



Fernando Ortega
Ingeniero agrónomo

La sostenibilidad en el sector agroalimentario (I). La necesaria transición de lo divino a lo humano

En estos últimos días he tenido la oportunidad de poder participar en diferentes foros sobre el sector agroalimentario, de forma reiterada y con insistencia la palabra sostenibilidad ha rebrotado y resurgido con fuerza tomando de nuevo posiciones delanteras y protagonistas. De forma casi inmediata me surgen gran cantidad de preguntas y reflexiones a las cuales, además de compartirlas, me gustaría dar forma y opinión: ¿Qué ha cambiado o en que se ha incidido? ¿Hay alguna palanca que la haya hecho proyectar de nuevo hacia un perdido protagonismo? ¿Somos conscientes de la importancia estratégica de este concepto para el sector agroalimentario (en interno y en externo)? ¿Realmente nuestro consumidor quiere ser sostenible? ¿Qué estamos haciendo desde todos los eslabones de la cadena de valor y del ecosistema global alimentario (empresas, entidades, administraciones, centros de investigación y Universidades...).

Hace ya un tiempo, noviembre 2021, que a petición de una publicación con la que colaboro escribí un artículo bajo el título "Sostenibilidad en el sector agroalimentario: ¿Quién le pone el cascabel al gato?". Desde ese punto de partida y lamentablemente es necesario confesar que continuamos "sin ponerle el cascabel al gato" en materia de sostenibilidad para un sector donde este concepto es totalmente estratégico.

Me da la sensación de que estamos en cierta manera en un periodo de estaticidad en demasía, quietud y anclaje con más estética que dinámica, todavía inmersos en temáticas más cercanas a lo divino y con distancia para llegar a lo humano.

Se me asemeja a la transición que vivieron las sociedades y personas de la época en el medioevo, dejar la Edad Media e introducirse en el Renacimiento. Migrar de una sociedad teocrática a una sociedad donde el hombre (persona adoptando el leguaje inclusivo) era el motor que impulsaba el cambio y centraba todas las ideas. En sí se tornó diana de lo económico, cultural, social, político e incluso religioso.

La sostenibilidad no ha avanzado por su propia dinámica en sí, la principal palanca (mal compañera de viaje) ha sido la generación de una innumerables e in-



gentes cantidades de normas (de obligado cumplimiento) desde todas las administraciones sin tener en cuenta la realidad del sector agroalimentario. Estableciendo objetivos inalcanzables (contradicción con lo que debe ser un objetivo) que claramente se traducen en una pérdida de competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor, legisladores que han actuado desconociendo la composición, características y formación de todo nuestro tejido empresarial en sí de la realidad de nuestro sector.

La reacción de los componentes de nuestro ecosistema alimentario, como no podía ser de otra manera, ha sido dedicar recursos a interpretar esa normativa y aplicar medidas (de diferentes tipos) para amortiguar el coste de su implantación sobre unas cuentas de resultados ya debilitadas en su día por efecto pandemia y posterior aceleración (inflación generada por aumento desmesurado de costes sin retorno a posiciones añejas). En lugar de eso, probablemente con menos esfuerzo, las empresas hubieran dirigido sus políticas hacia la aplicación práctica y continuada de la sostenibilidad como factor estratégico (en cascada dinámica y real).

A ello cabe adicionar la fácil manipulación hacia utilizar la sostenibilidad como escudo protector y sobre todo de malintencionada comunicación hacia el punitivo *greenwashing* complementado con el *socialwashing*, haciendo caer el concepto a niveles de credibilidad de difícil recuperación social. La sostenibilidad es un verdadero factor de cambio capaz de generar valor añadido a nivel del modelo de negocio ya que es en este concepto donde realmente afecta de forma muy directa.



■

Introducir la pata económica como principal componente de la sostenibilidad debe favorecer su implantación

■

Este punto de partida es vital para poder llevar a cabo su implementación, partamos de un análisis intenso de como utilizando la sostenibilidad a modo de ariete de generación y desarrollo de cambios, modificaciones y mejoras en el modelo de negocio agroalimentario tanto a nivel productivo, comercial, operacional, financiero como de gestión en general. Es una oportunidad a la que no hay que dar la espalda, aplicar recursos junto con una visión clara (integral e integrada) en el medio-largo plazo. Necesario generar dinámicas constantes, de lluvia fina, que permita calar en las organizaciones y en las tomas de decisión (su ámbito es global y particular a la vez).

El hecho de introducir cada vez de forma más evidente y concluyente la pata económica como principal componente de la sostenibilidad (junto a medio ambiente, social y gobernanza) debe favorecer su implantación pues sin rentabilidad y sin generar los fondos necesarios no será posible dar continuidad ni profundizar en las otras tres patas.

En mi opinión la gobernanza (asegurar un buen gobierno) se afianza en una clara segunda posición en aras a la necesaria relación, cada vez más transparente, con los grupos de interés. Medio ambiente y social, las más desarrolladas hasta el momento, todavía tienen recorrido y evolución debiendo replantearse lejos de ser utilizadas como un mero maquillaje pues deben tener resultados e incidencia real en nuestro entorno natural y en nuestro entorno social.

