



Francisco José Rodríguez Noguero en la actual sede de Decco Ibérica en Paterna (Valencia). / FOTOS: ÓSCAR ORZANCO

## “Mi meta es que Decco esté cerca del mercado y por ello Valencia es la sede ideal”

► ÓSCAR ORZANCO / RAQUEL FUERTES.

Francisco José Rodríguez llega como CEO a Decco Worldwide después de una larga trayectoria en prestigiosas empresas de diversos ámbitos de la cadena de valor dentro del sector hortofrutícola y agronegocio, con experiencia en todo el mundo. En su regreso a España este ingeniero agrónomo plantea para la compañía que lidera un objetivo de crecimiento ambicioso y, al tiempo, realista: “Mi objetivo es crecer en los ámbitos en los que estamos implantados y ser una empresa líder del sector”. Además, propone el traslado de la sede de la multinacional a España, concretamente a Valencia, una ubicación estratégica. Un cambio que es, también, toda una declaración de intenciones.

**Valencia Fruits.** *Tras su dilatada trayectoria, con cargos directivos en empresas del ámbito del agronegocio así como hortofrutícola dedicadas a la producción, la comercialización e incluso la logística, ¿cómo ha sido el salto hacia el sector de la postcosecha de la mano de Decco?*

**Francisco José Rodríguez Noguero.** Llego a Decco con la mochila bien pertrechada. Soy ingeniero agrónomo, he trabajado muy pegado al terreno, he conocido el sector de la logística, la producción y la comercialización. Pero también he estado ligado a la parte de la cadena que provee de las tecnologías para poder producir y hacerlo de manera sostenible. Esta visión de “punta a punta” me permite tener una clara visión de los aspectos relevantes para satisfacer las crecientes demandas de los mercados. En este contexto, la atención a los cuidados en post-



Rodríguez llega a Decco Worldwide con una dilatada experiencia internacional en el ámbito del agronegocio.

cosecha resultan fundamentales para satisfacer estas demandas. Todo lo dicho, no es nuevo para mí.

**VF.** *¿Qué representa actualmente Decco a nivel mundial?*

**FJRN.** Decco es la empresa dedicada a la postcosecha dentro del grupo UPL. Grupo cuya visión es convertirse en el principal proveedor global de soluciones de cultivos, diseñados para asegurar el suministro de alimentos a largo plazo y hacerlo de manera sostenible. Por cierto, UPL ha sido clasificada empresa modelo y número uno en nuestro sector por el manejo de riesgos en aspectos tan relevantes como medio ambiente, responsabilidad social y procesos de gobernanza.

Decco es una empresa casi centenaria cuyo origen está en EEUU, siempre ligada a mejorar la calidad de frutas y verduras. Hoy, y como parte del grupo UPL, somos una empresa global líder en el sector de la postcosecha. Estamos presentes en más de 30 países, aportando soluciones en más de 45 diferentes cultivos y con más de 250 profesionales en los principales mercados a nivel mundial. Contamos con centros

de producción en todas las regiones: Brasil, Estados Unidos, Italia, España, Turquía, Sudáfrica, Israel, India y China. Esto nos permite que nuestras soluciones postcosecha estén ahí donde se necesitan. Estamos trabajando codo con codo con los principales productores del mundo aportando las innovaciones que el mercado demanda.

**VF.** ¿Cuál es la orientación estratégica de Decco en este momento?

**FJRN.** La pandemia que nos está tocando sufrir ha puesto de manifiesto la gran importancia estratégica que tiene para la sociedad el sector primario. Permite que haga un encendido reconocimiento de los hombres y mujeres que con su esfuerzo permiten que todos tengamos a nuestra disposición frutas y verduras y, en general, alimentos de calidad. Incluso en las circunstancias más adversas como las que estamos viviendo.

Con las diferencias que hay en los mercados a nivel mundial, existe una creciente preocupación por la sostenibilidad. El consumidor quiere productos sanos, frescos, con sabor. Pero, al mismo tiempo, se preocupa por que los productos que ponen en la mesa hayan sido producidos de una manera sostenible, respetando el medio ambiente, reduciendo los desperdicios y en condiciones de responsabilidad social. Que el 40% del total de la producción mundial se pierda es "insostenible". Más de 160 billones de dólares en valor de producción simplemente va a la basura. Nuestra sociedad no puede permitirse esta anomalía. Decco y UPL están comprometidos en contribuir para garantizar la seguridad alimentaria y hacerlo de una manera sostenible. Decco trabaja a lo largo de la cadena de valor aportando las tecnologías y servicios que permiten que los productos lleguen a nuestras casas con calidad y frescura. Y de manera más sostenible. Sostenible porque reducimos las mermas, la pérdida de peso y los desperdicios alimentarios. Juntos trabajamos y contribuimos en hacer la agricultura una actividad esencial y sostenible.

