del doble en América Latina y la región Asia-Pacífico en sólo 5 años (2006 – 2011)² y Oreo, una marca de Mondelez Internacional (antes Kraft), es en la actualidad “la galleta preferida de todo el mundo” y domina el mercado de Estados Unidos, China y Venezuela.³ En 2012, las ventas conjuntas de Snickers y M&Ms supusieron para Mars⁴ unos beneficios de aproximadamente 7.000 millones de dólares; y Kit Kat, la chocolatina de Nestlé, se comercializa en 72 países.⁵

Sin embargo, a pesar de este éxito, los millones de pequeños agricultores y trabajadores agrícolas que proporcionan a las empresas de alimentación y bebidas sus materias primas más importantes no han visto mejorar su situación ni su salud. Y aunque a nivel mundial se ha conseguido disminuir el número de personas que pasan hambre, el hecho es que la mayoría de quienes forman parte de la cadena de suministro del cacao sigue viviendo en la pobreza⁶ y la malnutrición es un problema generalizado en las zonas productoras de cacao de todo el mundo.⁷

Las mujeres suelen ser el principal objetivo de las campañas publicitarias de estas empresas. Sin embargo, las mujeres que trabajan en las plantaciones y plantas de procesamiento de cacao sufren una desigualdad y discriminación considerables. Y mientras las mujeres ocupan, cada vez más, puestos de poder en las sedes de las empresas de alimentación y bebidas, a las mujeres que forman parte de las cadenas de suministro de estas empresas en los países en desarrollo se les siguen negando unas mejoras similares en relación a su salud, su situación y sus oportunidades.

Agnes Gabriel es una trabajadora inmigrante de 37 años que vive en Ayetoro-Ijesa, Nigeria; recibe \$3 al día por trabajar en una plantación de cacao, mientras que sus compañeros hombres tienen un salario de más del doble. Allí trabaja en una fábrica de procesamiento y exportación de cacao en Makassar, Indonesia; dice que le obligan a trabajar sin contrato y que su supervisor la llama "animal". Y en la planta procesadora de cacao donde trabaja Munir en Makassar, Indonesia, todas las trabajadoras fueron despedidas después de que algunas de ellas hubieran reclamado un trato y un salario justos.

Durante el pasado siglo las empresas de alimentación y bebidas se han convertido en enormes conglomerados multinacionales cuyo éxito ha estado vinculado, en la mayoría de los casos, a la atracción que ejercen sobre las consumidoras. No obstante, esas mismas empresas no han hecho lo suficiente para abordar la desigualdad, el hambre y la falta de oportunidades que afectan a las mujeres que forman parte de sus cadenas de suministro.

Oxfam lleva años trabajando con el cacao, tanto en programas como en labores de incidencia con el objetivo de mejorar el impacto social de la cadena de suministro. Recientemente Oxfam ha visitado más de doce comunidades productoras de cacao en Costa de Marfil, Nigeria, Indonesia y Brasil, donde ha entrevistado a las productoras de cacao y ha recopilado sus testimonios sobre los problemas a los que se enfrentan. En base a esta información, los datos de la tabla de puntuación de Tras la Marca y nuestros años de experiencia con la cadena de suministro del cacao, pedimos a tres de las mayores y más poderosas empresas de alimentación y bebidas (Mars, Mondelez International and Nestlé) que lideren iniciativas más agresivas para apoyar y proteger los derechos de los millones de mujeres que cultivan el cacao, una materia prima esencial para sus productos. Invertir en las mujeres es bueno para las comunidades productoras de cacao y también para las empresas, ya que contribuiría a incrementar la productividad y fortalecería la seguridad alimentaria. Y, además, es simplemente lo correcto.

El problema

Cada segundo se consumen en todo el mundo 95 toneladas de chocolate.⁸ Las ventas mundiales de productos derivados del chocolate alcanzaron por primera vez los 100.000 millones de dólares en 2011⁹ y la demanda va en aumento, sobre todo en los enormes mercados emergentes de Rusia, China, Brasil e India.

Sorprendentemente, sólo tres empresas de alimentación y bebidas (Mars, Mondelez International y Nestlé) controlan más del 40% del mercado mundial del chocolate.¹⁰ En conjunto, estas empresas adquieren casi un tercio de todo el cacao que se cultiva en el mundo¹¹ y obtienen más de 45.000 millones de dólares anuales por la venta de productos derivados del chocolate.¹²

Sin embargo, este aumento de las ventas no se ha traducido en una vida mejor para los 5,5 millones de pequeños agricultores que en la actualidad producen el 90% del cacao que utilizan las principales empresas de alimentación y bebidas.¹³ El hambre y la pobreza siguen siendo endémicos entre los productores de cacao;¹⁴ de hecho, la mayor parte de los pequeños productores y trabajadores que se dedican al cacao viven por debajo del umbral de la pobreza,¹⁵ sobre todo los que viven en África Occidental, donde se cultiva el 70% de todo el cacao que se produce en el mundo.¹⁶

Discriminación por razones de género en las cadenas de suministro de cacao en Indonesia

La tarjeta de puntuación de Tras la Marca no evalúa las políticas de las empresas en sus centros de producción, pero nuestra investigación de campo incluye testimonios de primera mano de los trabajadores, que sirven para ilustrar la vulnerabilidad extrema de las mujeres a lo largo de la cadena de suministro de cacao. (Ver el estudio de caso completo en <https://my.zyncro.com/files/oDHb46t>).

