



Sostenibilidad de los sistemas alimentarios

ANDREA SUÁREZ ÁLVAREZ; ANTONIO BLANCO PRIETO; NURIA ALONSO MATEOS; MIGUEL ARENAS MARTÍNEZ; ALFONSO RODRÍGUEZ FIDALGO. Alianza contra el Hambre y la Malnutrición en España.

RESUMEN

Entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible expuestos por Naciones Unidas en la Agenda 2030, el objetivo número 17 apela a las Alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil a favor de la sostenibilidad. Bajo este paradigma, catorce entidades se han integrado en la Alianza contra el Hambre y la Malnutrición en España y coordinado un foro de reflexión sobre la Sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos.

En el Foro celebrado en Oviedo en 2016, cuarenta y dos profesionales de diferentes ámbitos profesionales trabajaron con técnicas cualitativas para facilitar el intercambio de visiones y poder elaborar un documento con recomendaciones para la acción. El presente artículo expone las principales conclusiones alcanzadas en el encuentro, tanto en los ámbitos de las administraciones públicas y la sociedad civil como en el sector empresarial y el conocimiento científico.

PALABRAS CLAVE: sostenibilidad, sistemas alimentarios, cadena alimentaria, desarrollo rural, sociedad civil, responsabilidad social corporativa.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), aprobados el 25 de septiembre de 2015 por los líderes mundiales para alcanzar en un periodo de 15 años – hasta 2030–, instan a todos los países, las entidades públicas y privadas y la sociedad civil a adoptar medidas de protección del planeta e impulso del crecimiento sostenible. En este sentido, resulta vital abordar los problemas y sus causas desde una perspectiva integradora y sistémica (Naciones Unidas, 2015).

Aunque los 17 ODS están interrelacionados y orientados a alcanzar un desarrollo sostenible, dos de ellos guardan una especial relación con el sistema agroalimentario: El Objetivo número 2, que fija como meta poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición, y promover la agricultura sostenible; y el Objetivo número 12, para garantizar modelos de consumo y producción sostenible.

Para asegurar el desarrollo sostenible de un entorno que se degrada a gran velocidad, ante un proceso de cambio climático que arriesga los recursos y un crecimiento continuo de la población mundial hasta alcanzar 9.100 millones de habitantes en 2050, según estimaciones de la FAO (2009), el Objetivo 2

(punto 4) manifiesta la necesidad de “asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción y contribuyan al mantenimiento de ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos y mejoren progresivamente la calidad del suelo y la tierra” (Naciones Unidas, 2016, 12).

Entidades como la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) afirman que la agricultura, la silvicultura y las piscifactorías sostenibles pueden contribuir a solucionar el problema, mientras se invierte en el desarrollo rural y la protección del medio ambiente. Para alcanzar este Objetivo y garantizar la viabilidad futura de todo el sistema, el Objetivo número 2 debe estar estrechamente relacionado con el cumplimiento del Objetivo número 12, relativo a los modelos de consumo y producción sostenibles.

¿Son los actores conscientes de las consecuencias de sus decisiones de consumo y producción de alimentos? ¿Tienen a su disposición la información necesaria para vivir de manera responsable? ¿Qué otros factores les impiden ser sostenibles? Es importante hacer a las personas conscientes de las consecuencias de las elecciones de producción –en el caso de los productores- y de consumo –en el caso de la sociedad civil y las personas-, para lo cual es imprescindible una buena formación e información que permita desarrollar un estilo de vida respetuoso con el medio, tal como especifica el ODS número 12 (apartado 8): “Para 2030 velar por que las personas de todo el mundo tengan información y conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza” (Naciones Unidas, 2016, 32).

LAS PARADOJAS DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO ALIMENTARIO

Se requiere sustituir el modelo de crecimiento convencional por un desarrollo humano sostenible donde prevalezca la calidad de vida universal (Alguacil, 2013). En ese sentido, incidiendo en la línea de una producción y consumo responsables, el Barilla Center Food & Nutrition (BCFN) implementó la iniciativa del *Protocolo de Milán* con el fin de sensibilizar a todos los sectores de la sociedad en la urgencia de generar un sistema más sostenible.

El *Protocolo de Milán* expone con claridad tres paradojas de los sistemas alimentarios: la primera está relacionada con las pérdidas y desperdicios de alimentos (ACHM-E, 2015), estimando que cada año desperdiciamos “un tercio de la producción mundial de alimentos, o cuatro veces la cantidad necesaria para alimentar a 795 millones de personas que sufren hambre o malnutrición en el mundo” (BCFN, 2015, 65).

