

SERGIO DEDOMINICI Director general de Syngenta para España y Portugal

«Una empresa como Syngenta no va a dejar de investigar porque Europa ponga restricciones que sean insalvables»

Tras tres años al frente de Syngenta en España y Portugal, Sergio Denominici, valora la situación de la agricultura general y de la industria fitosanitaria en nuestro país, en un momento en el que el sector, sumamente condicionado por la legislación europea, ha de definir cómo será su modelo productivo del futuro.



E. Mármol y A. Martínez.
Redacción Vida Rural.

Vida Rural.- ¿Cómo ha sido el año 2010 para Syngenta Agro?

Sergio Dedominici.- En primer lugar, la agricultura en general se ha mostrado como un sector que se ha mantenido a pesar de la crisis,

siendo el único en el que no se ha destruido empleo, el primer renglón exportador y en el que se sigue invirtiendo.

Por otra parte, desde el punto de vista de la industria, ha sido un año positivo. La industria ha aumentado su facturación un 4,5%, llegando en el caso de Syngenta esta cifra 6,9%. Podemos decir que el año arrancó con muchas di-

ficultades y terminó siendo aceptablemente bueno, y digo aceptablemente porque las condiciones crediticias no fueron las mejores, y eso es lo que ha ralentizado el crecimiento del sector.

A pesar de todo, Syngenta ha cerrado el ejercicio por encima de la media del mercado y ha ganado cuota por tercer año consecutivo. Volvimos a ser número uno en el

mercado español, y realmente si no fuera por la parte macroeconómica, diríamos que fue un año fantástico.

Ahora mismo lo que más nos preocupa es la rentabilidad de los agricultores, porque por un lado las grandes cadenas de supermercados tratan de pagarles menos por su producción y, por otro, se han encarecido los insumos, al aumentar el precio de las materias primas. En estos momentos, el barril de petróleo ronda los 100 dólares, y esto pone al agricultor de nuevo en una situación de rentabilidad extrema. De hecho, en estos momentos la UE se encuentra inmersa en el gran debate de quién se queda con qué en la cadena agroalimentaria.

VR.- El 6,9% es en facturación. ¿Y en beneficios?

S. D.- En beneficio estuvimos por encima de eso. Hemos aumentado la facturación sin necesidad de aumentar nuestra base fija, y lo hemos hecho llevando a cabo una reforma total y absoluta de hacia dónde dirigimos nuestros recursos. Hace tres años el 50% de nuestro personal era de oficina, y ahora tenemos un 80% de nuestro equipo en campo y el 20% restante en las oficinas. Eso hace que cada euro sea más rentable. También estamos gestionando el negocio de Portugal desde España, y sin sacar a nadie y redistribuyéndonos, hemos logrado mejorar la facturación en ambos países. De hecho, la plantilla se ha aumentado en un 6%.

VR.- ¿Y cuáles son sus perspectivas para este año?

S.D.- Salvo dos o tres cultivos muy específicos en España –el viñedo y los cítricos por una caída del consumo directo, y el olivar por un problema estructural en la comercialización–, no hay un solo sector en el que no haya sobredemanda. Y si no fuese por esos tres cultivos, las perspectivas serían realmente buenas para este año.

Además, algo buenísimo es que ¡España ha dejado de ser seca!

VR.- De los productos que lanzaron el año pasado al mercado, ¿cuál destacaría?

S.D.- De lejos, Affirm. Entre abril y diciembre facturó 5,5 millones de euros, y esto no ha hecho más que empezar. Al principio era solo para *Tuta absoluta* y no en todos los cultivos, mientras que a medida que se ha ido avanzando en su registro, el crecimiento ha sido realmente explosivo. Es un producto muy aceptado por la cadena de distribución porque su perfil de residuos es extremadamente bueno, algo muy importante en hortalizas y frutales y además es muy efectivo y muy respetuoso con la fauna auxiliar.

El otro producto que destacaría es Ally, indicado para malas hierbas de hoja ancha en cereales, que viene a cerrar un hueco que teníamos en el catálogo.