Decco está a la cabeza de la innovación, aportando las tecnologías presentes ayudan a los productores y otros actores de la cadena de valor en seguir mejorando y satisfaciendo las crecientes demandas del mercado. Estamos trabajando en las nuevas soluciones que seguirán aportando una mejora continua a nuestros clientes para ser exitosos en el mercado

**VF.** ¿Qué cambios se ha marcado abordar como nuevo CEO de la compañía?

**FJRN.** He recibido una gran herencia de una empresa que lleva en España desde 1952 y en el mundo desde 1934, y estoy orgulloso de formar parte de la compañía. Pero el mercado está cambiando y surgen nuevas realidades que debemos ser capaces de afrontar. Partiendo de esta formidable plataforma, mi objetivo es adaptar nuestra estrategia y organización para afrontar de manera exitosa los retos presentes y futuros de este apasionante mercado.

**VF.** ¿Cómo va a afrontar Decco esos nuevos retos en un mundo que hoy en día no es muy receptivo al uso de químicos?



Un momento de la entrevista en la que Rodríguez destacó las líneas de actuación que va a seguir desde su nueva responsabilidad al frente de Decco Worldwide.

**"Decco es una empresa casi centenaria cuyo origen está en EEUU, siempre ligada a mejorar la calidad de frutas y verduras"**

**"Para mí, lo más importante de una empresa es su gente. Y en este sentido estoy satisfecho porque cuento con un equipo extraordinario, el mejor"**

**"Decco Ibérica debe ser un abanderado del crecimiento de Decco Worldwide y la punta de lanza del plan estratégico de la compañía"**

**FJRN.** Como he dicho antes buscamos productos sanos, frescos, sabrosos y producidos de manera sostenible. En Decco tenemos los productos, tecnologías y servicios que hacen lo anterior posible. Dejarme que os dé un ejemplo. Contamos con una tecnología de aplicación electrostática que permite tratamiento perfecto con el mínimo uso de agua y productos de tratamiento. Trabajamos con nuevas y revolucionarias tecnologías biológicas para luchar con los problemas que combatimos. Estamos trabajando con productos para la lucha contra contaminaciones bacterianas, fúngicas y víricas (incluso COVID-19) usando plasma. Decco aporta las tecnologías y experiencia para hacer todo esto posible.

**VF.** ¿Cómo afronta Decco la necesidad de adaptarse a las distintas demandas y a las diferentes

legislaciones administrativas que rigen el comercio mundial?

**FJRN.** Existe un marco normativo, que añade cierta complejidad a la actividad, pero son las reglas con las que todos debemos jugar. También existen tendencias de mercado, de las que ya hemos hablado, que hemos de tener en cuenta. Estamos en el mercado, al lado de nuestros productores, conectados con el cliente final, para ser capaces de dar respuesta a cada uno de ellos. Esta conexión es fundamental para seguir aportando las innovaciones que multiplican el valor añadido y dar mejor servicio a nuestros clientes.

**VF.** ¿Cuál va a ser la organización de Decco a partir de ahora?

**FJRN.** Tenemos como objetivo convertir Valencia en el 'hub' global de la empresa. La Comunitat Valenciana es un referente mundial en un cultivo tan im-

portante como los cítricos, y lo tiene todo para convertirse en la plataforma global de Decco.

Las frutas y hortalizas conforman actualmente un sector global. Para ser relevante en el mundo citrícola, debes estar presente y directamente involucrado en Sudáfrica, Argentina o Turquía y, en general, en todas las áreas relevantes de producción. Nuestros clientes no conocen de fronteras y nosotros estamos siempre a su lado donde quiera que estén. Mi meta es que Decco esté cerca del mercado y por ello Valencia es la sede ideal.

Actuamos de forma global, y como sector debemos empezar a tomar nuestra posición en el mundo, como líderes, porque España es importante en el conjunto del sector citrícola. En el ámbito de las frutas y hortalizas, España es un jugador muy importante en el tablero mundial, y en cítricos la Comunitat Valenciana es un referente en el mundo. Creemos que ubicar nuestra sede aquí tiene todo el sentido. Aquí estamos en el mercado, junto al agricultor. Conocemos de primera mano cuales son sus problemas. Contamos con un grandísimo equipo de profesionales totalmente conectado con la realidad del mercado. Tener un centro de desarrollo y formación tan importante como la UPV, donde yo estudié, y, en general, los centros de investigación nacionales es otro valor añadido fundamental.

