

Fecha 15.08.2026	Sección Mercados	Página 1-3
----------------------------	----------------------------	----------------------

ENTREVISTA

La tecnología echa raíces en el campo mexicano

Manuel Bravo, presidente y CEO de Bayer en México

Manuel Bravo

Presidente y Director General de Bayer en México

**DE AGRICULTOR
A AGRICULTOR**

Agro. Para producir más con menos agua, Bayer lleva innovación al campo mexicano.

POR GUILLERMINA AYALA

La agricultura mexicana enfrenta el reto de producir más alimento en un escenario marcado por la escasez de agua, la variabilidad climática y una todavía limitada adopción tecnológica. En este contexto, Bayer puso en marcha su primer ForwardFarming en México, un modelo que busca llevar la innovación a condiciones reales de producción y propiciar el intercambio de conocimiento entre agricultores.

Manuel Bravo, presidente y director general de Bayer en México, explica por qué la compañía decidió traer este modelo al país, cuánto cuesta adoptar nuevas tecnologías y cómo busca hacerlas accesibles para los pequeños productores, que constituyen la mayor parte del campo mexicano.

¿Qué factores determinaron el lanzamiento del primer ForwardFarming en México?

El proyecto comenzó en Sudamérica, particularmente en Brasil, donde se abrieron los primeros Bayer ForwardFarming. Ahí vimos que se estaba formando una comunidad muy valiosa y, sobre todo, que había un intercambio constante entre los productores agrícolas. El modelo después llegó a Argentina y, más adelante, algunos de los brasileños involucrados en el proyecto se trasladaron a Asia, donde impulsaron iniciativas similares.

En México decidimos esperar hasta contar con suficientes tecnologías para construir una vitrina realmente robusta. Entre ellas estaban FieldView, nuestra plataforma digital; Carlota, la solución de riego inteligente; Short Corn —maíz corto inteligente— y los híbridos de maíz Vitala o Preceon.

Cuando lanzamos FieldView el año pasado y estuvieron disponibles los primeros híbridos para Sinaloa y el Bajío, dijimos: "Este es el momento".

Entonces comenzó la búsqueda del lugar y del productor mexicano adecuados. Queríamos que el Bayer ForwardFarming estuviera cerca de audiencias que normalmente tienen poco contacto con el campo. Lo más natural habría sido instalarlo en Sinaloa o Jalisco, dos grandes centros agrícolas, pero nos propusimos estar a no más de dos horas de la Ciudad de México.

Continúa en siguiente hoja



Página 1 de 2
\$ 188250.00
Tamaño: 502 cm2

Fecha 15.08.2026	Sección Mercados	Página 1-3
----------------------------	----------------------------	----------------------

Exploramos opciones en Puebla, Morelos y Querétaro. La intención era facilitar que autoridades y otros públicos pudieran acercarse al campo y conocer de primera mano cómo funcionan estas tecnologías. Porque una cosa es leer sobre ellas y otra muy distinta verlas operar y escuchar directamente al productor decir: “Esto me gusta, esto no me gusta”.

Encontrar la ubicación y al productor correctos tomó tiempo. Aunque estamos haciendo el lanzamiento este mes, llevamos alrededor de año y medio trabajando con los dueños del Rancho Hontoria y desarrollando este proyecto.

¿Cómo se pueden sumar más productores a este modelo?

El objetivo es construir una comunidad local en la que los agricultores compartan experiencias y mejores prácticas: qué hicieron durante el ciclo, qué resultados obtuvieron, qué productos probaron y qué soluciones agronómicas les funcionaron durante su producción.

A partir de ahí, buscamos ampliar la comunidad y recibir a productores de cualquier parte del país, ya sea Tamaulipas, Michoacán, Aguascalientes o Sinaloa. Existe, además, el compromiso de la familia de rancho de abrir las puertas de la finca a quienes quieran conocer el proyecto.

Queremos que este espacio sea una vitrina de las soluciones de Bayer, pero, sobre todo, que sean los propios agricultores quienes las muestren y expliquen su experiencia. Esa es la esencia de Bayer ForwardFarming: la transferencia de tecnología de agricultor a agricultor.

¿Cómo hacen accesible la innovación para los pequeños productores mexicanos?

México es un país de pequeños productores: cerca de 85% tiene menos de 10 hectáreas y una proporción similar de nuestros clientes pertenece a ese segmento.

En las primeras etapas de cocreación puede haber una mayor participación de agricultores de mayor escala, porque tienen más capacidad para destinar parte de su superficie a realizar pruebas sin comprometer el resto de su producción. Sin embargo, el objetivo es que las soluciones que desarrollamos sean sencillas, accesibles y puedan llegar a todos. En el caso de las herramientas digitales, por ejemplo, buscamos que puedan utilizarse prácticamente desde cualquier teléfono celular.

Nuestra red de distribución también ofrece esquemas de financiamiento para productores de distintas escalas. Y en las zonas más apartadas, donde incluso puede no existir una red de distribución cercana, contamos con el programa Cultivando Mejores Vidas.

A través de esta iniciativa instalamos kioscos en comunidades que pueden encontrarse hasta a tres horas de los centros económicos más cercanos, para acercar productos, tecnología e información a los agricultores. ●

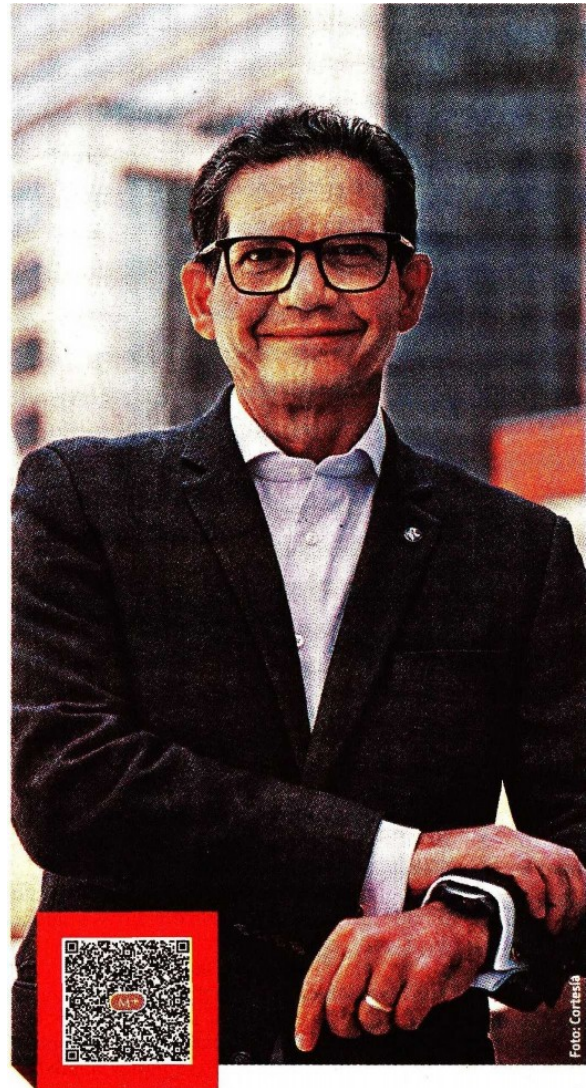


Foto: Cortesía