La segunda contradicción tiene que ver con el uso de los recursos naturales; una importante proporción de cereales –estimada en el 40%– y producción alimentaria se destina a la cría animal o a la fabricación de combustibles (Prosalus, 2007), en vez de atender al problema citado de hambre y malnutrición. El



concepto de sostenibilidad debe guiar las principales acciones humanas, explica el Protocolo, y ayudar a definir prioridades tanto para la sociedad como para el planeta.

La tercera paradoja a la que se enfrenta la sociedad es la del acceso a la alimentación y el exceso de la misma. Es sabido que se produce suficiente comida para eliminar por completo el hambre, pero siguen existiendo millones de personas que la sufren cada día. Por otro lado, hay 2.100 millones de personas que padecen obesidad o sobrepeso por todo el mundo.

El protocolo habla de problemas estructurales atajables con políticas y prácticas concretas. Analizando todos los datos expuestos se percibe la responsabilidad que los sistemas de producción y consumo de alimentos, y sus actores, tienen en el devenir del planeta. Derivada de su actividad, se produce gran parte de la degradación de la tierra y la disminución de la fertilidad de los suelos y el medio marino, lo que aboca a la incapacidad del planeta para suministrar suficientes alimentos en los próximos lustros para toda la población (BCFN, 2105).

LOS FACTORES QUE INTERVIENEN

Ya en 1987, el Informe Brundtland de la ONU advertía sobre la necesidad de afrontar conjuntamente los problemas, relacionando entre sí las causas y proponiendo respuestas combinadas basadas en varias dimensiones de sostenibilidad como son la medioambiental, la social y la económica (Jiménez, 2000). Por la dimensión medioambiental se aspira a conseguir la auto-renovación de los sistemas controlando el desgaste de los recursos naturales. La segunda dimensión, la social, alude a la interacción entre los agentes y a las capacidades desarrolladas por las entidades y sectores que promueven núcleos y nodos organizativos que apuestan por la calidad de vida (Alguacil, 2013).

La tercera y última dimensión relacionada, la económica, pretende el crecimiento económico rentable pero en concordancia con un desarrollo sostenible. Es decir, una economía

solidaria que parta de una consideración alternativa al sistema de prioridades actual. El creciente determinismo económico que pasa por encima de los preceptos de una economía gobernada para lo social y las personas (Naredo, 2013), provoca que en esta dimensión estén implicados numerosos factores causantes pero también correctores para la mejora en este plano multifactorial. Aspectos como la inversión en conocimiento mediante la dotación presupuestaria puntera en I+D+i, la eficiencia productiva o el fomento institucional de acciones respetuosas con el medio ambiente mediante políticas fiscales, junto a la búsqueda de la *calidad* en un tejido empresarial cada vez más modernizado y consciente, son algunas de las aportaciones a considerar y desarrollar.

METODOLOGÍA

Para abordar estas cuestiones, la Alianza contra el Hambre y la Malnutrición en España, integrada por 14 entidades públicas y privadas, y presidida por el Banco de Alimentos de Asturias, convocó un encuentro los días 9 y 10 de junio de 2016, con objeto de debatir y proponer recomendaciones para la acción tanto en el objetivo de *“asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos”* (Objetivo 2, apartado 4), como en el fin de *“velar por que las personas de todo el mundo tengan información y conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza”* (Objetivo 12, apartado 8).

En este encuentro se reunieron en Oviedo, durante dos jornadas, cuarenta y dos profesionales y expertos clasificados en cuatro mesas de trabajo representativas de sectores que podrían asumir papeles destacados en el logro de la sostenibilidad: sector de las administraciones públicas, sector social, sector empresarial y sector de conocimiento científico.

Mediante una técnica de dinámica de grupos, los miembros de cada mesa reflexionaron sobre ambos objetivos y sobre el papel que podrían asumir para alcanzarlos desde sus respectivos sectores y organizaciones. En cada mesa se plantearon cinco cuestiones para que los participantes consensuasen las respuestas a las mismas (basadas en el Enfoque de Derechos Humanos):

1. ¿Cuáles considera que son los procesos claves para su sector en la producción sostenible de alimentos?
2. ¿Qué dificultades tiene para incidir en ellos?
3. ¿Qué considera que deben aportar los titulares de obligaciones (Estados y administraciones públicas) y los titulares de responsabilidades (organizaciones, sector privado, medios de comunicación, etc.) para tener un impacto positivo?
4. ¿Cuál cree que debe ser la actitud de los titulares de derechos (las personas) para tener un impacto positivo?
5. ¿Qué costes podrían tener estas actuaciones y cómo podrían financiarse?

