

D. Félix Lorente, Director General de Arysta LifeScience Iberia

## “El nuevo catálogo de Arysta para 2017 aumentará el peso de la compañía en España”

**Félix Lorente** es Director General de Arysta LifeScience Iberia desde el pasado 19 de septiembre de 2016; cargo que asumió en sustitución de Javier Coronado. Lorente proviene de BASF, en la que ejerció de director en diferentes países (Chile, Perú, Colombia, Ecuador, Venezuela y Portugal) y donde ocupó diferentes puestos de responsabilidad en España en las áreas de cultivos y ventas. Su nombramiento al frente de Arysta LifeScience Iberia en España y Portugal inaugura una nueva etapa en esta delegación regional de una de las 10 principales agroquímicas del mundo. Un gigante con más de 250 materias activas y 6.500 productos registrados en todo el mundo que quiere seguir creciendo en España. Félix Lorente asegura tener la clave para conseguirlo: más innovación y mayor proximidad al cliente.



D. Félix Lorente, Director General de Arysta LifeScience Iberia.

### ¿Cuál ha sido su trayectoria hasta llegar a la dirección de Arysta Iberia?

Llevo ya 21 años trabajando en este sector y he pasado por multitud de posiciones y países. Trabajé en ventas y marketing durante los 10 primeros años y los 10 últimos como responsable de varios países (Portugal, Chile, Perú, Colombia, Ecuador y Venezuela) dentro de BASF. En verano decidí tomar el reto de Arysta LifeScience Iberia porque creo que es un proyecto ganador donde puedo aportar mi experiencia y mi ilusión para ayudar a los clientes y al equipo.

### ¿Cuál es la posición de Arysta LifeScience y su cartera de productos en el mercado?

Actualmente, Arysta LifeScience se encuentra entre las 10 primeras com-

pañías de agroquímicos del mundo, con una notable innovación. Nuestro portafolio integrado incluye más de 250 materias activas y más de 6.500 productos registrados en todo el mundo, entre los que destacan en España, marcas líderes como Syllit, o el recién lanzado Acramite.

En cuanto a España, Arysta LifeScience Iberia es el resultado de la fusión de cuatro empresas, Arysta, Agriphar, Chemtura y Göemar, gracias a la cual ahora disponemos de un catálogo de productos muy amplio e innovador con lo que nuestro futuro en el sector es crecer.

**Arysta es una firma fuertemente consolidada y con una trayectoria firme. Sin embargo, una nueva dirección suele conllevar cambios. ¿Qué planes tiene para**

### la compañía?

En España, Arysta, tras la fusión de estas cuatro empresas en una sola, ha tomado una decisión estratégica que consiste en focalizarse en lo que genera más valor para los accionistas y los clientes. Por ello, se ha decidido cerrar nuestro negocio local de *tolling* que no era estratégico, para invertir todos nuestros esfuerzos en nuestras áreas comerciales y técnicas, lo que nos posibilita una atención mucho más cercana a nuestros clientes. Paralelamente, hemos cambiado nuestra sede a Barcelona y estamos contratando un nuevo equipo de profesionales para nuestro *back office* para asegurar nuestro crecimiento.

Otro de los grandes cambios va a ser el refuerzo del equipo comercial. La nueva etapa de la compañía va a tener una clara orientación al cliente, con

equipos más fuertes tanto en ventas como en marketing y desarrollo.

### ¿Qué puede avanzarnos de la estrategia de Arysta LifeScience para el próximo ejercicio en España y Portugal?

Nuestra estrategia evidentemente es crecer. Crecer tanto en facturación como en cuota de mercado.

### ¿Qué peso tiene el mercado español en la estrategia internacional de Arysta?

El mercado español es un mercado grande dentro de Europa y también a nivel global. Por lo tanto, es un mercado muy importante que cualquier compañía, y por supuesto también Arysta LifeScience, tienen presente a la hora de tomar decisiones. El nuevo catálogo que lanzamos para 2017 se

adapta muy bien a España, con productos punteros en innovación, que nos ayudará a conseguir que la compañía tenga un peso mayor que el que tiene actualmente.

**¿Qué margen de autonomía tiene la división ibérica frente a la matriz?**

Esta es una de las grandes fortalezas de Arysta LifeScience frente a los competidores. Arysta es una de las grandes a nivel global, pero sabe delegar las decisiones en los países y adaptarse a las necesidades locales. Tenemos líneas estratégicas claras, un control, una política responsable y también autonomía para tomar las decisiones locales que consideremos. Desde España se han liderado proyectos clave como fungicidas en olivo, o un futuro herbicida, y hemos invertido recursos locales así como a nivel europeo, para tener estas moléculas en nuestros cultivos.