También, el segundo año de Camix ha sido espectacular, consolidándose como “el herbicida de maíz”. En este momento estamos en cuotas de mercado más allá de lo que hubiésemos esperado, pero el que se lleva todos los titulares es Affirm.

VR.- De los próximos lanzamientos ¿qué nos puede avanzar?

S.D.- Ahora se va a hacer el lanzamiento de Axial, herbicida de cereal para el control de gramíneas como vallico y avena loca, que esperamos que sea la estrella.

También se está registrando Affirm para frutales y viña. De hecho, si no fuera por los problemas ministeriales estaríamos muchísimo mejor. Estamos esperando el registro para un producto antimildiú que se llama Pergado, otro para patatas que se llama Rebus, en total serán unos ochos compuestos que en el próximo año o año y medio nos van a garantizar el crecimiento, a partir de uno de nuestros pilares que es la innovación con nuevas moléculas.

El otro producto que esperamos para mitad de año es el Duribo, que es otro insecticida de un perfil un poco diferente al de Affirm, para otro tipo de plagas, que también nos va a dar mayor presencia en el mercado de insecticidas.

Sin embargo, la apuesta pasa más por cómo integrar tecnologías, ese es el gran salto cualitativo y al que estamos totalmente abocados. Aparte de tener los productos que tiene, la gran ventaja de Syngenta es contar también con insectos beneficiosos a través de Bioline y poder sumar a eso la parte de genética con Syngenta Seeds. Poniendo todo ello en conjunto, llevamos trabajando tres años en la zona de Almería en lo que hemos llamado Syngenta Growing System, porque hay tremendas sinergias de las que no nos habíamos dado cuenta hasta que no nos pusimos a trabajar en qué podíamos hacer realmente con las tres partes de la tecnología. El salto cualitativo va por ese lado: tratar de aunar las armas tecnológicas que tenemos y que nuestros competidores no tienen.

VR.- ¿En qué consiste el proyecto Syngenta Growing System?

S.D.- Estamos trabajando en unas 100 hectáreas bajo plástico en Almería, que es una zona muy com-



«Creo que en hortalizas, Syngenta Growing System –que integra productos, insectos beneficiosos y semillas– muy pronto se va a convertir en imbatible. Es la apuesta de futuro, por donde vemos que va la agricultura»

Creo que, en lo que a hortalizas se refiere, Syngenta Growing System muy pronto se va a convertir en casi imbatible, porque trabaja todo el tiempo en base a la mejor tecnología disponible.

VR.- ¿Se han planteado hacer un label con Syngenta Growing System?

S.D.- Lo vamos a hacer. Pero para que sea sostenible no puede ser de un día para otro.

Ahora mismo para cada invernadero tenemos un técnico, que ya tenía el suyo; de modo que convencer al técnico del técnico, que quizá está dentro de una cooperativa donde hay otro técnico, de que las cosas se pueden hacer mejor o distintas es muy difícil.

Tampoco queremos caer en triunfalismos. No es que estemos enseñando a hacer las cosas bien sino con el mejor conocimiento que se tiene en ese momento. No sabemos si al año que viene nuestra tecnología va a ser la mejor, por eso es necesario que el trabajo sea conjunto: desde el agricultor y los investigadores pasando por los proveedores de insumos hasta el comprador. El objetivo es mejorar continuamente.

Es la apuesta de futuro, por donde vemos que va la agricultura. Como decía Puxeu en los debates sobre el futuro de la agricultura “va a haber una sola agricultura: la buena, no den más vueltas, habrá una buena, una mala y a lo sumo una ecológica”. Estamos tratando de definir la buena.

VR.- Respecto al control biológico, control integrado o la unión de ambos, ¿qué opina?

S.D.- En lo que se refiere a cultivos protegidos, por ejemplo ahora mismo en pimientos, el control integrado de las enfermedades pasa en muchas ocasiones por la búsqueda de plantas resistentes. Otro ejemplo, en este caso hablando de insecticidas, empleando insectos beneficiosos uno puede mantener

plicada. La gran apuesta por esta zona es porque tiene mejor competitividad que Murcia, en pimiento no hay quien le gane, y la otra es porque es el lugar más difícil donde buscar trazabilidad. Queremos demostrar que realmente es un sistema que podemos poner incluso allí y abarca todo: desde la semilla, pasando por cómo tratar, con qué productos, el respeto por la biodiversidad, hasta qué hacer con los residuos.



muy a raya las plagas con niveles de infestación lógicos.