Posteriormente, con las cuestiones analizadas, los miembros de las diferentes mesas se intercambiaron creando mesas mixtas o heterogéneas, lo que permitió que cada ponente escucha-



se las valoraciones dadas en las mesas diferentes a las suyas y comprendiese la percepción que, sobre cada actor, tienen otros sectores y agentes de la cadena alimentaria. Tras este ejercicio de escucha, debate y aceptación de diferentes perspectivas, los participantes regresaron a sus respectivas mesas sectoriales para volver a responder a las cuestiones planteadas y ver si las respuestas iniciales se mantenían o se modificaban en algunos aspectos tras la experiencia del intercambio de opiniones (“técnica de la rejilla”).

El encuentro concluyó con una sesión plenaria en la cual se sometieron a debate las conclusiones de cada mesa entre todos los participantes hasta llegar a alcanzar, por consenso, un decálogo de acciones conjuntas (ver “propuestas comunes”). El posterior análisis de contenido de las dinámicas de cada mesa y del plenario, ha permitido elaborar una guía de recomendaciones para la acción, cuyos principales planteamientos se presentan a continuación.

CONCLUSIONES DEL ÁMBITO DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Desde los diversos niveles administrativos y políticos es posible remover obstáculos e implementar medidas que incidan en un desarrollo humano sostenible, si bien desde la base de volver la vista a la ciudadanía (Butler y Bregendahl, 2012). Así, Europa, el gobierno estatal y las administraciones autonómicas y locales pueden impulsar y facilitar cambios en la dinámica social, incentivar o desincentivar actividades que incidan en beneficio del sostenimiento y mejora de la biodiversidad. La importancia y urgencia de dichos objetivos nos indican que no se pueden abordar de forma improvisada, pues necesitan continuidad, tiempo y una planificación alejada del corto plazo. Lo cual nos conduce necesariamente a una gobernanza exigente acorde con estas metas, garantizando pactos institucionales que prioricen en la agenda política la sostenibilidad del sistema.

La capacidad de movilización de recursos de las instituciones nacionales, regionales y locales es fundamental para identificar redes institucionales e impulsarlas, visibilizarlas y relacionarlas entre sí con la intención de generar líneas de cooperación, conocimiento y buenas prácticas. Todo esto implica un cambio metodológico en las maneras de trabajar, más coordinativo y horizontal, que debe venir acompañado por la preocupación de que el conjunto de la población disponga de una información rigurosa y adecuada, poniendo el foco en aquellas áreas donde haya sombras y vacíos importantes para favorecer las decisiones corresponsables de consumo de la ciudadanía (Cortina, 2013).

Otro rol primordial de las Administraciones Públicas es la capacidad de fomentar estilos de consumo respetuosos con el medio cuando se realizan contrataciones o, aún más, de estimular la compra ética y sostenible a través de cláusulas sociales que primen el valor del producto por sus cualidades y sus procesos de producción, sin poner por delante los criterios básicamente económicos. En ese sentido, el papel de las instituciones sería evaluar, analizar e intentar transformar marcos regulatorios para incentivar las actuaciones respetuosas con las ideas que estamos manejando.

Finalmente, teniendo en cuenta el papel de las administraciones locales o cercanas en el desarrollo rural, es primordial que en esta parte de la cadena especialmente sensible existan contrapesos públicos para la gestión del territorio desde la perspectiva de la sostenibilidad. El desequilibrio de fuerzas del sector primario (despoblación, desvalorización de lo rural) a la hora de negociar con el resto de la industria incide en una devaluación de la calidad de vida de los hombres y mujeres de este ámbito, desincentivando, además, inversiones acordes con la sostenibilidad del medio. En última instancia, poner en valor esta nueva ruralidad conlleva el impulso de acciones formativas que redunden en una mejor profesionalización del sector y optimicen los recursos productivos. En definitiva, una tarea desde abajo hasta arriba como punto fuerte para la mejora de la sostenibilidad en el territorio.

