

FMC

# Mucho más que un fitosanitario

Novedades

empresarias -

Jueves

19

marzo,

2015



Ing. Ag. Eduardo Pérez

*Detrás de un producto que se utiliza en el campo, hay fuertes equipos de trabajo en diversas áreas, tiempo de desarrollo y mucho dinero en inversión. Por qué FMC se posiciona entre las firmas líderes en este plano.*

El desarrollo de un fitosanitario, lleva desde el descubrimiento de la empresa hasta llegar a las manos del usuario final unos 10 años. En ésta década se requieren fuertes inversiones en desarrollo para evaluar su eficacia, el nivel de selectividad para los distintos cultivos, las dosis necesarias para cumplir con su objetivo y estar siempre atentos a las medidas más extremas para el cuidado del medio ambiente.

FMC Corporation es una compañía de origen norteamericano, proveedora de químicos destinados al mercado agropecuario, alimenticio, farmacéutico y minero. Dentro del mercado agropecuario, es la pionera en comenzar a trabajar con la familia de los insecticidas “piretroides”. Hoy en día, la empresa tiene fuerte presencia en el mercado de herbicidas a nivel local y global, siendo una de las primeras en la Argentina en

trabajar sobre la resistencia de malezas a los herbicidas más utilizados. SULFENTRAZONE, CAPAZ MTZ, CAPAZ XL y CARFENTRAZONE son los herbicidas de FMC que la empresa desarrolló para hacer frente a esta problemática.

El ingeniero agrónomo Eduardo Pérez, quien lidera la firma en la Argentina, reivindicó que el buen comportamiento de los productos de FMC radican en que trabajan con dos principios activos. “Esto evita generar resistencia a un producto, lo que vemos que ha sucedido en los últimos años, especialmente con el glifosato que se lo ha utilizado sin límites y solo. Ahora, los productores deben volver al manejo de antes del paquete soja rr + glifosato”, indicó.

Hace seis meses la compañía anunció la compra global de CHEMINOVA por 1,8 BILLONES de dólares, siendo una decisión estratégica que le permitirá tener fuerte presencia global, acceso al mercado europeo en forma directa y en fungicidas, principalmente.

FMC es una multinacional. Sus ventas alcanzan los 3,8 mil millones de dólares, siendo la plataforma agrícola el 58% de las ventas mundiales. Del total de la facturación agrícola, el Mercosur significa un 60% aproximadamente, siendo Brasil el mercado de mayor penetración. Posee más de 5000 empleados a nivel mundial. Pero lo que mejor asegura el futuro de la empresa es el alto nivel de inversión en Investigación y Desarrollo, destinando aproximadamente un 6% de monto total de ventas a este rubro, de forma tal de poder desarrollar productos que cumplan eficientemente su función, teniendo en cuenta además su viabilidad ambiental y sanitaria.

En palabras de Eduardo Pérez la estrategia de la compañía es trabajar en conjunto con empresas colegas, de forma tal de desarrollar productos en conjunto: “Esta es nuestra principal estrategia local, sabiendo que los problemas actuales y futuros deberán ser tenidos en cuenta entre todos los que somos parte de la agricultura. Los productos mágicos, por el momento, no van a existir y vamos a necesitar interactuar con todo el sector para encontrar las mejores soluciones para el productor agropecuario, que contribuyan a resolver sus problemas de enfermedades, plagas y malezas maximizando su rentabilidad”.

CAPAZ MTZ, EXPRESSION PACK, AURORA PACK, CAPAZ XL son claros ejemplos de estas alianzas.