

PROTASIO RODRÍGUEZ / Director General de Bayer Crop Science en Iberia y en la Región Mediterránea

“Estamos muy abiertos a colaborar con empresas más locales o regionales”

La fusión de dos grandes compañías como Bayer y Monsanto dio lugar a una empresa de enormes dimensiones presente en todo el mundo que, sin embargo, no renuncia a contar con colaboraciones externas para adaptarse a las necesidades locales de los agricultores, foco principal del trabajo desarrollado por esta multinacional dedicada a las semillas y la protección de cultivos. Protasio Rodríguez proporciona en esta entrevista alguna de las claves de hacia dónde va un sector que da un paso más allá de la sostenibilidad: la resiliencia y la seguridad alimentaria en un mercado complejo y en el que lo biológico no ha tocado techo.

► RAQUEL FUERTES. VALENCIA.

Valencia Fruits. Hace casi cuatro años que se fusionaron Monsanto y Bayer; ¿durante este periodo en qué considera que ha ganado más la compañía, también de cara al mercado?

Protasio Rodríguez. Han sido 3 años y medio realmente intensos y muy interesantes. Una de las cosas de las que estamos muy orgullosos es que, en un proceso de fusión complejo, entre dos compañías enormes, dos organizaciones muy grandes, dos culturas de empresa con muchos puntos en común, pero, obviamente, con sus particularidades hemos mantenido el foco sobre nuestra actividad y sobre los agricultores. Además, hemos seguido aportando innovación al mercado y en ese sentido me siento muy satisfecho.

Como ventajas de esta fusión encontramos las que ya se identificaron el momento en el que se justificó la compra: la complementariedad entre los negocios, que nos permite traer soluciones más completas al agricultor, combinando digital, semillas, soluciones en protección de cultivos, tanto en biológicos como en química de síntesis... También desde el punto de vista de cultura de empresa creo que hay puntos muy fuertes en las dos organizaciones anteriores y la combinación de estas culturas creo que nos está dando mucha ilusión de cara a proyectarnos a futuro para ser más ágiles, más rápidos, más enfocados en el agricultor, con un mayor énfasis en toda el área digital, en avanzar en innovación... y creo que esto también es una ventaja clara que estamos experimentando fruto de la fusión.

VF. La cobertura de Bayer es prácticamente mundial...

PR. Estamos presentes en todos los continentes donde hay agricultura, con una presencia importante, y somos, sin duda, alguna la primera empresa en el sector en las áreas en las que participamos: en semillas y protección de cultivos, no solamente desde el punto de vista de facturación, que es importante, sino también en cuanto a nuestra inversión en I+D, que se traduce en innovación y mejores soluciones para los agricultores.

VF. ¿Y cómo se combina en un ámbito tan global el dar solución a los problemas locales? ¿Cómo



Protasio Rodríguez destaca que una de las cosas que quiere impulsar Bayer es la conexión con el agricultor. / R FUERTES

se trabaja la especialización necesaria para dar solución a problemas concretos?

PR. Una de las cosas que, desde luego, queremos impulsar más y más es la conexión con el agricultor. Entender bien cuáles son sus necesidades. A la hora de identificar y definir cuáles son nuestras prioridades queremos hacerlo con el foco puesto en lo que son las necesidades del agricultor, sin perder de vista que sea compatible con exigencias regulatorias o demandas de la sociedad, como ocurre en toda el área de biológicos.

Una solución como Vynity Citrus, por ejemplo, viene de un esfuerzo de colaboración con una empresa valenciana que es también parte de nuestro modelo de innovación. Específicamente, en el área de biológicos tenemos un modelo de innovación abierto donde queremos combinar invención interna con colaboraciones externas y este es el modelo de cara al futuro. Habrá cosas que vamos a adaptar a las condiciones locales que nos vienen dadas por la estrategia y los equipos de I+D globales, pero, al mismo tiempo, estamos muy abiertos a colaborar con empresas más locales o regionales.