CONCLUSIONES DEL ÁMBITO DE LA SOCIEDAD CIVIL

La sociedad civil organizada debe analizar e incidir en los problemas sociales y la búsqueda del bien común desde una crítica constructiva e independiente. En este sentido, se observa que la sociedad civil tiene peso en el problema, pero hay muchos pesos a repartir: "Que cada consumidor conozca todo el proceso debería ser un derecho: saber cuál es el origen del producto, por qué manos ha pasado, qué se lleva cada actor implicado del precio que finalmente la persona paga". Es necesario, afirman, profundizar en las causas: "¿Por qué hay personas que ya conocen las pautas de consumo sostenibles y no las cumplen?, ¿hasta qué punto somos libres si no tenemos la información necesaria o tenemos un exceso de ella?" (ACHM-E, 2017, 22).

La mesa sostiene que en el momento en que quienes consumen rechacen un producto, este acabará desapareciendo, pero para desarrollar esa conciencia crítica han de poseer primero la información y formación adecuada. En la actualidad se percibe que "el hecho de que los distribuidores de alimentos diferencien los alimentos de proximidad o ecológicos del resto con el etiquetado, puede estar haciendo que la ciudadanía se aleje de ellos, porque los asimilan como productos simplemente más caros" (ACHM-E, 2017, 22). Entonces, ¿qué tipo de consumidores tienen la capacidad de acceder a estos alimentos? ¿Es el consumo responsable elitista? Las entidades sociales entienden tras su análisis que los conceptos relacionados con la sostenibilidad son complejos, por lo que, para comenzar a difundir mejor las ideas y asentar la necesidad de sostenibilidad en el





imaginario colectivo, deberían hacerse accesibles a todas las personas mediante un lenguaje homogéneo y más claro.

Otro de los puntos imprescindibles es la formación en materia de sostenibilidad, donde las administraciones públicas tienen un peso decisivo por su capacidad de incluir esta temática en los planes de estudio de las distintas etapas educativas. El profesorado se revela también como fundamental, pues se hace imprescindible que los conocimientos transmitidos sobre hábitos sostenibles sean aplicables a la vida cotidiana.

Este proceso de clarificación del lenguaje y de mejor formación tiene como objetivo la creación de un pensamiento crítico en la ciudadanía en cuanto a las decisiones sobre su estilo de vida. Con una información adecuada, los consumidores desarrollarán una conciencia crítica que les hará rechazar determinados productos. La información sobre las distintas fases del proceso de producción y la trazabilidad del producto nos facilitará la toma de decisiones. También datos relativos a la emisión de CO₂, la huella ecológica o la responsabilidad social de la empresa pueden determinar que sea un producto y no otro el elegido. En este ámbito, la sensibilización realizada por los medios de comunicación también jugará un papel destacado en la información y educación del consumidor y, por tanto, en el pulso por la sostenibilidad.

CONCLUSIONES DEL SECTOR EMPRESARIAL

Desde el sector empresarial se ha considerado que una gestión sostenible requiere la planificación en varias fases: 1) identificación de actores y sectores; 2) definición de objetivos y responsabilidad de cada sector; y 3) definición de los indicadores y creación de mensajes comunes.

Surge en ese análisis la disyuntiva entre el peso y el poder de cada eslabón a la hora de dar soluciones efectivas. Incluso dentro de un mismo eslabón hay diferencias de poder, como es el caso de los puntos de venta; no es comparable un comercio pequeño a una gran superficie. Ser consciente de las debilidades y fortalezas de cada elemento de la cadena, y los apoyos necesarios para cada caso, supone enfocar mejor las acciones.

El desarrollo sostenible del mundo rural es otro de los frentes de la mesa empresarial, una demanda a la que no se puede dar la espalda por su responsabilidad desde el inicio de la cadena. Dar respuestas a la gestión del relevo generacional es vital para el impulso del sector primario. Poder aplicar tecnologías avanzadas de producción en esas primeras fases de la cadena sería un primer paso para ganar eficiencia; que la I+D+i esté al alcance de la población rural es requisito fundamental.

La capitalización del conocimiento es otra manera de contribuir. En ese sentido, una de las ideas a lo largo del debate fue la de la creación de un banco de herramientas de experiencias innovadoras que pudieran ser utilizadas por las empresas del sector para motivar sus propios cambios en gestión sostenible. Esto supondría la creación de una plataforma de acceso con información agrupada de distintas experiencias extrapolables a situaciones concretas.

En el plano económico se plantea si son imprescindibles, en un entorno sostenible, todos los pasos de la cadena actual: ¿Es posible alimentar a toda la población mundial actual y futura sin la presencia y coordinación de los actuales agentes del sistema alimentario? No es posible responder a estas preguntas con certeza, pero sí se percibe la necesidad de reimpulsar el comercio de proximidad y lograr que los productos sostenibles se perciban valiosos por la opinión pública (bien porque resulten económicos o como una inversión en salud). En cualquier caso, la mesa coincide en que “el reto para las empresas es el de buscar que el producto sostenible compita en igualdad de condiciones con el resto de productos” (ACHM-E, 2017, 28).