Arti* (mujer, entrada en la treintena)

Arti trabaja en una fábrica de procesamiento y exportación de cacao en Makassar, donde se dedica al procesamiento del cacao desde 2008. Trabaja sin contrato y su salario es de solo 50.500 rupias al día, que son 5,25 dólares. Además, es habitual que Arti pase más de una semana sin recibir su salario, y solo la llaman cuando hay cacao almacenado. Gana menos del salario mínimo estipulado, y no le alcanza para pagar la comida, el agua y el alquiler; paga 150.000 rupias (15,50 dólares) al mes por una habitación de 2,5m², oscura y mal ventilada, hecha de aluminio galvanizado, en un edificio para los trabajadores.

Arti afirma que no se respetan los derechos legales que como trabajadora le corresponden según la legislación nacional Indonesia, como por ejemplo su derecho a la Seguridad Social. Además, dice que su supervisor en la fábrica, que la reprende e insulta a menudo, suele llamarla "animal". "Nos regañan incluso cuando trabajamos bien" afirma Arti. También cuenta que cuando la fábrica recibe visitas de personas externas, la esconden en la parte de atrás. "Cuando los invitados se fueron, me dijeron que volviera a trabajar". A pesar de todo, no se atreve a luchar contra la discriminación "Nunca me quejo, lo asumo, porque me da miedo que me despidan"

Munir* (hombre, aproximadamente 30 años)

Munir trabaja a tiempo parcial en una fábrica de procesamiento y exportación de cacao en Makassar. Nos cuenta que en la fábrica hay 34 trabajadores y ninguna trabajadora. Dice que se debe a que hace unos años los directores de la fábrica despidieron a todas las mujeres después de que algunas de ellas reclamaran el cumplimiento de derechos básicos estipulados en la legislación laboral indonesia, como aumentos de sueldo y medidas de protección de los trabajadores, como el descanso por menstruación. Este derecho permite a las mujeres disfrutar de dos días de descanso al mes, y está especialmente dirigido a mujeres que se dedican a trabajos físicamente duros, con jornadas laborales más largas de lo normal, como es el caso de quienes trabajan en las fábricas. Muchas de estas mujeres tienen anemia y durante la menstruación se sienten especialmente vulnerables y físicamente débiles.

*Los nombres se han cambiado para proteger la identidad de los trabajadores

Alrededor de 40-50 millones de personas en todo el mundo dependen del cacao para ganarse la vida.¹⁷ Sin embargo, por ejemplo en Costa de Marfil, un agricultor gana sólo 342 dólares al año por su trabajo, cuando el umbral de la pobreza en ese país se sitúa en los 5.840 dólares anuales, es decir, un 1.608% más que los ingresos anuales de un pequeño productor de cacao. (Consultar el gráfico 1 para ver los ingresos en Ghana y Costa de Marfil).

Visual 4 Income increase needed to escape from poverty and absolute poverty

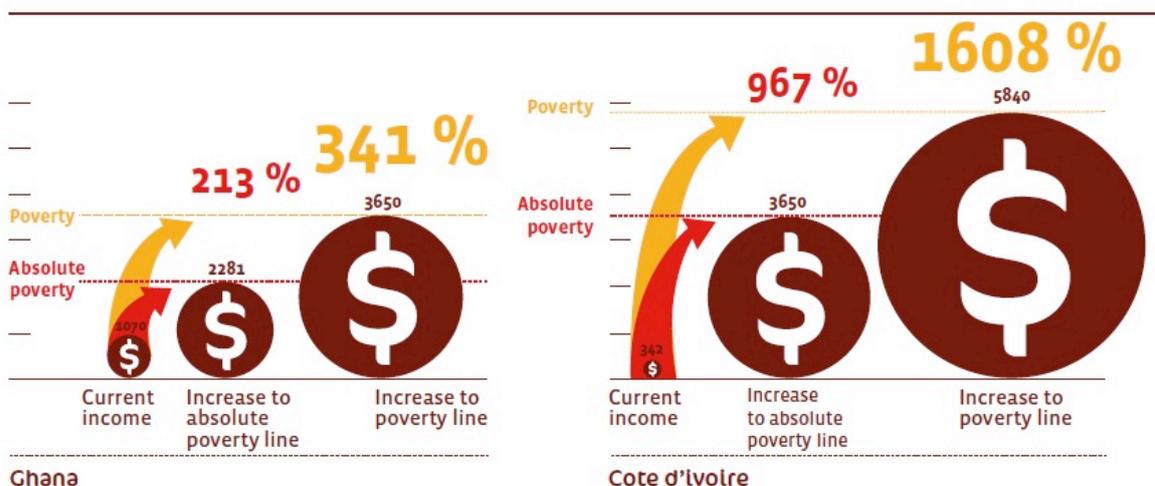


Gráfico 1: Barómetro del Cacao 2012 (2012 Cocoa Barometer)¹⁸

El trabajo infantil sigue siendo habitual en el sector.¹⁹ Y en las zonas productoras de cacao en países como Nigeria escasean servicios básicos como agua corriente, electricidad y sanitarios.

