

ASCENZA: “Queremos continuar a investir para trazer diferenciação ao mercado”

28 de Setembro, 2023

Com mais de cinco décadas de experiência, a **ASCENZA** dedica a sua atividade a cuidar das Plantas, das Pessoas e do Planeta: “Somos uma referência europeia independente no setor de proteção de culturas, no segmento de genéricos diferenciados”, assegura **Rui Correia, Central Marketing Diretor da ASCENZA**.



Rui Correia

A equipa, composta por mais de 600 profissionais capacitados, abrange diversas áreas de conhecimento, permitindo controlar todas as etapas do processo de desenvolvimento de produto (aquisição de matérias-primas, a conceção de soluções – suportada na nossa capacidade laboratorial na unidade industrial em Setúbal, o desenvolvimento do produto, a produção, comercialização e o aconselhamento técnico): “Este controlo garante que entregamos soluções eficientes e de alta qualidade aos nossos clientes”.

Através de um portfólio que combina soluções convencionais com produtos de bioproteção, as soluções da ASCENZA respondem aos desafios da agricultura atual: “Com mais de 180 formulações ativas e 800 registos de produtos, estamos constantemente à procura de soluções que otimizem o rendimento das culturas e que sejam ajustadas às necessidades de cada mercado”. Por este motivo, em 2022, foi lançada a gama Blexia, um conjunto de produtos biológicos para a proteção das culturas à base de extratos botânicos e microbiológicos: “Queremos garantir a segurança, saúde e disponibilidade alimentar para todos, assegurando a proteção ambiental e a preservação da biodiversidade – é este o nosso compromisso para com a agricultura e a sociedade em geral”, afirma.

Questionado sobre as mais-valias dos produtos da ASCENZA, Rui Correia destaca a “eficácia comprovada”, a “grande amplitude e equilíbrio do portfólio que abrange um vasto leque de culturas”, o “suporte técnico personalizado”, a

“constante inovação”, a “preocupação em reduzir o impacto ambiental dos nossos produtos” e, ainda, o “facto das soluções ajudarem os agricultores a melhorarem a eficiência e a rentabilidade das suas colheitas”.



Disponibilizar novas soluções eficazes “off-patent” com valor agregado para os clientes é uma das vantagens competitivas da ASCENZA: “O facto de sermos detentores de registo de substâncias ativas e formulações na Europa e América do Sul contribuiu também para uma maior independência nos mercados onde operamos. Ao desenvolvermos e acrescentarmos valor aos produtos off-patent, a par com um serviço técnico personalizado e um portfólio de grande amplitude, faz de nós um parceiro com valor acrescentado para os agricultores”. Para o responsável, um produto diferenciado nasce da grande experiência e capacidade operacional das empresas: “Queremos continuar a investir para trazer diferenciação ao mercado”.

“O nosso know-how torna-nos um elemento diferenciador e competitivo nos mercados onde operamos”

O “valor acrescentado” que levam ao setor agrícola é um dos grandes contributos da empresa: “Como parte do Grupo Rovensa, o nosso foco é ajudar os agricultores a produzir mais com menos recursos e garantir aos consumidores o acesso a produtos alimentares de qualidade. Nos últimos anos, fizemos grandes investimentos tanto no plano tecnológico como no campo da regulamentação na Europa e nas Américas, bem como em I&D para novos produtos, que nos permitem estar cada vez mais próximos dos nossos agricultores”, frisa.



Reconhecendo que a profissão de agricultor é muito desafiante, a ASCENZA assegura um grande compromisso em ajudar e a respeitar todas as normas do setor: “Sabemos que é desafiante esta missão, mas os investimentos que temos vindo, e vamos continuar, a fazer, permite-nos ser especialistas na nossa área e o nosso know-how torna-nos um elemento diferenciador e competitivo nos mercados onde operamos”.

Quando questionado sobre o futuro, Rui Correia partilha dois objetivos estratégicos: “Continuar a ampliar a nossa presença nos mercados europeu e da América Latina e continuar a investir para aumentar o nosso portfólio, em linha com as tendências e desafios do setor, capitalizando potenciais sinergias com outras companhias do Grupo Rovensa”.

****Este artigo foi incluído na edição 101 da Ambiente Magazine***