

# Solo habrá futuro si la agricultura y el consumo son sostenibles

Vivimos en un mundo cada vez más poblado, más globalizado, más urbanizado y con menos recursos. Se estima que en el año 2050 habrá que producir alimentos para 9.500 millones de personas en una tierra cultivable limitada y azotada por los efectos del cambio climático. En este escenario, **la agricultura sostenible puede asegurar el acceso de todos a la alimentación**. Todos los agentes implicados están en busca de un modelo económicamente viable, medioambientalmente sostenible y socialmente responsable. La **innovación** es la gran aliada para encontrar la solución: si se pone al alcance del sector primario, permitirá aplicar la tecnología para preservar los recursos naturales.

**Invertir en innovación no es solo un deber del sector, sino una obligación de todos y cada uno de los eslabones de la cadena agroalimentaria.** El sistema actual de provisión de alimentos demanda una profunda renovación, desde los cultivos y producciones hasta los lineales de los supermercados. Por ejemplo, la modalidad de cultivo *hidropónico* (un método de invernadero distinto al tradicional sobre suelo) evita problemas de suelo, permite una mayor producción y nuevas posibilidades de comercialización. Respecto al *packaging*, hay también alternativas varias como optimizar los envasados para hacerlos mejor almacenable y transportables, menos contaminantes y más prácticos. Pero no solo tiene que cambiar de actitud el sector agroalimentario. **Los consumidores son coprotagonistas y corresponsables cuando se trata del futuro.** La innovación en sí misma no es una ventaja competitiva si no se armoniza con los consumidores, con los procesos y con la organización.

La industria y la distribución satisfacen sus necesidades de una forma cada vez más personalizada, pero los consumidores han de adquirir también el compromiso de ajustar sus demandas a sus propias necesidades. Para ello, hay que reforzar la imagen de las producciones agroalimentarias y explicar su modelo de producción para incrementar su conocimiento por parte de los consumidores. Y es que en el mundo se

desperdician 1.300 millones de toneladas de alimentos al año, lo que equivale casi a un tercio de toda la producción mundial. En concreto, **España es el séptimo país que encabeza el ranking del desperdicio alimentario**, con más de siete millones de toneladas tiradas a la basura.

Planificar bien la lista de la compra, aprender a conservar los alimentos y calcular correctamente las cantidades son algunas de las medidas que pueden tomar los consumidores para paliar el despilfarro y practicar un consumo responsable. Por su parte, **la industria y la distribución estudian otros diseños para hacerse más fácil al consumidor**, como, por ejemplo, envases recerrables para aumentar la vida útil de los productos, la aplicación de materiales inteligentes que transmiten o absorben sustancias que permiten controlar el estado de los alimentos envasados o unidades con raciones más adaptadas a todo tipo de consumidor.

**La sociedad debe estar más concienciada** con la búsqueda de procesos sostenibles, con la preservación de las materias primas y con métodos de producción más seguros y respetuosos con el medio ambiente. Estamos todos de acuerdo en utilizar envases sostenibles y ecoeficientes con un menor impacto medioambiental y, por supuesto, en reciclarlos cuando llegan al final de su vida útil, aplicando la economía circular.

Así que, ¿por qué no contribuimos todos a garantizar el abastecimiento de alimentos de manera eficaz? Solo será posible asegurar la alimentación de la población mundial si la innovación en el sector agroalimentario y la concienciación por parte de los consumidores van de la mano.