Lamentablemente, esto no es todo. Los millones de mujeres productoras y trabajadoras de cacao se enfrentan a una desigualdad y discriminación endémicas.

- Es habitual que las mujeres que trabajan en las plantaciones de cacao reciban un salario inferior al de sus compañeros hombres, si es que reciben alguno.²¹
- Las mujeres productoras de cacao no suelen ser las propietarias de la tierra que trabajan, aunque cultiven la misma parcela durante toda su vida.²²
- Muchas mujeres que trabajan en plantaciones de cacao y sufren acoso y discriminación en el trabajo no tienen ninguna manera de quejarse o de combatirlo.²³
- Las productoras de cacao no tienen las mismas oportunidades que los hombres de acceder a formación agrícola y financiera.²⁴
- Debido a la falta de capital y tierra, las mujeres apenas consiguen obtener crédito o préstamos, independientemente de lo mucho que trabajen. Esto limita gravemente su capacidad para comprar fertilizantes, mejores semillas o sistemas de irrigación que podrían contribuir a aumentar su rendimiento.²⁵

Trabajo duro a cambio de salarios bajos y una retribución desigual en Nigeria

(Ver el estudio de caso completo en <https://my.zyncro.com/files/oDHb46t>).

La producción de cacao es una tarea intensiva en mano de obra, necesaria para cuidar los árboles o secar las semillas que se venderán. En general, tanto hombres como mujeres trabajan en plantaciones familiares y como trabajadores agrícolas contratados. En las entrevistas a mujeres de cuatro comunidades productoras de cacao cerca de Ilesa, en el estado nigeriano de Osun, descubrimos que las trabajadoras aseguran recibir por su trabajo un salario menor que el de los hombres, y que normalmente las contratan para desempeñar las tareas peor remuneradas.

Todos luchan por sobrevivir con los precarios ingresos que obtienen del cacao, pero parece que son las mujeres quienes están en una situación peor. Agnes Gabriel, una trabajadora inmigrante de 37 años que vive en Ayetoro-Ijesa dice que en las plantaciones de cacao de la zona suelen contratarla para tareas como acarrear el agua que posteriormente se mezcla con pesticidas, o sacar los granos de su cáscara durante la cosecha, transportarlos al lugar donde fermentarán y ayudar en el proceso de secado. Gana por su trabajo 500 nairas al día, un poco más de 3 dólares. Los agricultores afirman que las mujeres reciben un salario de 2-3 dólares por un día normal de trabajo, mientras que los hombres ganan 7 dólares diarios.

¿Por qué nos centramos en el cultivo de cacao?

Por supuesto, las agricultoras y trabajadoras no se enfrentan a estos problemas sólo en el sector del cacao. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) calcula que las pequeñas agricultoras en África poseen sólo el 1% del terreno agrícola, únicamente reciben el 7% de los servicios de extensión y se les ofrece menos del 10% del crédito agrícola.

Las mujeres, que constituyen el 60% de la mano de obra agrícola, cultivan todo tipo de productos, desde maíz y tomates a vainilla y té.²⁶ No obstante, en general las mujeres ocupan, en un porcentaje desproporcionado, los puestos de trabajo peor remunerados, mientras que apenas están representadas en los trabajos con salarios más altos.²⁷

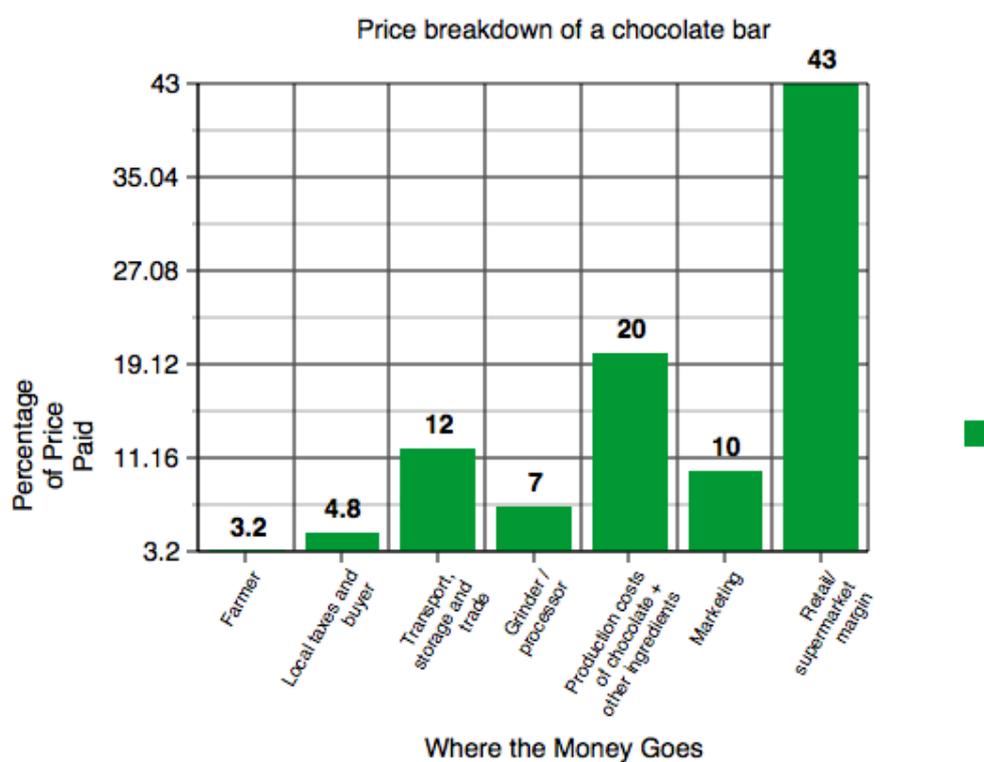
Puede que superar esta discriminación sea lo más importante para cultivar un crecimiento equitativo y sostenible. Como señala *The Economist*, la incorporación durante la pasada década de más mujeres al mercado laboral en los países desarrollados ha hecho más por el crecimiento mundial que el ascenso económico de China.²⁸ Y según las estimaciones de la FAO, si se diese a las mujeres el mismo acceso a los recursos agrícolas del que disponen los hombres, el número de personas que pasan hambre podría reducirse en 150 millones.²⁹