La mesa empresarial valora también su poder de modelación de los hábitos de consumo a través de la publicidad y la comunicación corporativa. Una empresa comprometida con la sostenibilidad puede utilizar estas herramientas de comunicación para hacer llegar a todo consumidor los mensajes responsables de la manera más eficiente. Además, aportar más y mejor información sobre trazabilidad, coste, nutrición o huella ambiental es ya una exigencia de todos los actores hacia la empresa.

No obstante, de nada sirven los buenos propósitos si no se establecen herramientas de medición adecuadas para ver la evolución y eficacia de las acciones. Tampoco se puede obviar que las administraciones públicas cuentan con un papel vertebrador de las acciones y políticas al respecto. Por ello, cabe solicitar a estas administraciones mecanismos de refuerzo e impulso de las producciones sostenibles del sector primario, industria transformadora, sector logístico, HORECA y puntos de venta.

CONCLUSIONES DEL SECTOR ACADÉMICO

Uno de los primeros desafíos a los que se enfrenta esta mesa es el de homogeneizar el concepto de sostenibilidad. “En ocasiones se manejan términos excesivamente ambiguos y contradictorios”, expresan, lo que afecta a todas las partes de la cadena (ACHM-E, 2017, 31). Clarificar los conceptos y dar coherencia conceptual es una de las tareas que deben

asumir las diferentes disciplinas del conocimiento vinculadas al estudio de la alimentación.

El trabajo multidisciplinar dentro de las instituciones investigadoras debe ser la norma y no la excepción para dar respuestas eficaces a un problema global. Esto supone afrontar la fragmentación actual de las ciencias, propiciando el análisis de indicadores integrales del sistema, y una comunicación rigurosa y consensuada de los avances científicos.

El exceso de información actual, “no necesariamente exacta ni bien divulgada”, debe reorientarse a su vez a todas las personas, a la comprensión general. Dentro del análisis de las prioridades, se propone la revisión del concepto de precio justo para el sector primario, una cuestión que aparece mencionada también en el resto de mesas. Un concepto que aparece unido al consumo de productos estacionales. No en vano, la proximidad entre producción primaria y consumo final es una de las claves para la sostenibilidad, según la mesa: “En ocasiones los alimentos recorren muchos kilómetros desde el lugar de origen hasta llegar al lugar donde se consumen, incluso alimentos con el sello ecológico” (ACHM-E, 2017, 31-32).

Si bien lo ecológico no tiene por qué conllevar sostenibilidad, lo cierto es que la alimentación ecológica sí está incidiendo en el cambio cultural y en las costumbres de un tipo concreto de consumo. En esta línea, las personas pueden ayudar a arraigar el concepto de sostenibilidad, como clientes prescriptores, y pueden servir de líderes del cambio dentro de la sociedad. Añadir un componente ético en la compra y consumo de productos es, así mismo, ineludible e implica una labor de sensibilización y educación favoreciendo estilos de vida más sostenibles.

“Se debe corresponsabilizar, más allá del ámbito escolar, a todos los agentes en una educación integral para desarrollar ese cambio cultural hacia una ciudadanía alimentaria, responsable y crítica con la sostenibilidad de los temas de producción de alimentos”, sostienen (ACHM-E, 2017, 33-34). Este factor educativo aspira a contar con el poder del marketing y comunicación de las empresas, en tanto que eslabones de la cadena, para llegar a más personas, dotando de una nueva dimensión a la responsabilidad social corporativa.

La mesa del conocimiento científico sostiene también que es necesario que los grupos económicos y alimentarios más influyentes interioricen la necesidad de sostenibilidad y la perciban como rentable. En todo este proceso, las administraciones cuentan con el deber de velar por el cumplimiento, por parte de los distintos actores de la cadena, de las normas emanadas de los organismos públicos.

PROPUESTAS COMUNES

Con ánimo de presentar un decálogo de propuestas de acción transversales a toda la cadena alimentaria, los profesionales y expertos convocados por la Alianza contra el Hambre y la Malnutrición en España, con motivo de su III Encuentro, han presentado las siguientes líneas de actuación que, a su vez, po-



drían servir como guía para el diseño de un plan integral a favor del desarrollo sostenible (ACHM-E, 2017, 35-36).