**¿Cuáles son las prioridades de Arysta en el control de plagas, enfermedades y malas hierbas? ¿En qué cultivos centran la investigación para el desarrollo de nuevos productos?**

La gran prioridad de Arysta es proveer al mercado de soluciones seguras y sostenibles, que puedan satisfacer las necesidades de una agricultura cada vez más exigente. Una de las familias de productos que se espera vaya a ir cobrando mayor relevancia es la que denominamos *Biosolutions*, que incluye, entre otros, nutrición innovadora y una línea de biocontrol. En cuanto a los cultivos, contamos con un portafolio completo que abarca la gran mayoría de los cultivos con mayor presencia tanto en España como en Portugal. Aunque sí es cierto que estamos más focalizados en agriculturas intensivas.

**En los últimos meses Arysta ha presentado Acramite® y Vacciplant® Max. ¿Qué ventaja ofrecen estos nuevos desarrollos?**

Acramite® es un acaricida selecti-



vo, respetuoso con fauna auxiliar y perteneciente a una familia química nueva. Lorente quiere posicionar la marca entre las firmas líder en España y Portugal. Todo esto, unido a sus reducidos plazos de seguridad, hace que Acramite®, en poco tiempo, vaya a estar posicionado en las primeras filas de esta familia de productos.

Vacciplant® Max es un biofungicida de origen natural, con un modo de acción complementario a los convencionales, ya que induce los mecanismos de defensa de las plantas. Vacciplant® Max activa las defensas de la planta para combatir todo tipo de enfermedades, desde las originadas por hongos hasta bacterias. Es nuestro primer producto de la línea de biocontrol y además puede ser empleado en agricultura ecológica. Otro producto que dará mucho que hablar.

**Arysta es producto de la alianza de cuatro compañías, ¿Cómo valora las recientes macrofusiones de competidoras en el mercado de los agroquímicos como Bayer-Monsanto o Syngenta-Chemchina?**

Creo que cada empresa tiene su propia estrategia y yo no puedo hablar de la de los demás. Lo que sí puedo decir

es que Arysta se ha fortalecido mucho con la fusión y mi gran reto es posicionar la marca Arysta entre las líderes en España y Portugal.

**¿Qué valor añadido puede aportar Arysta LifeScience y su cartera de productos en un mercado tan competitivo?**

Arysta LifeScience tiene un largo recorrido dentro del mundo de los fitosanitarios y cuenta con un portafolio de productos de eficacia y seguridad contrastada. Además, los dos pilares de Arysta son su cercanía al cliente para conocer de primera mano sus necesidades, y su fuerte equipo de I+D, a la vanguardia de la innovación.

**Las principales empresas en protección cultivos concentran cada vez más recursos en soluciones de control biológico y procesos fitosanitarios más exigentes y respetuosos con el medio ambiente. ¿Cómo valora esta evolución?**

Muy lógica y positiva. Arysta adquirió recientemente la empresa Göemar, que es una multinacional francesa de referencia en el mundo en la producción de productos biológicos, y Natural Plant Protection (NPP), también dedi-

cada a productos de control biológico. Una encuesta reciente de AEPLA constata cierto recelo de base en la opinión pública frente a los agroquímicos. Como gerente de una empresa con una amplia cartera de productos de control para cultivos

**¿Qué preocupación le merece la opinión del consumidor final?**

Yo estoy muy orgulloso de trabajar en el sector de los agroquímicos porque sé que nuestro sector es más que necesario para poder alimentar a la humanidad. Además, conforme más gente habitemos en este planeta, vamos a ser cada vez más importantes. También percibo que existe mucha desinformación que acaba en que algunas personas tengan una percepción quizás no muy sustentada con fundamentos sólidos. Es una cuestión muy recurrente y difícil de solucionar. La opinión del consumidor final es clave para nosotros. El uso de nuestros productos es seguro. En Europa, las autoridades son las más restrictivas de todas, por lo que la seguridad alimentaria está asegurada, y en consecuencia, la sociedad debería tener una buena imagen de nosotros.

Hace falta mejorar la comunicación, sí. Yo personalmente soy un activo defensor a nivel personal y en cualquier foro, de todo lo que sea tecnología, y Arysta LifeScience Iberia potenciará la comunicación en este sentido y apoyará iniciativas gremiales.

**A partir de su background en Europa y Latinoamérica ¿cuál cree que son los retos emergentes en la protección de cultivos?**

Los retos son varios. Por una parte, los procesos de registro, mucho más difíciles en Europa que en Latinoamérica, que hace que el número de productos que llega al agricultor sea cada vez más limitado. Esto, unido a la presión social y de la *food chain* en lo referente a la no presencia de residuos, hace que el agricultor pueda contar con cada vez menos herramientas.