Las mujeres desempeñan un papel fundamental en la producción de cacao; plantan y cuidan los árboles jóvenes, rompen las cáscaras que ya se han recolectado, y se ocupan de la fermentación y el secado del cacao que posteriormente se vende a las empresas comercializadoras.

Además, a diferencia de otras materias primas como la soja y el té, que suelen cultivarse en grandes plantaciones, el 90% del cacao lo producen pequeños agricultores que trabajan parcelas de 5 hectáreas o menos.³⁰

Por ejemplo en Costa de Marfil, uno de los mayores productores de cacao del mundo, las mujeres constituyen al menos el 25% de los 720.000 pequeños agricultores que se dedican a cultivar cacao.³¹ Las mujeres también están presentes en las plantaciones de cacao como trabajadoras, y por ejemplo en Nigeria las mujeres realizan aproximadamente entre el 60% y el 80% del trabajo agrícola.³²

Esto significa que mejorar las condiciones de trabajo y los salarios a lo largo de la cadena de suministro del cacao podría beneficiar a millones de mujeres en todo el mundo, y también a sus familias. Sin embargo, las empresas no están haciendo lo suficiente para contribuir a solucionar estos problemas, a pesar de que pequeños cambios podrían hacer mucho; por ejemplo, garantizar a las mujeres un precio justo por el cacao no supondría un coste importante para las empresas, y en cambio sí podría incidir enormemente en la pobreza y el hambre en todo el mundo. Como muestra el gráfico a continuación, los agricultores se quedan con un porcentaje minúsculo del precio final de consumo del chocolate.



Oxfam Novib. Frank Mechielsen. (2009). Eerlijk duurt het langst, de Nederlandse chocoladebranche doorgelicht

Por ejemplo en Nigeria algunos agricultores ganan 320 Naira (2,04 dólares) por cada kilo de granos de cacao. Por lo tanto, por el trabajo de todo un año un agricultor podría obtener sólo 612 dólares, menos de 2 dólares al día.³³ Sin embargo, Mars vende cajas de un kilo de chocolatinas 26,45 – una cifra que multiplica por más de diez el dinero que gana un agricultor nigeriano por la misma cantidad de cacao.³⁴

Repensar y rediseñar la cadena de suministro del cacao es bueno para todos

Las empresas, que obtienen considerables beneficios gracias al duro trabajo de los productores de cacao, tienen la responsabilidad de proteger y fortalecer los derechos de los hombres y mujeres que forman parte de sus cadenas de suministro. Además, mejorar las condiciones de las mujeres que cultivan cacao también es conveniente para las empresas desde el punto de vista económico, y aquellas que no hagan de estos problemas una prioridad, estarán perdiendo una oportunidad muy valiosa.

La demanda mundial de chocolate va en aumento, y sin embargo el suministro de cacao, que llegó a parecer inagotable, está disminuyendo debido al cambio climático³⁵ y el envejecimiento de la mano de obra³⁶, lo cual ha llevado a las empresas a preocuparse por el futuro de sus cadenas de suministro. Millones de jóvenes están abandonando masivamente el cultivo de cacao debido a los bajos salarios y la falta de oportunidades, mientras que los agricultores con más experiencia se están planteando dedicarse a otras materias primas como el caucho o el aceite de palma.³⁷

“Por favor, díganles a las empresas que si el precio no aumenta, será difícil producir en el futuro,” nos ha dicho Marhanah, una agricultora indonesia de 43 años. “Si no mejoran las condiciones y el bienestar de los pequeños productores de cacao, especialmente de las mujeres, el cacao se sustituirá por otros cultivos.”