1. Intervenir de manera transversal y coordinada. Los cambios en el sistema alimentario podrían lograrse con la participación de todos sus agentes, e implantando acciones trasversales que supongan un triple balance positivo (económico, social y ambiental) para cada uno de ellos.
2. Favorecer el acceso a la información sobre los procesos. Los actores deberían garantizar la transparencia informativa y comunicar de forma clara y coherente aspectos como la trazabilidad o la huella ambiental de un producto. Esto permitiría a las personas tener mayor capacidad de elección y convertirse en verdaderos agentes del cambio.
3. Incentivar el desarrollo rural. La sostenibilidad conlleva la gestión de los territorios y los recursos naturales y la mejora de las condiciones de vida de la población rural. En este sentido una de las propuestas más innovadoras sería la creación de un banco de herramientas sobre buenas prácticas sostenibles, generalizables a diferentes territorios.
4. Invertir en educación. Todos los agentes del sistema desempeñan la labor de información y sensibilización de las personas. Es importante invertir en educación para la sostenibilidad, logrando que se interioricen los fundamentos del desarrollo sostenible y se cree una masa de productores y consumidores más comprometidos con el futuro.
5. Sensibilizar a los agentes. En este sentido, el mensaje debería basarse en el que sostenibilidad es ineludible, y la educación, la comunicación y las acciones de sensibilización deberían ocupar un papel imprescindible para el cambio.
6. Cuidar las fuentes de información. La comunicación debería ser rigurosa y los lenguajes homogéneos para hacer frente al actual ruido comunicativo.
7. Orientar la responsabilidad social corporativa a la sostenibilidad integral. Los próximos movimientos sobre la RSE deberían dirigirse a la gestión integral de la sostenibilidad, con implicación en la salud, el cuidado de los ecosistemas y la justicia social.
8. Desfragmentar las investigaciones. Las investigaciones sobre sostenibilidad alimentaria deberían buscar un carácter interdisciplinar, integrando enfoques de diferentes áreas de estudio.

9. Impulsar los foros. Los foros y encuentros con los diferentes actores serían importantes para la necesaria confluencia de los discursos y los diversos puntos de vista, y para promover la reflexión sobre el papel y el peso de cada uno de los eslabones de la cadena alimentaria.
10. Vertebrar las acciones a través de las administraciones públicas. Las administraciones cuentan una valiosa capacidad para incentivar acciones y regular los procesos que rigen la sociedad. En este sentido también se incluirían los intentos de desburocratizar y el diseño de hojas de ruta caminar hacia el cambio.

CONCLUSIONES

La Alianza Contra el Hambre y la Malnutrición de España es un espacio neutral de diálogo para fomentar foros de debate e intercambio de conocimientos (ACHM-E, 2015, 2016) coherentes con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en especial con el Objetivo número 2, de “Hambre cero” y el Objetivo número 12, de “Producción y consumo responsable”.

El III Encuentro de la Alianza Contra el Hambre y la Malnutrición de España se celebró en Oviedo los días 9 y 10 de junio de 2016 y tuvo como tema central la “Sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos”. Cuarenta y dos profesionales procedentes de diferentes ámbitos, compusieron cuatro mesas de reflexión y debate: mesa de administraciones públicas, sociedad civil, sector empresarial y mesa de conocimiento científico. Se utilizó el método de rejilla, por lo que cada uno de los expertos invitados pasó por todas las mesas, lo que facilitó el intercambio de conocimientos y opiniones.

El presente artículo resume las conclusiones alcanzadas en cada mesa así como las líneas de actuación que se han considerado transversales (en este sentido es importante recordar que los propios Objetivos de Desarrollo Sostenible conllevan un espíritu sistémico, de interrelación y pragmatismo para mejorar la vida, de manera sostenible, de las generaciones futuras). Uno de los puntos con mayor consenso fue la necesidad de proyectar planes integrales que aglutinen a todos los agentes de la cadena alimentaria, identificando actores, objetivos y responsabilidades individuales, y dotando los mensajes de un lenguaje común y una comunicación eficaz, así como de indicadores de medida de las acciones. Esta óptica multidisciplinar se percibió desde todas las mesas y se recalcó en diferentes momentos del encuentro por distintos agentes. También fue objeto de discusión y acuerdo la necesidad de hacer pedagogía, de informar a la sociedad con rigurosidad, puesto que existe mucha desinformación, y para ello contar con profesionales de la comunicación especializados en temas relativos al medio ambiente y la sostenibilidad.

