

"España es la base de la expansión estratégica de Rainbow en Europa"

Marina Martí directora general de Rainbow España

Tras la integración de la histórica firma Sarabia, Rainbow Agrosciences consolida a España como su centro neurálgico en el continente. Hablamos con su directora general, Marina Martí.



¿Cómo valora el contexto actual del sector agroquímico europeo y dónde identifica hoy las principales oportunidades de crecimiento?

El sector agroquímico en Europa se define actualmente por una fuerte competencia y un marco normativo extremadamente riguroso. Nos encontramos en un momento de transición crítico, condicionado por factores regulatorios, económicos, sociales y

tecnológicos que definen tanto los desafíos como las ventanas de oportunidad. Esa regulación tan estricta ralentiza la aprobación de nuevos productos y eleva los costes, pero también es una oportunidad para las empresas dispuestas a soportar esa inversión y la capacidad estratégica para anticiparse a las futuras restricciones, ya sea en sustancias activas o en los cultivos.

Sarabia ha sido durante décadas una compañía de referencia en el mercado español. ¿Qué hitos han marcado la evolución de la empresa en los últimos años para facilitar este salto estratégico?

El cambio no ha sido fortuito. Sarabia inició hace años una inversión masiva en dossiers europeos, implementando una estrategia de expansión en el sur de Europa. La entrada de Rainbow ha supuesto el impulso definitivo para esta visión, permitiéndonos

profesionalizar y optimizar todos nuestros procesos internos.

Desde Rainbow se apuesta por la inversión en registros regulatorios, lo que nos permitirá ofrecer un catálogo cada vez más diversificado, adaptado a las necesidades reales de los agricultores y alineado con las exigencias normativas. Además, Rainbow es el mayor exportador de productos de protección de cultivos de China, lo que nos otorga una ventaja competitiva en costes y eficiencia productiva gracias a una optimización constante de procesos.

¿Por qué Sarabia pasa a denominarse Rainbow? ¿Cuáles son las razones estratégicas de este cambio y qué mensaje buscan trasladar al mercado?

Lo definimos como una evolución natural. Nos sumamos a la marca global por el valor mutuo que ambas entidades aportamos. Esta integración nos permite dar

La nueva planta de producción en Fraga permitirá implementar la tecnología de punta de las factorías de Rainbow en China y aumentar la competitividad de la compañía

un fuerte impulso a nuestro catálogo, ya que pasamos a formar parte de una empresa con tecnología propia, sistemas de producción integrados, una red global de I+D y, además, nos da acceso a más de 5000 fórmulas y 350 patentes propias.

Es importante destacar que España se establece como la sede principal del negocio de Rainbow para toda Europa y que estamos obteniendo registros de forma masiva en diversos países europeos, pero lo mejor de todo es que el equipo de Sarabia sigue siendo el mismo, manteniendo esa agilidad operativa que nos caracteriza.

¿Qué nivel de inversión sustenta esta integración y cómo se traduce en una mayor capacidad productiva y de I+D para el mercado europeo?

Estamos hablando de una inversión inmensa que toca todos los pilares de la empresa. En primer lugar, hemos reforzado significativamente el departamento de registros, que es el que está construyendo nuestro catálogo de futuro. Este esfuerzo ya está dando sus frutos: en varios países europeos hemos alcanzado un portfolio de productos lo suficientemente robusto como para incorporar equipos locales propios que gestionen el negocio directamente en mercados como Italia, Portugal, Polonia o Rumanía.

En el plano industrial, el gran hito es la nueva planta de producción en Fraga. Se trata de una instalación mucho más moderna que la actual de Alpicat. Este proyecto nos permitirá implementar la tecnología avanzada que Rainbow ya utiliza en sus plantas de China, situándonos en un nivel de vanguardia técnica en Europa. Es una apuesta clara por la sobera-

nía productiva y la eficiencia logística desde España.

Desde la perspectiva del agricultor y del distribuidor, ¿cuáles son los beneficios tangibles de trabajar con Rainbow a partir de este momento?

El agricultor es, sin duda, el mayor beneficiado. Ahora tiene a su disposición una oferta de soluciones fitosanitarias de alta calidad mucho más amplia y versátil. Para el distribuidor, la ventaja reside en nuestra agilidad. A pesar de ser ahora una potencia global, mantenemos una estructura operativa muy optimizada que nos permite reaccionar rápido. Ofrecemos la seguridad de una multinacional con la cercanía y la flexibilidad de quien conoce el terreno palmo a palmo.

En un mercado tan saturado, ¿cuáles son los elementos diferenciales que posicionan a Rainbow frente a los otros gigantes del sector?

Nuestra diferencia reside en el ADN de la compañía: el compromiso y la agilidad. En un sector de grandes corporaciones a menudo distantes, nosotros apostamos por un servicio cercano y humano. La construcción de relaciones sólidas y duraderas con nuestros clientes es lo que nos permite destacar. Somos una organización orientada al cliente: escuchamos sus problemas reales en el campo, aprendemos de ellos y buscamos soluciones técnicas que se ajusten a sus necesidades específicas, no al revés.

¿Qué objetivos se marca Rainbow Agrosciences Europe a medio plazo y qué papel jugará España en ese tablero internacional?

El objetivo prioritario es consolidar nuestra presencia en los mercados europeos donde ya hemos iniciado operaciones. Paralelamente, seguiremos volcados en la innovación para ofrecer soluciones que no solo sean eficaces, sino también sostenibles y rentables para el productor. En este esquema, España es la pieza clave. No solo es la sede del negocio en Europa, sino que, con la inversión en la fábrica de Fraga, se convierte en el pulmón industrial del grupo en el continente.