Las empresas ya están adoptando medidas para tratar de garantizar su suministro; no obstante, existen indicios claros de que la inversión en las mujeres generaría mayores beneficios marginales y aumentaría la productividad agrícola, además de mejorar no sólo la calidad del producto, sino las vidas de millones de mujeres y sus familias.³⁸

También los consumidores quieren más información sobre los alimentos que consumen y cómo se produjeron, de modo que actualmente los problemas de sus cadenas de suministro suponen un riesgo para la imagen de las empresas multinacionales. Por ejemplo la atención que han recibido el trabajo infantil y la degradación del medio ambiente, presentes en la industria chocolatera, ya ha obligado a las empresas de alimentación y bebidas a poner en marcha nuevas iniciativas de sostenibilidad; seguramente, la discriminación generalizada que sufren las mujeres en la cadena de suministro tocará la fibra de las consumidoras.

Ha llegado el momento de que este sector cambie. Si invierten en las productoras y trabajadoras de cacao, y protegen sus derechos, las empresas no sólo estarán garantizando su propio suministro y su buena imagen, sino que estarán contribuyendo a que millones de mujeres puedan salir de la pobreza.

¿Qué pueden hacer las empresas de alimentación y bebidas?

Las empresas de alimentación y bebidas suelen “vender” sus cadenas de suministro como una fuente de oportunidades e ingresos para los países pobres. No obstante, la mayoría de estas empresas apenas están tomando medidas para subsanar las desigualdades a las que se enfrentan las mujeres en la cadena de suministro.

Tras la Marca, que forma parte de la campaña CRECE de Oxfam, ha investigado y calificado a las diez mayores empresas de alimentación y bebidas del mundo (entre las que se encuentran Mars, Mondelez and Nestle) en base al impacto social de las políticas que rigen sus cadenas de suministro. El resultado muestra un desinterés generalizado por los problemas que enfrentan las mujeres en este sector.

- Ninguna de las empresas recopila y publica datos o cualquier otra información relativa al número de mujeres que forman parte de sus cadenas de suministro o a los problemas a los que éstas se enfrentan.
- Cinco de las mayores empresas de alimentación y bebidas ni siquiera mencionan en sus informes de sostenibilidad o de responsabilidad social corporativa a las mujeres, ni los retos específicos a los que éstas deben hacer frente.
- Sólo la mitad de las empresas tiene en marcha algún proyecto que demuestre su voluntad de trabajar, directa o indirectamente, con productoras y trabajadoras para así promover la igualdad económica y el aumento de los ingresos.
- Ninguna de las diez mayores empresas de alimentación y bebidas se ha comprometido a eliminar la discriminación de las mujeres en su cadena de suministro.
- Las políticas de género de Nestle, Mondelez, y Mars no llegan al aprobado, con calificaciones de sólo un 4, un 2 y un 1 sobre 10 respectivamente.
- Nestle, Mondelez y Mars no han suscrito los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres de Naciones Unidas.

Es cierto que en los últimos años Mars, Mondelez y Nestle han intentado mejorar la sostenibilidad del sector del cacao a través de certificaciones de comercio justo e iniciativas que implican a diferentes actores del sector, así como a través de la inversión en algunos programas empresariales. Por ejemplo Mars se comprometió, en 2009, a cumplir con el ambicioso objetivo de abastecerse al 100% con cacao certificado para el año 2020; Nestlé se ha comprometido a abastecerse al 100% con materias primas certificadas.³⁹

Oxfam celebra los esfuerzos que están realizando estas empresas para aumentar el rendimiento de los pequeños productores de cacao y reducir los casos de trabajo infantil. Se han puesto en marcha proyectos serios para beneficiar a los productores de cacao. Sin embargo, hasta el momento ninguno de estos proyectos ha abordado de forma directa los problemas de las mujeres que forman parte de las cadenas de suministro de las empresas. En cambio, estos programas se han centrado sobre todo en los desafíos relacionados con la productividad, para lo cual han llevado a cabo iniciativas de formación para los agricultores, en su mayoría hombres.⁴⁰

Ya se ha cuestionado si estas iniciativas son realmente eficaces para acabar con el trabajo infantil,⁴¹ que seguirá existiendo hasta que los trabajadores agrícolas adultos ganen lo suficiente para alimentar a sus familias. Una medida importante en este sentido sería centrar la atención en las mujeres, ya que si los millones de mujeres que trabajan en los campos de cacao tuvieran acceso a recursos y formación, la producción podría incrementarse considerablemente.⁴²

En vista de estos hechos, Oxfam pide a Mars, Mondelez and Nestle que lideren un cambio en favor de la igualdad de las mujeres en el sector del cacao y a lo largo de toda la cadena de suministro.