Asimismo, las distintas mesas recogieron algunos de los puntos más específicos y críticos de su área. Así, se percibió en la mesa científica la obligación de impulsar la investigación interdisciplinar coordinada desde la ciencia para llegar a concretar acciones. En la mesa de administraciones públicas, en cambio,



tomó peso la importancia de analizar las contradicciones del modelo legislativo y el modelo económico frente al desarrollo sostenible. La mesa empresarial, por su parte, destacó el impulso de nuevas formas de producción con sistemas más sostenibles que perciban el apoyo de redes públicas y privadas capaces de aportar herramientas. ■

Bibliografía citada

- ACHM-E (2015). ¿Cómo reducir las pérdidas y desperdicios de alimentos? Guía de recomendaciones para la acción. Alianza contra el Hambre y la Malnutrición en España, Oviedo.
- ACHM-E (2017). Sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos. Guía de de recomendaciones para la acción. Alianza contra el Hambre y la Malnutrición en España, Oviedo.
- Alguacil, J. (2013). “En busca del paradigma perdido”. Documentación Social. Revista de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, núm. 167 (págs. 15-36).
- Barilla Center for Food & Nutrition (2015). *Protocolo de Milán*. Disponible en [https://www.barillacfn.com/media/pdf/MilanProtocol_en.pdf]
- Butler, C. y Bregendahl, C. (2012). “Collaborative Community-supported Agriculture: Balancing Community Capitals for Producers and Consumers”. International Journal of sociology of agriculture and food, núm. 3, vol. 19 (págs. 329-346).
- Cortina, A. (2013). “Un modelo de consumo al servicio de las personas”. Documentación Social. Revista de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, nº 167 (págs. 111-128).
- FAO (2009). “Como alimentar al mundo 2050. Foro de Expertos de Alto Nivel”. Disponible en: http://www.fao.org/fileadmin/templates/wfsfs/docs/Issues_papers/Issues_papers_SP/La_agricultura_mundial.pdf. Consultado el 20 de octubre de 2016.
- FAO (2015). “La FAO y los 17 ODS. Foro de Expertos de Alto Nivel”. Disponible en: <http://www.fao.org/3/a-i4997s.pdf>. Consultado el 12 de julio de 2017.
- Jiménez, L. M. (2000). Desarrollo sostenible: transición hacia la coevolución global. Ediciones Pirámide, Madrid.
- Naciones Unidas (2015). “Proyecto de documento final de la cumbre de las Naciones Unidas para la aprobación de la agenda para el desarrollo después de 2015”. Disponible en: http://www.cooperacionspanola.es/sites/default/files/agenda_2030_desarrollo_sostenibl_e_cooperacion_espanola_12_ago_2015_es.pdf. Consultado el 2 de febrero de 2017.
- Naciones Unidas (2016). Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Naciones Unidas – CEPAL, Santiago de Chile.
- Naredo, J.M. (2013). “Reflexiones sobre la bandera del decrecimiento”. Documentación Social. Revista de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, nº 168 (págs. 35-52).
- Prosalud (2007). Agrocombustibles. ¿Parte del problema o parte de la solución? Madrid, Prosalud – Derecho a la Alimentación Urgente.

MEAT ATTRACTION 2017 se confirma como el gran foro de negocio e internacionalización de la Industria Cárnica

meat attraction

LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO



Una de las principales apuestas de IFEMA para 2017 ha sido la Feria MEAT ATTRACTION, La Feria del Sector Cárnico, con el lanzamiento de una convocatoria profesional y monográfica que ha venido a reforzar su posicionamiento en el sector agroalimentario.

En este sentido, ha sido especial el esfuerzo organizativo que se ha llevado a cabo para el lanzamiento de esta nueva feria celebrada del 18 al 20 de octubre, con el apoyo y colaboración de la patronal del sector ANICE, Asociación Nacional de Industrias de la Carne, que comparte la organización junto con IFEMA, y cuya visión y conocimiento del sector ha sido clave para conseguir la importante acogida que ha tenido este nuevo proyecto entre las empresas nacionales del sector.

Una respuesta que obedece a la necesidad que existía en España de desarrollar una feria acorde a las necesidades comerciales de una industria de gran peso como es la cárnica, cuarta en importancia en la economía española, y que genera un negocio de 22.600 millones de euros, configurando una plataforma ferial que sirviese de catalizador de los intereses de los sectores y agentes que la integran, y que cumpliera con los objetivos de impulsar la comercialización y la internacionalización de nuestras empresas y productos; en definitiva, una herramienta eficaz que potenciase la comunicación y la promoción de una de nuestras primeras industrias alimentarias.

