Javier Coronado: "La nueva Arysta LifeScience se posiciona con un 37% de cuota de mercado en Latinoamérica"

Para la primera presentación en Fruit Attraction ante el sector como Arysta LifeScience, la

compañía estima la visita diaria de más de 500 personas entre proveedores y clientes a su stand, que van a conocer de primera mano el amplio portafolio de productos, que incluye más 250 materias activas y más de 6.500 productos registrados en todos el mundo: productos exclusivos de agroquímicos, biosoluciones, tratamiento de semillas, etc. Javier Coronado, director de Arysta LifeScience en España y Portugal, no solo entra en detalle de sus novedades que vamos a conocer en Feria de Madrid (España), sino también de sus expectativas de crecimiento en la Península Ibérica, además de su privilegiada cuota de mercado en Latinoamérica.

e-Comercio Agrario: Arysta LifeScience Iberia acude con nueva imagen y nuevos productos en Fruit Attaction. ¿Con qué novedades nos vamos a sorprender en protección de cultivos?

Javier Coronado: Acudimos a Fruit Attraction por primera vez y lo hacemos bajo nuestra nueva marca: Arysta LifeScience, una empresa nueva y renovada fruto de la unión de cuatro compañías: Arysta, Agriphar, Chemtura y Goëmar.

En nuestro stand de Fuit Attraction presentaremos a todos nuestros clientes las nuevas soluciones que hemos incorporado a nuestro portafolio de productos: nuevos acaricidas para frutas y verduras como Acramite y Floramite; uno de los mejores herbicidas antigramíneos con amplísima gama de cultivos autorizados, Select Max, y otros productos como son Dimilin y Terrazole; sin olvidarnos de las Biosoluciones, muy importantes para nuestra empresa por la fuerte apuesta de Arysta LifeScience por los productos que garantizan los residuos cero.

ECA: Detrás de la nueva compañía que opera en España y Portugal, se erige también un nuevo proyecto Platform Specialty Products ¿Nos lo puede describir?

J.C.: Platform Specialty Products es un grupo agroquímico mundial especializado en productos de alta tecnología y servicios técnicos que, al adquirir las tres compañías (Chemtura Agrosolutions, Agriphar y Arysta LifeScience –Goëmar era propiedad de Arysta), gana en competitividad para ofrecer más y mejores soluciones a nuestros clientes. Y resultado de la unión de estas compañías nace Arysta LifeScience, que actualmente ocupa el décimo puesto en el ranking mundial de empresas agroquímicas.

ECA: Una vez que Agriphar Iberia ya ha entrado a formar parte Arysta LifeScience Iberia, ¿cuáles son los objetivos de crecimiento de la nueva compañía en ambos países ibéricos?

J.C.: Para 2016 esperamos crecer un 60% en España y Portugal. Del mismo modo, y de forma paralela, aumentará también nuestro equipo comercial y de marketing, ofreciendo mejoras en el servicio a nuestros clientes y un trato mucho más directo y personalizado.

ECA: ¿En qué ámbito de actuación opera y qué productos ofrece en Latinoamérica Arysta

LifeScience, en calidad del décimo puesto en el ranking mundial de empresas agroquímicas?

J.C.: Arysta LifeScience ya era líder en ventas en Latinoamérica antes de su fusión con Aghriphar y Chemtura AgroSolutions y, tras la integración de las tres compañías en una sola, la nueva Arysta LifeScience se posiciona con un 37% de cuota de mercado.

ECA: Sobre el nacimiento de un medio de comunicación como “eComercio Agrario”, que cubre la información agroalimentaria entre Europa y Latinoamérica, ¿qué opinión le merece? ¿Nace en el mejor momento?

J.C.: Es muy beneficioso para el sector que aparezcan nuevos medios de comunicación que recojan puntualmente la actualidad agroalimentaria y, en este caso en concreto, es interesante que bajo una misma cabecera como es "eComercio Agrario" haya noticias europeas y latinoamericanas, pues muchas empresas, como por ejemplo la nuestra, tienen intereses en ambas zonas y, de esta forma, existe un mismo soporte común.