

“Seguimos creyendo que, si cuidas el suelo, el suelo cuida de la planta”

Luis Pinheiro CEO de BioBizz

BioBizz World Wide Organics es una firma especializada en el desarrollo, fabricación y distribución de nutrientes, sustratos y aditivos 100% orgánicos para el cultivo de plantas. Hablamos de su oferta y su filosofía con Luis Pinheiro, CEO de la empresa.

¿Cuáles fueron los orígenes de BioBizz?

BioBizz nació en 1992 con una idea sencilla: demostrar que se podía cultivar de forma natural y conseguir resultados de gran calidad. En aquel momento, hablar de cultivo orgánico no era tan habitual como hoy, así que hemos crecido y aprendido junto con el propio sector.

Más de treinta años después estamos presentes en más de 70 países, pero lo más importante es que la esencia sigue siendo la misma. Continuamos fabricando nuestros propios productos, cuidando mucho la calidad y manteniendo relaciones cercanas con distribuidores y cultivadores. Hemos crecido sin olvidar de dónde venimos: seguimos creyendo que, si cuidas el suelo, el suelo cuida de la planta.

¿Cómo se estructura actualmente la compañía y qué importancia mantiene su origen familiar?

Hoy somos una empresa internacional, con equipos especializados en producción, calidad, I+D, logística, marketing y desarrollo de negocio. Pero seguimos teniendo mucho de empresa familiar en nuestra forma de pensar. Miramos a largo plazo y preferimos hacer las cosas bien, aunque a veces eso signifique avanzar un poco más despacio. También damos mucha importancia a las personas. Hay compañeros que llevan muchos años con nosotros y ese conocimiento acumulado tiene un enorme valor. Crecer nos ha hecho más profesionales, pero también más conscientes de la importancia de proteger nuestra identidad.

¿Qué valores y principios definen la identidad de BioBizz?

Respeto por la naturaleza, calidad y honestidad. Son palabras que se utilizan mucho, así que para nosotros lo importante es demostrarlo con hechos. Nunca hemos sido partidarios de cambiar una fórmula simplemente porque aparezca una nueva ten-



Equipo de BioBizz.



dencia o porque exista una forma más barata de hacer las cosas. Innovamos, por supuesto, pero sin perder de vista lo que funciona y lo que esperan de nosotros nuestros clientes.

¿Qué diferencia a BioBizz en un mercado cada vez más orientado hacia la agricultura sostenible?

Probablemente, la experiencia y la coherencia. Hoy la sostenibilidad está, afortunadamente, en la conversación de todo el sector. Cuando BioBizz empezó en 1992, apostar por este modelo era bastante menos evidente. Más de tres décadas trabajando con fertilización orgánica nos han permitido aprender muchísimo. Nuestros productos se utilizan en países, climas y condiciones de cultivo muy diferentes, y toda esa experiencia vuelve a nosotros y nos ayuda a mejorar.

Nuestra diferencia no está tanto en decir que somos sostenibles como en tener una trayectoria que

demuestra que llevamos muchos años creyendo en esta forma de cultivar.

¿Qué papel juegan la innovación y la I+D+i en el crecimiento y la competitividad de la compañía?

Es fundamental, pero entendemos la innovación de una forma muy práctica. No se trata de lanzar novedades constantemente, sino de comprender mejor nuestros productos, mejorar su eficacia y profundizar en la relación entre suelo, microbiología y planta. Un buen ejemplo es nuestro proyecto de Greenhouse, pensado para acercar la investigación a condiciones reales de cultivo. Queremos observar, comparar, probar y aprender directamente de las plantas. Para nosotros es importante conectar el trabajo de laboratorio con lo que realmente sucede durante un ciclo de cultivo.

La Greenhouse nace con esa filosofía: ser un espacio vivo de experimentación y conocimiento

La ventaja competitiva de la compañía reside en una trayectoria de más de tres décadas apostando por el modelo orgánico

La firma defiende una investigación aplicada a la realidad del campo a través de proyectos como su Greenhouse, que conecta el trabajo de laboratorio con los ciclos de cultivo

que nos permita seguir aprendiendo y convertir ese aprendizaje en soluciones útiles para el cultivador.

¿Cómo se traduce el compromiso con la sostenibilidad en el modelo de negocio?

Intentamos verlo como un proceso completo. La sostenibilidad no empieza cuando el producto llega a la estantería, sino mucho antes: en las materias primas, la fabricación, la trazabilidad, los proveedores y las decisiones que tomamos cada día. También creemos que hay que hablar de sostenibilidad con transparencia.

Tenemos retos, como cualquier empresa internacional. El transporte, los envases o la cadena de suministro tienen un impacto y todavía existe margen de mejora.

Para nosotros no es una etiqueta ni un objetivo que algún día podamos marcar como completado, sino un proceso continuo en el que siempre podemos hacerlo un poco mejor.

BioBizz estará presente en Fruit Attraction 2026. ¿Con qué expectativas acuden al salón y qué representa esta cita para la compañía?

Queremos compartir nuestra experiencia en salud del suelo, fertilización orgánica y cultivo sostenible, además de presentar los proyectos en los que estamos trabajando. Pero, sobre todo, queremos escuchar y observar. Una feria como Fruit Attraction permite hablar directamente con productores, técnicos y distribuidores, conocer sus necesidades y entender qué está ocurriendo realmente en el campo. Muchas veces una conversación de veinte minutos aporta una perspectiva que no habías considerado. Ese intercambio es uno de los grandes valores de la feria.

¿Cuáles son los principales retos de la empresa para los próximos años?

El principal reto es fácil de explicar y bastante más difícil de conseguir: seguir creciendo sin dejar de ser BioBizz. Queremos continuar fortaleciendo nuestra presencia internacional y, al mismo tiempo, seguir desarrollándonos en España y acercándonos más a la agricultura profesional.

También queremos seguir invirtiendo en investigación, conocimiento y calidad. Proyectos como la Greenhouse forman parte de esa visión: probar, medir, aprender y transformar ese conocimiento en soluciones útiles.

El sector agrícola está cambiando, la regulación evoluciona y las exigencias medioambientales son cada vez mayores. Lo vemos como un reto, pero también como una oportunidad. Después de más de treinta años seguimos convencidos de la misma idea con la que empezamos: para conseguir buenas plantas, hay que empezar por cuidar el suelo.