**VF.** ¿Qué reto se marca a medio plazo para Decco Worldwide?

**FJRN.** Nuestro reto es seguir contando con el favor de nuestros

clientes, continuar siendo una empresa líder y referente del sector, y crecer. Y vamos a crecer porque nuestro objetivo es estar en la vanguardia de las nuevas tecnologías y tendencias que van a aparecer en el mercado.

**VF.** ¿Y en cuanto a Decco Ibérica?

**FJRN.** Decco Ibérica debe ser un referente, y si Decco Worldwide tiene como objetivo crecer, Decco Ibérica debe ser un abanderado de este crecimiento y la punta de lanza de este plan estratégico de la compañía.

**VF.** ¿Cómo va a plasmarse la diferenciación entre Decco Worldwide y Decco Ibérica cuando el 'hub' de la compañía se asiente en Valencia?

**FJRN.** En las multinacionales la conexión matricial global, regional y local, distribuido a su vez por portfolio, cultivo, 'branding', marketing, ventas... genera interacciones muy complejas. A través de mi experiencia he llegado a la conclusión de que las estructuras no pueden ser el objetivo de una empresa, las estructuras ayudan a que la empresa funcione mejor.

Por ello, el objetivo es diseñar una estructura que permita agilidad en la toma de decisiones basadas siempre en una estrategia y una organización empoderada. Es decir, que quien ocupa un cargo sea capaz de tomar la decisión y no existan embudos y filtros por los cuales debe pasar cualquier resolución.

Sentido común, estar muy pegados al mercado y una estructura que debe ser ágil y con capacidad de decisión. Estrategia global, pero acción local. Potenciar una cultura de innovación que llegue al mercado de forma rápida y eficiente. Esto no se puede realizar en organizaciones muy complejas.

Pero, a la vez que ágil, la estructura debe ser robusta. Para una empresa global como Decco los proyectos deben ser escalables. Y para poder conseguir las metas debes contar con un equipo cuyas responsabilidades estén bien establecidas y con una visión de trabajo en común, con un responsable final de cada proyecto, y objetivos claros.

Para mí, lo más importante de una empresa es su gente. Y en este sentido estoy satisfecho porque cuento con un equipo extraordinario, el mejor. Una combinación de gente joven y

## Una dilatada trayectoria

**F**rancisco José Rodríguez Noguero se incorporó a Decco hace unos meses, concretamente en febrero de 2020, con el bagaje de una dilatada trayectoria profesional de 25 años. Un recorrido que le ha permitido conocer el sector de la logística, la producción y la comercialización.

Nacido en Lorca (Murcia), se formó como ingeniero superior agrónomo en la Universidad Politécnica de Valencia. Tras su formación académica ha desarrollado su carrera profesional con puestos de responsabilidad en firmas como STEF-TFE, SAT Duran, Del Monte Fresh Produce, Plátano de Canarias y Syngenta. ■



Francisco J. Rodríguez es ingeniero agrónomo.

(Pasa a la página siguiente)

## “Mi meta es...”

(Viene de la página anterior)

profesionales con una larga trayectoria y reconocido prestigio.

**VF.** Uno de los objetivos de Decco es crecer, ¿qué estrategias o líneas de negocio va a seguir la compañía para lograr este crecimiento?

**FJRN.** El crecimiento se logra conservando y ganando la confianza de los clientes actuales y nuevos. Convirtiéndonos en los socios preferentes para afrontar los retos a los que se enfrentan y aportando soluciones e innovaciones constantes.

La postcosecha, en general, y de las frutas y hortalizas, en particular, va a crecer. Por otra parte, van a surgir nuevas tecnologías y demandas, creando oportunidades de expansión tanto en geografías, cultivos y nuevos productos. Nuestro catálogo de soluciones va a aumentar cada año en función de las tendencias del mercado mejorando las soluciones actuales.

Además, vamos a extender nuestro marco de trabajo. Decco está centrado en la postcosecha de fruta y verduras, pero hay otras líneas de negocio adyacentes a este perímetro que nos van a permitir un mayor desarrollo como son los campos de desinfección, soluciones digitales, acercarnos a otros productos alimentarios que no son frutas y verduras. Hay una serie de mercados a los que accederemos y que hoy no se encuentran presentes en el catálogo de la compañía.

