

“El reloj va en nuestra contra y la comunicación es una herramienta fundamental para la transformación”

Sergio Brihuega CEO de Sygris

Carmen Lara Responsable de comunicación corporativa y sostenibilidad de Bayer

Para afrontar una estrategia de sostenibilidad, el primer paso consiste en saber dónde te encuentras y qué tienes que mejorar. Esta necesidad, que unió sus trayectorias, centra la conversación entre Carmen Lara y Sergio Brihuega, que analizan el papel de la comunicación para mejorar el impacto de las empresas.



Carmen Lara y Sergio Brihuega

Sergio Brihuega: Las grandes empresas hacen muchas acciones con un impacto que a veces no llega a los consumidores. ¿Cuál ha sido la gran apuesta de Bayer en los últimos años hacia la sostenibilidad?

Carmen Lara: La sostenibilidad siempre ha sido parte de nuestra actividad. Todo el mundo nos reconoce por nuestra especialidad en salud, pero como compañía de ciencias de la vida también desarrollamos nuestra innovación en el ámbito de la agricultura. Nuestra contribución fundamental a la sostenibilidad está en aplicar ciencia al desarrollo de estas áreas esenciales para favorecer una vida mejor, pero lo hacemos con un abordaje integral e integrado de toda la cadena de valor, considerando no sólo el impacto de nuestra actividad en la economía, sino también el de nuestras acciones en el ámbito medioambiental y social.

S.B.: Es cierto que sois más reconocidos en el sector salud. ¿Cuáles son las principales líneas de investigación que lleva Bayer en alimentación en España?

C.L.: Nuestra visión es salud y alimentación para todos, es lo que enlaza nuestro propósito con la sostenibilidad, y España tiene un papel fundamental en todo ello. El área de agricultura es un buen ejemplo. Se estima que en 2030 seremos 10.000 millones de personas en el mundo y necesitamos atender las demandas de alimentación de esta población creciente haciendo un uso eficiente de unos recursos naturales cada vez más limitados. Por ejemplo, el agua. En España siempre hemos sido muy conscientes del problema de la escasez de este recurso y la innovación nos permite hacer un mejor uso de este recurso gracias a la digitalización o favorecer cultivos más resistentes a la sequía.

S.B.: La agricultura ha experimentado cambios tecnológicos muy importantes, que no sólo consiguen mejores alimentos sino también mayores oportunidades para las personas que trabajan en ese sector.

C.L.: Los avances en nuevas tecnologías aplicadas a los cultivos ha tenido un importante im-

pulso en los últimos años. España tiene una importante labor en el desarrollo de la innovación en este ámbito y a su vez, la agricultura tiene un enorme potencial para el desarrollo económico y social de áreas rurales y vertebración del territorio. Todo ello conscientes de la importancia de proteger los recursos naturales y acompañar al agricultor al avance en este sentido. **Se trata de ser sostenibles en nuestra actividad propia, pero también de acompañar la transformación del modelo para el progreso conjunto.**

S.B.: Un ejemplo de economía circular es el de la fábrica de La Felguera (Asturias).

C.L.: Es uno de los centros de los que nos sentimos más orgullosos, porque allí se produce el 100% del conocido ácido acetilsalicílico de Bayer para todo el mundo. La innovación y la sostenibilidad forman parte de su manera de ser desde su origen. Este centro, donde trabajan unas 100 personas, cumple 80 años de una actividad en la que no ha dejado de incorporar avance y desarrollo de diferentes programas de mejora de eficiencia energética y productiva, siendo un modelo para todo el mundo. Uno muy destacado, que tiene que ver con el ácido acetilsalicílico, se ha desarrollado con la Universidad de Oviedo para dar una segunda vida al residuo que se genera de su producción en el ámbito de la construcción. También está desarrollando uno de los programas pioneros en Bayer para analizar la cadena de valor de un medicamento.