En concreto, las empresas deben adoptar tres medidas importantes para erradicar la desigualdad de género en sus cadenas de suministro. A continuación, Oxfam señala trece acciones específicas para poner en práctica las medidas propuestas:

Uno: Saber y dar a conocer la situación de las mujeres en sus cadenas de suministro

- Llevar a cabo evaluaciones externas que valoren la situación de las pequeñas agricultoras en los países de los que se abastece la empresa. Las entrevistas se centrarán especialmente en trabajadoras agrícolas y agricultoras que trabajan explotaciones familiares; debe garantizarse que las entrevistas son confidenciales y se llevan a cabo en lugares apartados de las plantaciones o instalaciones de la empresa.
- Hacer públicos los datos y evaluaciones relevantes desagregados por género; trabajar con los actores locales, especialmente los grupos de mujeres.

- Establecer una hoja de ruta para llevar a cabo evaluaciones de la cadena de suministro de cacao de la empresa al menos cada cinco años. Compartir los datos y evaluaciones relevantes desagregados por género. Trabajar con grupos locales de mujeres para mejorar las prácticas de la empresa.

Dos: Comprometerse a adoptar, de forma transparente, un “plan de acción” especialmente orientado a incrementar las oportunidades para las mujeres y acabar con la desigualdad de los salarios y de las condiciones de trabajo de las mujeres e lo largo de la cadena de suministro.

- Exigir a sus proveedores que paguen a los pequeños agricultores un precio justo, y a los trabajadores agrícolas un salario digno con el que puedan cubrir sus necesidades básicas.
- Crear servicios de extensión agrícola y programas de formación dirigidos a agricultoras y trabajadoras agrícolas, en los que se trabaje el fortalecimiento de las mujeres y la no discriminación. Asimismo, formar a las agricultoras sobre cómo aumentar la producción, invertir en sus tierras y resistir frente a las crisis de precios y los desastres naturales. Fijar como objetivo la contratación de un número suficiente de mujeres que provean de servicios de extensión, y pedir a sus proveedores que hagan lo mismo.
- Promover activamente la participación y el liderazgo de las mujeres dentro de las cooperativas que abastecen a las empresas.
- Recompensar a las cooperativas que mejoren las condiciones de los contratos, de modo que todos los agricultores, hombres y mujeres, tengan contratos en igualdad de condiciones.
- Garantizar que las mujeres forman parte de los equipos de auditoría externa, así como de los equipos que forman y aconsejan a las agricultoras.

Tres: Trabajar con otros actores relevantes, tanto públicos como privados, y tratar de influir en ellos para que aborden la desigualdad de género.

- Suscribir de forma inmediata los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres de Naciones Unidas, y exhortar a todos sus proveedores directos a que hagan lo mismo.
- Abogar porque en los países donde la empresa opera o se abastece promulguen leyes que promuevan la igualdad de género en el sector agrícola, incluyendo políticas de reforma agraria y legislación que promueva el acceso igualitario a formación y otros servicios (crédito, insumos, publicidad).
- Trabajar con programas de certificación (RA, FLO, Fairtrade USA, Utz) para así incorporar normas y formación que sirvan para acabar con la desigualdad de género y promover la autonomía de las mujeres.
- Trabajar con iniciativas sectoriales como la Fundación Mundial del Cacao (WCF, por sus siglas en inglés), la Iniciativa Internacional del Cacao (ICI, por sus siglas en inglés) y la Organización Internacional del Cacao (ICCO, por sus siglas en inglés) en el desarrollo de programas conjuntos que aborden la desigualdad de género en el sector del cacao.
- Trabajar con las grandes empresas de producción y transformación de cacao, como ADM, Cargill, Barry Callebaut, y las comercializadoras como Olam y Armajaro, entre otras, para que aborden la desigualdad de género en sus políticas y prácticas de abastecimiento.

Las mujeres luchan para que haya cambios - Olga Rosine Adou, Costa de Marfil

(Ver el estudio de caso completo en <https://my.zyncro.com/files/oDHb46t>).

A pesar de los enormes obstáculos a los que se enfrentan, muchas productoras de cacao siguen siendo líderes ambiciosas y emprendedoras dentro de sus comunidades. Si encuentran en las empresas un buen aliado, estas mujeres pueden convertirse en poderosos agentes de cambio y crear oportunidades para una nueva generación de agricultores y agricultoras.

El hecho de pertenecer a cooperativas productoras de cacao puede suponer importantes beneficios para los productores: acceso a formación, fertilizantes e insecticidas, así como primas por las cosechas. Sin embargo, no es habitual que haya mujeres en las cooperativas de Costa de Marfil, y menos aún en puestos de liderazgo. Olga Rosine Adou, una agricultora de 38 años que cultiva cacao en Agboville, pensó que los agricultores necesitaban organizarse, pero no existían cooperativas, así que ella misma fundó una. La cooperativa de cacao COOPASA empezó en 2010 con 100 miembros, y ahora tiene 300, de los cuales 30 son mujeres, incluyendo la directora Epi Joelle Kouamela.

En la actualidad, la cooperativa de Adou vende a pequeños intermediarios, en su mayoría locales. Ahora están intentando certificar su cacao, para así incrementar los precios que reciben por el cacao y ayudar a los agricultores a acceder a las cadenas de suministro de las grandes empresas internacionales como Mars, Nestle y Mondelez. Sin embargo, Adou nos dice que los costes iniciales para obtener la certificación son muy altos, y no pueden permitirse pagarlos.

