

AGRONEGOCIOS

IVONNE ODETTE SERRANO RIOS*

Millennials y sostenibilidad, una oportunidad para la agroindustria

(PRIMERA PARTE)

Millennial es el nombre que se nos ha dado a la generación de personas que nacimos entre 1987 y 1999. Se suele describir como una generación de líderes innovadores, adaptados a la tecnología, precursores de cambios y cómodos con la globalización

Los *Millennials* somos una generación que ha provocado cambios en el mundo, desde la tecnología y la forma de relacionarnos, hasta la sensibilización a temas sociales y ambientales.

Ello, gracias a que nacimos en la brecha entre la era análoga y digital, que coincide con el tiempo en que se discutían a nivel mundial los desafíos futuros para nuestro planeta y que a su vez desembocaron en los grandes protocolos y convenios que México ha firmado.

El tema toma relevancia porque actualmente en Latinoamérica 30% de la población pertenecemos a esta generación y en el 2025 representaremos 75% de la fuerza laboral del mundo.

El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) destaca que quienes se muestran más sensibles y preocupados por el deterioro ambiental, como los *Millennials*, somos quienes hemos tenido una mayor demanda de bienes y servicios sostenibles, exigiendo que los mismos realmente sean producidos de manera responsable.

Por otro lado, el Instituto para la Inversión Sostenible de Morgan Stanley en EU realizó un estudio en el 2017 donde señala que 86% de los *Millennials* se mostró interesado en in-



El 75% de los *Millennials* asegura que sus inversiones pueden influir en el cambio climático.

FOTO: AFP

versiones relacionadas con la sostenibilidad, involucrando las esferas social, económica y ambiental.

Se destaca que la inversión sostenible, responsable y de impacto aumentó 33% entre el 2014 y el 2016 a 8,720 millones de dólares.

El estudio muestra que los *Millennials* creemos que la inversión puede crear un cambio positivo, ya que 75% asegura que sus inversiones pueden influir en el cambio climático y 84% que sus inversiones pueden ayudar a sacar a la gente de la pobreza.

En este sentido, la consultora Nielsen, realizó en el 2015 una encuesta a 60 países, donde muestra que tres de cada cuatro *Millennials* estamos dispuestos a pagar extra por productos y servicios ambientalmente responsables.

Por otro lado, el Instituto de Liderazgo en Sostenibilidad de la Universidad de Cambridge publicó un estudio, donde expone la urgencia de que las empresas asuman el liderazgo en sostenibilidad, mismo que es necesario para responder a estos cambios en preferen-

cias de consumo, pero también para los cambios globales que han traído fenómenos como el cambio climático.

Según el informe, para que las empresas logren transitar a una economía sostenible, necesitamos gestar y fortalecer nuevas colaboraciones, con una inversión en capacidad de liderazgo en todos los niveles y sectores.

Ante esto, es necesario que las empresas comiencen a liderar este cambio. Las nuevas tecnologías e innovaciones son herramientas que regalan posibilidades para abordar la sostenibilidad ¿y por qué no? También los *Millennials*.

En la continuación de esta nota comentaré sobre las oportunidades de la agroindustria mexicana, respecto al involucramiento de *Millennials* en temas de sostenibilidad.

**Ivonne Odette Serrano Rios es especialista de la Subdirección Técnica y de Redes de Valor. "La opinión aquí expresada es del autor y no necesariamente coincide con el punto de vista oficial de FIRA". ioserrano@fira.gob.mx*