Y, por qué no, el crecimiento también puede llegar a través de adquisiciones y asociaciones con firmas del sector que nos permitan dar un mejor servicio a nuestros clientes.

**VF.** ¿Este crecimiento va a propiciar la generación de empleo?

**FJRN.** Este año Decco ha incrementado su plantilla y, a nivel



La sede de Decco en Paterna va a tener que adaptar sus instalaciones a las nuevas necesidades.

local, Valencia va a ser el centro en el que, sin duda, se producirán nuevas incorporaciones. Para ello estamos adaptando las instalaciones a la nueva dimensión de la empresa.

**VF.** ¿Qué posición ocupa actualmente Decco dentro del mercado y qué objetivos se ha marcado?

**FJRN.** En los sectores y los mercados en los que estamos presentes somos líderes. Mi objetivo es crecer en los ámbitos en los que estamos implantados y ser una empresa líder del sector. Pero, como he comentado, todo pasa por el ser el socio preferido de los clientes para afrontar los importantes retos que tienen.

**VF.** ¿En qué medida afecta la legislación para la aprobación de productos en la agilidad de una empresa postcosecha a la hora de lanzar soluciones al mercado?

**FJRN.** La Unión Europea cuenta con un marco legislativo y establece una serie de procesos, que, en comparación con otros países, son lentos. Pero las normas son iguales para todos. Por lo tanto, nosotros contamos con técnicos y profesionales que en cada país intentan ofrecer la mejor respuesta posible, adaptando nuestros productos y servicios

“Nuestro reto es seguir contando con el favor de nuestros clientes, continuar siendo una empresa líder y referente del sector, y crecer”

“Nuestro catálogo de productos va a aumentar cada año en función de las tendencias del mercado mejorando las soluciones actuales”

“El crecimiento también puede llegar a través de adquisiciones y asociaciones con firmas del sector que nos permitan dar un mejor servicio a nuestros clientes”

al marco legislativo. También es bueno que las medidas sean robustas porque la seguridad alimentaria es nuestra razón de ser. Aunque es cierto que hay algunos retrasos y límites temporales que son difícilmente comprensibles y que deberían ser más ágiles. Probablemente la administración no tiene una estructura que permita agilizar los trámites para que el sector pueda entregar más tecnología y herramientas en menos tiempo.

Los procesos en Europa deberían ser más ágiles, sin perder la robustez de los procedimientos.

De todas formas, el marco legislativo es un componente más de todo el proceso, y hay otros marcos que rigen la actividad como son las tendencias y los requisitos de los diferentes mercados.

**VF.** En Europa existe una tendencia hacia una producción más sostenible, más verde y se está limitando la utilización de ciertos

productos y materias activas. ¿En qué medida afectan estas limitaciones a una empresa dedicada a la postcosecha?

**FJRN.** Supone una gran oportunidad. Este sector se enfrenta permanentemente a nuevos retos, cada día más complejos. Y esos nuevos retos están haciendo que el productor evolucione, y que pase, de ser agricultor, a ejercer, también, de empresario agrícola. Cada día son más técnicos y las empresas productoras más profesionales. Para Decco, como compañía de servicios, esto supone una gran oportunidad y un problema, porque gran parte de nuestras herramientas se pierden y tenemos que buscar alternativas. Solo queremos que las reglas sean claras y estamos trabajando intensamente para buscar soluciones a esa agricultura reinventada. A todos los problemas que aparezcan en el sector vamos a ser capaces de darles respuesta. Y, si no hay respuesta a corto plazo, habrá que negociar con quien corresponda para buscar una solución conjunta. Pero soy moderadamente optimista, porque en otras ocasiones, cuando ha existido un problema, el sector ha sido capaz de afrontarlo con éxito.

El tema de la sostenibilidad es muy importante. Según la FAO, a nivel global, el 45% de las frutas y verduras producidas, se pierde. Ese 45% repercute en la rentabilidad, en la posibilidad de alimentar a mucha más gente, en dilapidar recursos cada vez más escasos. Y a ese reto Decco debe darle repuesta. Va a requerir mucha inventiva, trabajo y tecnología para que poco a poco disminuyamos el desperdicio alimentario. Que logremos que la rentabilidad del cliente aumente y al mismo tiempo que al consumidor final le lleguen frutas y hortalizas de calidad, independientemente del país en el que resida.



Que el año traiga,  
de lo bueno, lo mejor.