“Queremos muchas cosas,” dice Adou, cuando le preguntamos qué podrían hacer las empresas multinacionales para ayudar a las pequeñas productoras de cacao de Costa de Marfil. “Queremos formación, por ejemplo, que nos enseñen qué pasos dar para hacerlo bien. Y también necesitamos herramientas, equipamiento, machetes, cubos, etc para hacer nuestro trabajo. Si tuviéramos esas cosas, todo sería más fácil”.

“Queremos que nuestras condiciones mejoren” dice Adou. “Queremos que los hombres entiendan que somos capaces de hacer lo mismo que ellos. Las mujeres no somos inferiores, y los hombres tienen que entenderlo. Y creo que si existe presión internacional, las cosas empezarán a cambiar.” Adou quiere abrir nuevos caminos para las mujeres en Costa de Marfil, “Y espero que otras mujeres nos sigan; queremos que se den cuenta de que pueden hacer lo mismo que los hombres.”

Conclusión

El sector del chocolate está preparado para cambiar. El cambio climático está obligando a las empresas de alimentación y bebidas a buscar nuevas tierras y técnicas de cultivo que les permitan satisfacer una demanda cada vez mayor, y los agricultores ya no están tan dispuestos a trabajar en condiciones precarias. Los consumidores también exigen prácticas más responsables, y tanto los programas de certificación como otras iniciativas del conjunto del sector están trabajando para abordar las consecuencias que las actividades empresariales tienen sobre comunidades de todo el mundo.

No obstante, hasta el momento las empresas no han tenido en cuenta uno de los elementos más importantes y con mayor potencial de cambio de la cadena de suministro a nivel mundial: las mujeres. Las mujeres no sólo constituyen un gran porcentaje de las personas que plantan, recolectan y procesan el cacao, sino que además desempeñan un papel clave para alcanzar la seguridad alimentaria y un crecimiento equitativo y sostenible.

En este momento, Oxfam pide a tres de las empresas que más cacao compran en el mundo que asuman la responsabilidad de sus actividades en sus cadenas de suministro, y que mejoren las condiciones de todas las mujeres que hacen que sus productos sean una realidad.

Oxfam www.oxfam.org

Oxfam es una confederación internacional de diecisiete organizaciones que trabajan juntas en 92 países: Oxfam America (www.oxfamamerica.org), Oxfam Australia (www.oxfam.org.au), Oxfam-in-Belgium (www.oxfamsol.be), Oxfam Canada (www.oxfam.ca), Oxfam France (www.oxfamfrance.org), Oxfam German (www.oxfam.de), Oxfam GB (www.oxfam.org.uk), Oxfam Hong Kong (www.oxfam.org.hk), Oxfam India (www.oxfamindia.org), Intermon Oxfam (www.intermonoxfam.org), Oxfam Ireland (www.oxfamireland.org), Oxfam Italy (www.oxfamitalia.org), Oxfam Japan (www.oxfam.jp), Oxfam Mexico (www.oxfamexico.org) Oxfam New Zealand (www.oxfam.org.nz) Oxfam Novib (www.oxfamnovib.nl), Oxfam Quebec (www.oxfam.qc.ca)

¹ KPMG. “Food and Beverage Industry Outlook Survey” 2012. Found at <http://www.kpmg.com/US/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/food-and-beverage-industry-outlook-survey-2012.pdf>

² Bloomberg. “Chocolate Binge Topping \$100 Billion Boosts Cocoa After Slump: Commodities” Nov 24, 2011

³ Planet Money, “Rethinking The Oreo For Chinese Consumers” January 27, 2012. Found at <http://www.npr.org/blogs/money/2012/01/27/145918343/rethinking-the-oreo-for-chinese-consumers>

