“Creemos en la diversidad de talentos, independientemente de su género”

Gissele Falcón, directora general de Siete Agromarketing y eComercio Agrario, entrevista a

Harriet Sobré, Business Partner de Recursos Humanos para Bayer Crop Science Iberia, dentro de su campaña para visibilizar el papel de la mujer en las empresas y en favor de la igualdad y diversidad en del sector agroalimentario.

¿Desde qué punto de vista plantea Bayer la contratación de personal teniendo en cuenta la igualdad?

En Bayer Crop Science, que es la división que está dedicada históricamente al mundo Agro y se extrapola a todo lo que es el Grupo Bayer, la estrategia de contratación parte de la diversidad. Sin duda alguna, es la clave de nuestro éxito en todo su sentido amplio. Bayer Crop Science está enfocada a una visión de futuro y el éxito se basa en las personas que lo componen, independientemente del género. Creemos que tener un pool de candidatos y talentos con amplia diversidad es una de nuestras claves. Aparte de ello, a nivel cultural, nos regimos por los valores, 'LIFE' la nomenclatura que define Liderazgo, Integridad, Flexibilidad y Eficiencia, y que no diferencia entre géneros.

Cuando hablamos de contrataciones externas de personal buscamos talentos con diversidad de género. Históricamente el sector agro es un área donde prevalece el género masculino, por eso, en ocasiones, tenemos que ampliar la búsqueda de selección para obtener un grupo de talentos diverso. Esta diversidad de talentos nos ayuda a tomar decisiones sin estar condicionado por la escasez de talento en un género o en otro.

¿Qué evolución ha registrado la contratación de la mujer en vuestra empresa?

La evolución de Bayer en cuanto a la incorporación de las mujeres ha sido muy significativa. Actualmente alrededor de un 45% de nuestra plantilla lo componen mujeres, aunque diría que no es suficiente poner esfuerzos en la contratación, sino que también hay que hacer un seguimiento sobre el desarrollo profesional de estas mujeres hacia posiciones de liderazgo. Ahí es donde estamos poniendo nuestro foco: no sólo en la incorporación sino en su desarrollo profesional una vez están dentro de la organización.

Si miramos la evolución de los últimos 10 años en Bayer, el incremento de mujeres que están en

posiciones de liderazgo ha sido también muy notorio. En el caso de mujeres en mandos intermedios la evolución ha pasado del 7 al 38%; y en mandos directivos del 22 al 41%. Así, hay un interés muy claro en seguir en esta línea.

¿Se avanza en igualdad en el sector agroalimentario? ¿Crees que estamos buscando la globalidad, la paridad, aspectos en los que trabaja mucho Bayer?

Soy positiva, considero que sí que se avanza y que el avance es significativo. En cualquier caso, diría que aún queda mucho recorrido y creo que hay trabajo por hacer. Considero que la sensibilización es el primer paso y se han hecho muchos progresos en ese sentido. Hay muchas asociaciones que están ayudando a crear esta sensibilización y acciones, como la que habéis liderado en estos últimos días con el IV Foro Nacional Mujer AGRO, que ayudan a esta sensibilización y a reflexionar sobre estos temas. Es un mundo, el de la agricultura, que ha sido considerado tradicionalmente como masculino y por este motivo, quizás, nos quede aún un mayor recorrido por hacer si lo comparamos con otros sectores. No obstante, estamos en el buen camino.

Como dice, en Bayer vienen apostando por la igualdad y una de las apuestas ha sido apoyarnos en el último Foro Nacional Mujer Agro. Es el segundo año que apostáis por nosotros y creéis que la comunicación corporativa con perspectiva de género es importante, y más en estos tiempos de pandemia, que ha cambiado la sensibilización del usuario final, del agricultor, de toda la cadena. ¿Qué opinas al respecto?

La comunicación es la base para promover y reforzar el papel de la mujer desde un punto de vista positivo. La comunicación, sin duda, es vital, y creo que el Foro Mujer AGRO es muy importante como canal de comunicación para cambiar dicha cultura.

¿Qué es lo que la mujer tiene que hacer, bajo tu experiencia en Bayer, para seguir alcanzando puestos en multinacionales o para ser más visible?

En primer lugar, interiorizar el hecho de que aportamos un valor clave a la organización, que nuestra forma de ver las cosas, de plantear distintos temas, tomar decisiones y nuestra forma de

comunicar son muy importantes dentro de la organización.

En segundo lugar, apostar por desarrollarse independientemente de los miedos que puedan surgir, entendiéndolo sobre todo en empresas que apuestan por la conciliación familiar y profesional. Creo que es posible el conciliar, tanto mujeres como hombres, siempre y cuando tengamos el apoyo de la organización; una vez muestras tu valor, quiero pensar que las empresas están dispuestas a, realmente, ayudar a esta flexibilidad y que se puedan conciliar ambos aspectos.

¿Qué querría agregar para concluir esta entrevista?

Bayer tiene claro que su éxito se basa en un equipo diverso, entre ellos está el hecho de tener mujeres, y, por lo tanto, este objetivo forma parte de su estrategia. Es consciente y considera que conseguir puntos de vista diversos es vital. En este caso que nos ocupa, las mujeres aportan diversidad, distinto grado de sensibilidad, empatía, y formas de comunicación y de influencia distintos; y su presencia en equipos directivos lleva a mayor compromiso social y un estilo de liderazgo mucho más participativo. Por tanto, tenemos un papel esencial que jugar dentro las organizaciones.

***Entrevista publicada en la revista eCA FRUITS Ed. 12.**

Puedes descargar la revista completa en el siguiente enlace:

https://ecomercioagrario.com/sdm_downloads/revista-eca-fruits-ed-12/