Unos objetivos ambiciosos, pero que ya en su primera edición, celebrada los pasados 18 a 20 de octubre, han tenido



su impacto, como lo demuestra el balance de participación que ha recibido MEAT ATTRACTION, y la confirmación del apoyo institucional a este encuentro profesional, por parte del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, cuya responsable Isabel García Tejerina inauguró oficialmente la feria, en compañía de la Presidenta del Congreso, Ana Pastor, así como el apoyo de todas las asociaciones y organismos del sector.

Éxito de participación: 242 empresas expositoras y representadas y 9.000 profesionales

La intensa promoción que ha realizado la Feria por las principales provincias y puntos de España ha tenido una importante respuesta, tal como se desprende de la participación reunida en su primera edición, con 242 expositores y empresas representadas de 16 países. Unos datos satisfactorios que confirman también un paso decisivo en el objetivo de contribuir a la internacionalización de nuestras pequeñas empresas, logrando atraer la visita de alrededor de 9.000 profesionales procedentes de 37 países de Europa, Asia, América y África.

Programa de Compradores de 25 países

En este sentido, MEAT ATTRACTION, la primera Feria en España dedicada monográficamente a la industria cárnica, ha centrado su esfuerzo por atraer a todos los eslabones de la demanda, desde el comercio mayorista, importadores y exportadores, cadenas de distribución comercial y minorista, hoteles, restaurantes y colectividades, hasta productores de carne y derivados cárnicos. Para ello, y dentro de su estrategia internacional, ha trabajado en el programa

de compradores y prescriptores nacionales e internacionales, al que ha destinado una inversión de 300.000 euros, y al que han sido invitados 218 compradores, de 25 países, principalmente de Europa, Asia y Latinoamérica.

Asimismo y con el objetivo de abrir la industria nacional a nuevos mercados, de interés estratégico para el sector, la víspera de la apertura de la Feria – el 17 de octubre -, tuvo lugar en la Feria de Madrid el primer Foro Hispano Chino sobre la Carne de Vacuno y Ovino, convocado por la Interprofesional de la Carne de Vacuno, PROVACUNO, y la Organización Interprofesional del Ovino y Caprino de Carne, INTEROVIC. Empresarios de ambos países se dieron cita en este encuentro, con el fin de profundizar en el conocimiento de la producción cárnica española, y de fomentar oportunidades de negocio con los principales agentes importadores y comercializadores del gigante asiático.

Algunas de las firmas líderes, así como sus órganos de representación, apostaron por este certamen, como una cualificada plataforma comercial para impulsar la gran capacidad exportadora de las empresas españolas. Y ello, fruto de un producto de calidad, cada vez más apreciado en el exterior. En este sentido, no faltaron a la cita de MEAT ATTRACTION 2017, todos los agentes que intervienen en el proceso de producción - mataderos, salas de despiece, industrias elaboradoras, empresas especializadas en almacenamiento y transporte, y la comercialización y distribución al mercado interior y exterior-; así como la oferta (los productores, transformadores y distribuidores de carne y derivados, y los proveedores de la industria y la distribución cárnica).

Por otro lado y en paralelo a la exposición comercial, MEAT ATTRACTION programó una intensa agenda de encuentros profesionales, que se desarrolló en el FORO MEAT ATTRACTION – Grupo Cooperativo CAJAMAR. En dicho programa, que contó con la colaboración de destacadas empresas y distintos organismos sectoriales, se abordaron algunas de las cuestiones que más preocupan a esta industria, como los desafíos a los que se enfrenta la industria cárnica; la internacionalización de las empresas, el papel de la carne en la alimentación, salud y el disfrute, la Industria 4.0, o los Sistemas y la tecnología como ventaja competitiva en la Industria Cárnica, entre otras.

Este nuevo salón, se enmarca dentro de los objetivos de crecimiento del plan estratégico de IFEMA a cinco años, en los que la institución tiene el compromiso de aumentar su actividad con el desarrollo de nuevos proyectos, en un promedio del 12% anual hasta alcanzar en 2022 duplicar su negocio.

Una estrategia que se ha visto reforzada por la convocatoria coincidente de MEAT ATTRACTION con la segunda Feria del mundo para el sector de frutas y hortalizas, FRUIT ATTRACTION, así como con VENDIBÉRICA, la Feria Internacional del Vending, y el nuevo salón monográfico The EAT-2GO Show, conformando la gran apuesta de IFEMA por el sector agroalimentario.