-
- ⁴ Ad Age, "Snickers Surging to Top of Global Candy Race." Found at <http://adage.com/article/news/snickers-surging-top-global-candy-race/237349/>
- ⁵ Nestle. "Happy 75th Birthday KitKat" <http://www.nestle.com/media/newsandfeatures/happy-75th-birthday-kitkat>
- ⁶ <http://archive.unctad.org/templates/WebFlyer.asp?intItemID=5389&lang=1>
- ⁷ Increasing Cocoa Productivity Through Improved Nutrition: A Call to Action. K. de Vries, B. McClafferty, M. van Dorp
- ⁸ 95 toneladas equivale a 190.000 libras: http://www.khaleejtimes.com/kt-article-display-1.asp?section=todaysfeatures&xfile=/data/todaysfeatures/2012/October/todaysfeatures_October41.xml
- ⁹ World Cocoa Foundation, "Cocoa Market Update." Quoting Bloomberg News. Found online at <http://worldcocoafoundation.org/wp-content/uploads/Cocoa-Market-Update-as-of-3.20.2012.pdf>
- ¹⁰ <http://www.confectionerynews.com/Manufacturers/Mondelez-sets-global-chocolate-vision>
- ¹¹ En 2011, la producción total en todo el mundo fue de 3.940.000, 2011 Mondelez 450.000 + Nestle 400.000 + Mars 390.000 = 1.240.000
- Cálculo $1.240.000/3.940.000 = 31.5\%$
- Fuente: Cocoa barometer 2012, gráfico 3 (p.5) y gráfico 8 (p.11)
- ¹² International Cocoa Organization, "The Chocolate Industry" online at <http://www.icco.org/about-cocoa/chocolate-industry.html>
- ¹³ World Cocoa Foundation, "Cocoa Market Update." Quoting Bloomberg News. Found online at <http://worldcocoafoundation.org/wp-content/uploads/Cocoa-Market-Update-as-of-3.20.2012.pdf>
- ¹⁴ <http://www.gainhealth.org/reports/increasing-cocoa-productivity-through-improved-nutrition>
- ¹⁵ <http://archive.unctad.org/templates/WebFlyer.asp?intItemID=5389&lang=1>
- ¹⁶ Fairtrade International. "Fairtrade and Cocoa" August 2011. Found at http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm_docs/2011/C/Cocoa%20Briefing%20FINAL%20Sept11.pdf
- ¹⁷ This came from the Cocoa sector policy brief and the larger number of those who "depend on cocoa" is also found at <http://worldcocoafoundation.org/wp-content/uploads/Cocoa-Market-Update-as-of-3.20.2012.pdf>
- ¹⁸ http://www.cocoabarometer.org/Cocoa_Barometer/Download_files/COCOA_baro2012_printerfriendly.pdf
- ¹⁹ <http://www.childlabor-payson.org/Tulane%20Final%20Report.pdf>
- ²¹ The role of certification and producer support in promoting gender equality in cocoa production, UTZ CERTIFIED Solidaridad-Certification Support Network in cooperation with Oxfam Novib, February 2009.
- ²² IFPRI (2002) Empowering women and fighting poverty: Cocoa and land rights in West Africa.
- ²³ *Tras la Marca*, de Oxfam, ha revelado que ni Mars, ni Mondelez ni Nestle tienen políticas que exijan a sus proveedores contar con mecanismos de reclamación a disposición de los agricultores o trabajadores.
- ²⁴ *The role of certification and producer support in promoting gender equality in cocoa production*, UTZ CERTIFIED Solidaridad-Certification Support Network in cooperation with Oxfam Novib, February 2009.
- ²⁵ Bogui, N. and M. Belleau, 'Réalisation du diagnostic Genre et Développement', SOCODEVI (1999)
- ²⁶ Food and Agriculture Organization. *FAO at work 2010-2011: Women Key to Food Security*.
- ²⁷ See: SOFA Team & Cheryl Doss (2011). The role of women in agriculture, ESA Working Paper No. 11-02, FAO publication, p. 2 <http://www.fao.org/docrep/013/am307e/am307e00.pdf>
- ²⁸ <http://www.economist.com/node/6802551>
- ²⁹ <http://www.fao.org/news/story/en/item/52011/icode/>
- ³⁰ <http://worldcocoafoundation.org/wp-content/uploads/Cocoa-Market-Update-as-of-3.20.2012.pdf>
- ³¹ The role of certification and producer support in promoting gender equality in cocoa production, UTZ CERTIFIED Solidaridad-Certification Support Network in cooperation with Oxfam Novib, February 2009.
- ³² IFPRI, Gender Dimensions of Agriculture, Poverty, Nutrition, and Food Security in Nigeria, Olubunmi Idowu, Yetunde Ajani
- ³³ La media de cosechas de un productor de cacao son dos al año.
- ³⁴ ³⁴ <http://www.amazon.com/Silky-Smooth-Chocolate-Promises-Collection/dp/B002SC083C>
- ³⁵ CIAT, Predicting the impact of climate change on the cocoa growing regions in Ghana and Ivory Coast
- ³⁶ <http://worldcocoafoundation.org/creating-sustainable-cocoa-communities-through-literacy/>
- ³⁷ Euromonitor.com, "Euromonitor International's View on the 2012 World Cocoa Conference: Don't Panic." <http://blog.euromonitor.com/2013/01/euromonitor-internationals-view-on-the-2012-world-cocoa-conference-dont-panic.html>. "... Según los políticos de los países productores, con los niveles de precios actuales, los agricultores apenas tienen ningún incentivo para legar sus plantaciones de cacao a sus descendientes. Lo más probable es que las nuevas generaciones cambien de producto y se dediquen al caucho, o que migren a las ciudades a trabajar en empleos mejor remunerados."
- ³⁸ Chan, M.K.; Barrientos, S. (2010). *Improving opportunities for women in smallholder-based supply chains*.
- ³⁹ 2012 Cocoa Barometer.

⁴⁰ Según el análisis de Oxfam, las iniciativas de sostenibilidad de las empresas no tienen enfoque de género. Aunque algunos programas concretos abordan las cuestiones de género, hasta el momento el planteamiento de las empresas en estas cuestiones está fragmentado y no está introduciendo cambios a lo largo de toda su cadena de suministro.

⁴¹ <http://www.childlabor-payson.org/Tulane%20Final%20Report.pdf>

⁴² Chan, M.K.; Barrientos, S. (2010). *Improving opportunities for women in smallholder-based supply chains*.