

ENTREVISTA

DOCTOR KLAUS KUNZ

Head Sustainability &
Business Stewardship de Bayer



“La sostenibilidad tiene que ser negocio y el negocio tiene que ser sostenible”

POR RAFAEL I. LOSILLA

Necesidad o creencia. Bayer mira hacia políticas de sostenibilidad sin perder la visión del negocio y con el objetivo de liderar esta nueva era entre las firmas del segmento.

F **SH:** ¿Se ha convertido la sostenibilidad en una necesidad más que en un valor diferenciador?

K.K: “Nuestra posición es clara. La sostenibilidad tiene que ser negocio y el negocio tiene que ser sostenible. Necesitamos mejorar las circunstancias de nuestro sistema agrario

y proporcionar alimentos seguros y asequibles a la población preservando el medio ambiente. Nos hemos comprometido a reducir en un 30% las emisiones de gases de efecto invernadero para 2030 e incorporar esta visión a la próxima generación de la agricultura”.

FSH: El colectivo hortícola le debe mucho a Bayer. Pero hay un grupo de críticos con su apuesta tan agresiva años atrás en materia de agroquímicos. ¿Cómo se van a ganar la confianza de los críticos?

K.K: “Estamos impulsando los cambios para equilibrar la producción y la conservación no para complacer a los críticos. Reconocemos que toda nuestra industria necesita reconstruir la confianza. En los últimos años hemos aumentado nuestra participación en los foros y liderado la industria hacia la transparencia”.

PLAZOS

FSH: ¿Qué plazos se marca la industria agroquímica en este nuevo proceso?

K.K: “Tenemos que ser realistas en los plazos, ya que los cambios no llegarán rápidamente ni liderados por una empresa. Con la digitalización del agro veo oportunidades que nos favorecen. La aplicación precisa de los pesticidas, la nueva química y el control biológico vamos a contribuir a cambios de manera continua. Los nuevos modelos de negocio serán impulsados por tecnologías digitales y no de manera general. Habrá que ofrecer propuestas para cada realidad regional”.

FSH: ¿Está trabajando Bayer en una gama de productos ‘bio’ para así consolidar un paso hacia la sostenibilidad?

K.K: “Tenemos ya una oferta muy considerable de soluciones biológicas, que comprende desde semillas hasta control biológico. Esto no es conocido por la sociedad. Pero no debemos hablar de la agricultura ‘bio’ frente a la convencional. Debemos centrarnos

“Reconocemos que toda nuestra industria necesita reconstruir la confianza”

“
Los cambios no llegarán rápidamente ni liderados por una empresa

“
Nuestro trabajo de sostenibilidad no es una campaña. No buscamos audiencias

en soluciones sostenibles frente a no sostenibles”.

PROYECCIÓN

FSH: Bayer es una marca reconocida por industria y consumidores al contrario que otros competidores suyos. ¿Van a lanzar esta corriente de sostenibilidad cara a consumidores o sólo hacia los profesionales?

K.K: “Nuestro trabajo de sostenibilidad no es una campaña. No buscamos audiencias.

Estamos trabajando para que la sostenibilidad sea el núcleo de nuestro negocio para que podamos ayudar a tener un impacto global en algunas áreas clave. Si logramos ayudar a los agricultores a impulsar un futuro más sostenible para la agricultura, beneficia a toda la sociedad”.

FSH: ¿Por dónde va a comenzar Bayer en este proceso?

K.K: “Ya tenemos experiencias de nuestra nueva filosofía en agricultura extensiva en Alemania y Holanda, pero abordaremos la estrategia de sostenibilidad en todos los sectores agrarios. Estamos incorporando tecnología

en el negocio de las semillas para reducir el consumo de fitosanitarios. Somos la firma más importante en el segmento ‘fito’ en horticultura y estamos concienciados de alcanzar la posición de sostenibilidad entre los horticultores”. ■