S.B.: ¿Cómo puede servirnos la comunicación para impulsar esta nueva forma de gestión de la sostenibilidad?

C.L.: El reloj va en nuestra contra y la comunicación es una herramienta fundamental para acelerar el cambio que haga posible la transformación que necesitamos. Es el vehículo que nos va a permitir conectar los objetivos y las estrategias corporativas que integran la sostenibilidad, con la acción concreta y ampliación para el cumplimiento de los objetivos comunes que

CARMEN LARA

“España tiene un papel fundamental en el desarrollo de un modelo de agricultura más sostenible”

“La comunicación es el vehículo que nos permite conectar las estrategias corporativas de sostenibilidad con los objetivos comunes que marcan los ODS”

marcan los ODS. Internamente, la comunicación nos ayuda al entendimiento y alineamiento de la acción hacia un mismo propósito y objetivo. Además, pone a nuestra disposición las herramientas para aplicar adecuadamente la sostenibilidad en nuestro día a día conscientes de que esta acción **no es responsabilidad de un departamento aislado sino de todos, como parte de la sociedad y unidos en los retos comunes a los que nos enfrentamos.** Externamente, y como referente en nuestras áreas, en Bayer queremos ser impulsor de cambio. No se trata solamente de visibilizar la acción, sino de comprometernos en el cumplimiento de los objetivos que nos hemos marcado y ser generación de un impacto positivo que ayude a que

otros puedan avanzar en esta misma línea. **Debemos transparentar nuestra acción**, en qué nos comprometemos y cómo lo hacemos.

S.B.: ¿Qué consejo le darías a alguien que está iniciando este camino?

C.L.: La colaboración con los diferentes actores que forman parte de la economía es fundamental. La creación de alianzas nos permite avanzar más rápido, compartir conocimiento y cumplir los objetivos comunes para todos. Si nos aliamos podremos ir mucho más rápido y mejor.

S.B.: ¿Cómo os han ayudado las tecnologías a desarrollar vuestra estrategia de sostenibilidad?

C.L.: Nosotros tenemos el objetivo global de conseguir la neutralidad en nuestras operaciones para 2030, pero para empezar tenemos que saber dónde estamos. Lo primero que hicimos fue avanzar en medición, como por ejemplo la de la huella de carbono de todos nuestros centros. Esto nos permitió ver dónde incidir para reducirla. **La tecnología nos permite ver cómo seguir avanzando** y desarrollar nuestra hoja de ruta.

S.B.: Una noticia que tuvo mucho impacto tiene que ver con la neutralidad de vuestras instalaciones en Barcelona.

C.L.: Efectivamente, nuestro centro de Sant Joan Despí, donde tenemos la sede para España y Portugal, ha conseguido la neutralidad de emisiones de CO₂. Es el primer centro en conseguir este hito en la región. Y lo hemos logrado con una combinación de elementos: mejora de la eficiencia de las instalaciones, reducción de residuos como la eliminación de los plásticos de un solo uso, instalación de placas solares, aprovechamiento de agua pluvial o uso de energías renovables entre otros.

S.B.: ¿Cuál dirías que es el impacto que tiene nuestro país en la innovación que Bayer lleva a cabo en el mundo?

C.L.: Como empresa, nos sentimos muy orgullosos de lo que estamos haciendo y de cómo estamos evolucionando para seguir aportando innovación en estos ámbitos esenciales; pero también, como país, debemos sentirnos orgullosos de la contribución que hacemos a la investigación mundial. Tanto en el ámbito de la salud como de la agricultura, España es un contribuidor clave a la innovación y producción que hace posible llevar estos avances a quienes lo necesitan. Desde aquí, participamos en los principales programas de desarrollo en salud, y somos pieza clave en el desarrollo de un modelo de agricultura sostenible. Un ejemplo muy simbólico es saber que detrás de **cada Aspirina® de Bayer que se toma en el mundo, está el sello del trabajo que se hace en nuestro país.**

sygris

sygris.com