Si hablamos de campo abierto, hay lugares donde también se puede conseguir. Por ejemplo tenemos una apuesta muy grande en cítricos contra la mosca mediterránea de la fruta, con un producto de trapeo masivo que se llama Address. También trabajamos en un proyecto con la Universidad de Valencia para combatir el piojo rojo de California, con el mismo tipo de control.

Quizás el precio de estas nuevas técnicas en campo abierto es uno de los temas más espinosos en este momento. Hay dos factores a tener en cuenta para que sean competitivos: uno es medir los umbrales de tratamiento, de forma que se empiece a trabajar realmente en umbrales de daño económico, y el otro pasa por buscar soluciones para no llegar, en la medida de lo posible, a ese umbral de daño económico. Por ejemplo, ahora mismo estamos apostando por la rotación de cereales con girasol como técnica para el control de malas hierbas. Todo eso significa combinar la agricultura para poder hacerla más eficiente con menores inputs. Si me dices

«Apoyo seriamente la PAC porque es una forma de retribuir al agricultor no solamente por lo que produce, sino por lo que reporta como beneficio al medio ambiente y a la sociedad»

¿puede llegar a tener un precio competitivo? Sí, es posible. Hay que ajustar un montón de cosas pero es posible.

VR.- ¿PAC sí?

S. D.- Al agricultor europeo se le está pidiendo lo máximo de lo máximo y está respondiendo creo que excelentemente bien y es por eso que los apoyo mucho en el tema de la PAC. Yo vengo de Latinoamérica y cuando estaba allí siempre pensaba: “estos europeos que subvencionan la agricul-

tura”... y no es que subvencionen la agricultura sino que están pagando por servicios que el agricultor está dando más allá de una producción, que es mantener el medio ambiente, hacer las cosas como se tienen que hacer. Sí, apoyo seriamente la PAC porque es una forma de retribuir al agricultor no solamente por lo que produce, sino por lo que reporta como beneficio al medio ambiente y a la sociedad. De otro modo sería inviable y creo que, poco a poco, la sociedad está tomando conciencia de esto.

VR.- ¿De los cultivos españoles cuáles es el fuerte de Syngenta?

S. D.- ¿Cuál es el fuerte de España? Los hortícolas. Es un sector donde España ha liderado al mundo sin saberlo. Es el mercado más grande desde todo punto de vista. De los 600 millones de euros que supone el mercado español de fitosanitarios, 180 millones corresponden a las hortalizas. También es el de mayor potencial y el que se va a seguir quedando. No necesita subvenciones. Jamás las necesitó. Lo único que necesita es un poco de apoyo de agua e infraestructuras.

También tenemos una presencia muy fuerte en cereales. Diría que es el segundo cultivo donde realmente se nos reconoce como líderes. Tras los cereales está el olivar y después ya podemos decir que tenemos muy buenas presencias en el resto. Quizá el sector más débil que tenemos es la viña, pero eso es algo que esperamos que cambie con los productos nuevos que están en proceso de registro, como Affirm.

VR.- Dentro del catálogo de Syngenta Seeds ¿cuáles son los productos más aceptados en el mercado español y qué posibilidades ve de futuro en este campo?

S. D.- Hortalizas es también nuestro mercado más grande. Después lideramos en girasol, para lo que además acabamos de adquirir la parte de girasol de Monsanto, y donde sí tenemos una presencia que estamos tratando de mejorar es en maíz, que somos terceros del mercado.

Otro aspecto interesante es que en hortalizas se han creado marcas que ya se reconocen en el mercado. De hecho hasta ahora solo se innovaba para hacer la variedades más productivas, resistentes a lo que sea y Syngenta ha sido la pionera en sacar productos diferenciados para el consumidor, es decir, un tomate como Kumato, el melón Solinda, o la sandía sin semillas. Ha creado nichos de mercado y algunos nichos se han convertido en marca.