VF. ¿En un momento de tanta tensión en el mercado de materias primas el tener la posibilidad de acceso a todos los

“A la hora de identificar y definir nuestras prioridades queremos hacerlo con el foco puesto en lo que son las necesidades del agricultor, y que sean compatibles con exigencias regulatorias o demandas de la sociedad”

“Además de la sostenibilidad, una dimensión que está cobrando, sobre todo durante estas últimas semanas, más fuerza es el concepto de resiliencia y de seguridad alimentaria. Y esa es la dirección en la que vamos”

“Para el 2030 queremos reducir el impacto ambiental de nuestra oferta de protección de cultivos en un 30% y también queremos reducir en un 30% las emisiones de gases con efecto invernadero”

mercados hace menos difícil este momento de crisis para una empresa como Bayer?

PR. No sé si lo hace más difícil o más fácil, lo que creo que sí nos ayuda es el hecho de estar presentes en todas las geografías y tener un portafolio muy amplio, lo cual implica que puedes balancear riesgos mejor. Ahora mismo el énfasis está ahí: tenemos una buena conexión con los diferentes mercados en los que trabajamos, la situación de las tensiones que hay en toda la cadena de suministro

por supuesto que nos afectan y cuanto mayor es la compañía pues afectan más también. En definitiva, hay más complejidad que gestionar, pero, al mismo tiempo, por nuestra dimensión, también tenemos seguramente más capacidad para balancear oportunidades y retos y eso es una fortaleza.

VF. Para una empresa que trabaja en todo el mundo, ¿cómo manejan las diferencias regulatorias?

PR. Somos muy respetuosos con el marco regulatorio, como

no puede ser de otra manera, y por lo tanto, trabajamos dentro del marco que se nos da en cada uno de los países o de las regiones. Esto implica que las soluciones que proponemos al agricultor no son las mismas en todos los mercados. Y esto afecta tanto a la parte de protección de cultivos como también a otras áreas como las semillas. Al final lo que prima es la orientación al mercado, las necesidades del agricultor y las exigencias de la sociedad en cada una de las regiones.

VF. Estamos en un periodo de crecimiento constante de la agricultura biológica, ¿tiene techo?

PR. Vemos un potencial de crecimiento enorme. Estamos en este congreso (BioAg Congress) y lo que se ve es, por una parte, mucho entusiasmo y, por otra parte, muchas pequeñas compañías, y no tan pequeñas, trabajando en esta área. Creo que las soluciones para el agricultor van a venir de una combinación de tecnologías que incorporan un elemento digital, sin duda alguna, semillas y genética, cuando sea relevante, también. Y en lo que respecta a la protección de cultivos, productos de síntesis respetuosos con el medioambiente y, obviamente, muy regulados como lo están hoy, con soluciones biológicas que complementan, que ayudan a una agricultura más sostenible, que dé respuesta a la demanda de menos residuos en la producción de alimentos frescos... Lo vemos como parte de un sistema, no como una solución única, pero sin un límite que queramos predefinir o preestablecer. De hecho, hay agricultores que practican agricultura orgánica y para ellos el futuro de la gestión de sus explotaciones pasa únicamente por soluciones biológicas para los que también ofrecemos soluciones.

VF. Hacer una agricultura una actividad más sostenible es, sin duda, un objetivo de nuestro tiempo. ¿Qué papel desempeña una empresa como Bayer en este contexto?

PR. La sostenibilidad siempre está ahí y, además de la sostenibilidad, una dimensión que está cobrando, sobre todo durante estas últimas semanas, más fuerza es el concepto de resiliencia y de seguridad alimentaria. El covid ya lo ha demostrado: en una crisis monumental tanto el sector sanitario como el sector de producción de alimentos han sido capaces de hacer lo que tenían que hacer. También la guerra de Ucrania está poniendo mucha tensión en la cadena de suministros de alimentos y, por lo tanto, este concepto de una agricultura más sostenible y más resiliente es, sin duda, la dirección en la que vamos y la que todos estamos trabajando. La industria, en general, y Bayer, en particular. Además, creemos que estamos en una buena posición para ofrecer soluciones para hacer que esto ocurra, por el perfil de nuestros productos y de nuestro portafolio, por nuestro enfoque en soluciones, por nuestra ambición... Algo que también se refleja en los compromisos de Bayer. Para el 2030 queremos reducir el impacto ambiental de nuestra oferta de protección de cultivos en un 30% y también queremos reducir en un 30% las emisiones de gases con efecto invernadero.