Esto solo se consigue con esfuerzos gigantes de inversión en investigación. Ahora mismo estamos cerca de los 2 millones de euros por día, de los cuales además no todos llegan a buen puerto, lo que supone un riesgo potencial impresionante.

VR.- ¿Existe un riesgo de paralización de las investigaciones de ciertas materias activas si continúa endureciéndose la legislación europea?



expoliva® la cita de los negocios

XV feria internacional del aceite
de oliva e industrias afines

XV international fair of olive oil
and allied industries

La esencia de la
Dieta Mediterránea

S. D.- Una empresa como Syngenta no va a dejar de investigar porque Europa no quiera organismos genéticamente modificados o ponga restricciones que sean insalvables. La razón es que hay otros mercados y seguiremos investigando para otros países como EE.UU, India o China. De hecho, Europa se está volviendo cada vez más irrelevante como mercado. En los próximos años Latinoamérica va a ser un mercado, desde el punto de vista agrícola, mucho más grande de lo que es ahora Estados Unidos, de modo que Europa va a tener que decidir hasta dónde va a seguir con esto. Así como no tiene una estrategia energética y se están pagando las consecuencias de no tenerla, su única estrategia agrícola ha sido primero dar subsidios para producir y luego dar subsidios para lo contrario. Esa falta de estrategia está llevando a esta situación. Es más. Yo diría que la pregunta es ¿deben estar nuestros *head quarters* en esta Europa tecnófoba?

No vamos a dejar de investigar. Van a matar la producción agropecuaria en Europa, que es distinto, para importar productos de fuera que sí han estado tratados con lo que aquí está prohibido. Ahora mismo se importa más del 50% en alimentación en Europa. Si se quiere pasar al 80 o al 90%, no hay ningún problema, esa comida tendrá que venir de algún lado.

Parece que el objetivo de Europa es convertir al agricultor en un *landscape manager*, el que maneja el entorno rural. Y si siguen por ese camino van a arruinar a los agricultores, a la industria agroalimentaria en su conjunto, que en Europa ronda el 20% del PIB, una cifra que ya es importante en sí misma. ¡Además para importarlo! Que no tiene sentido, porque no es que fuera lo hagan mejor o que aquí no seamos competitivos. Todo lo

contrario. En algunos sectores somos muy competitivos.

VR.- ¿Considera que hay algún motivo para que se estén respetando los fungicidas en la nueva Directiva 414/91 y no así en los plaguicidas, que se usan fundamentalmente en el sur de Europa a diferencia de los primeros?

S. D.- Esto es como un dogma de fe. Se parte de la premisa de que todo pesticida es pesticida y tiene que ser tratado como algo nocivo. Si uno toma esa postura afecta más a unos y menos a otros. La nueva directiva es dogmática, limita el número de soluciones, pero sinceramente no creo que haya nada en contra de los cultivos mediterráneos de forma específica, sino que simplemente ha sido resultado de una postura dogmática, que cuando se aplica transversalmente sencillamente acaba pillando a alguien. Tampoco la postura de los Estados miembros que se han visto más afectados por esta Directiva ha sido la mejor. Y no le echo la culpa a España, porque lo mismo han hecho Italia, Portugal, Grecia, hasta incluso Francia. En este momento nos está legislando la gente que vivió la época en que se hicieron auténticas barbaridades en el campo, y crecieron con el dogma de que los pesticidas eran malos. Esa gente está ahora en los Congresos, son los ministros de Agricultura y de Sanidad de estos países y están legislando en base a esos principios. Nos hemos vuelto tecnófobos. A nadie le da miedo un nuevo iPhone, pero en cambio son reticentes a cualquier innovación de tipo alimentaria o con células madre, cosas que pueden hacer que en el futuro comamos o nos salvemos como humanidad. Creo que Europa va a tener que repensar dos o tres veces lo que quiere que hacer con todo eso. ●



Recinto Provincial de Ferias y Congresos de Jaén
Prolongación Ctra. de Granada, s/n. 23003 Jaén

Tel.: +34 953 096 980 | Fax: +34 953 245 012
www.ifeja.org/expoliva | www.expoliva.com

e:2011
11-14 may
spain-andalusia
jaén
www.expoliva.com

