



**RED POR UNA AMERICA LATINA  
LIBRE DE TRANSGENICOS**

## **BOLETÍN N° 702**

### **MAS SOBRE EMPRESAS AGROTÓXICAS**

#### **Contenidos:**

ARGENTINA: GANADORES Y PERDEDORES DEL MERCADO DE AGROQUÍMICOS

SYNGENTA INCREMENTA VENTA DE SEMILLAS VEGETALES EN MÉXICO Y BRASIL

SYNGENTA PODRÍA APUNTAR A ACTIVOS DE BAYER PARA IMPULSAR NEGOCIO DE SEMILLAS

---

#### **ARGENTINA: GANADORES Y PERDEDORES DEL MERCADO DE AGROQUÍMICOS**

#### **SYNGENTA DESPLAZÓ DEL PRIMER PUESTO A MONSANTO; DOW QUEDÓ TERCERA**

Fernando Bertello- La Nación

Lunes 26 de junio de 2017

El mercado de agroquímicos en la Argentina cambió de líder en 2016. Syngenta, la firma de origen suizo que a nivel global viene de ser comprada por el grupo chino ChemChina en US\$ 43.000 millones, se quedó con el primer puesto en facturación, con US\$ 329,7 millones. La empresa, que participó con el 13,3% de un mercado que movió 2482,5 millones de dólares (un 0,4% más sobre la campaña anterior), creció en ventas un 7,78% respecto de 2015.

Los datos se desprenden de un relevamiento del mercado al que accedió LA NACION, al que aportan información de facturación 25 compañías, entre multinacionales y firmas de origen local.

Durante 10 años, Syngenta fue número uno en el mercado de agroquímicos en general, pero en 2014 fue destronada por Monsanto. Esta última compañía, que está siendo adquirida en todo el mundo por la alemana Bayer en US\$ 66.000 millones, en 2016 en el país fue superada por Syngenta y quedó segunda en el podio, cerca, con US\$ 325,5 millones. Monsanto cayó, versus 2015, un 13,7% .



El año pasado, en el marco de una sobreoferta de productos, altos stocks en los canales de distribución, necesidad de las empresas de cumplir con planes de ventas con sus casas matrices y mayor ingreso de productos importados terminados, el mercado de agroquímicos tuvo una caída de precios promedio del 16,8%, si bien en volumen aumentó 17,1% .

En el caso del glifosato, el producto que encabeza las ventas por producto individual, el mercado bajó de US\$ 860,3 millones a US\$ 741,9 millones.

Fueron US\$ 118,4 millones menos. En tanto, la caída de precios representó US\$ 226 millones.

	2015	2016
Tratamiento de semillas	81,3	90,5
Fungicidas	241,2	267,9
Herbicidas selectivos	862,3	743,6
Herbicidas no selectivos	915	1013,3
Insecticidas	305,5	303,1
Otros	69,3	65,9

Fuente: La Nación. Datos del mercado

En ese contexto, Syngenta, en medio del crecimiento del área sembrada con maíz, logró vender más herbicidas como atrazina y s-metaloclor, entre otros, y consiguió recuperar el puesto número uno en el mercado de agroquímicos. En el último ciclo, según la Bolsa de Comercio de Rosario, la superficie con ese cereal se ubicó en 5,8 millones de hectáreas, 900.000 hectáreas más respecto del ciclo 2015/2016.

Según el relevamiento del mercado, el año pasado Dow Agrosciences fue la tercera compañía en ventas, con US\$ 250,7 millones. Tuvo una baja del 9,9% respecto de 2015, por la caída de los precios del glifosato y de herbicidas para el control de malezas resistentes.

Con el crecimiento de la problemática de las malezas resistentes al glifosato, otros herbicidas distintos pasaron de un mercado de US\$ 915 a US\$ 1013,3 millones. Se usaron más de estos productos, que ya representan el 41% del mercado total, aunque por los altos stocks la caída de precios fue del 15,9% , lo que terminó impactando en los números de las empresas del sector.

A nivel global, Dow se está fusionando con DuPont, lo que representa la tercera megaoperación que se está dando en el mercado de insumos para el agro.

En el cuarto puesto del mercado argentino en 2016 se ubicó Bayer, con US\$ 201 millones (frente a los US\$ 208,2 millones de 2015) y quinta quedó Atanor, con US\$ 195,7 millones (US\$ 181,2 millones en 2015).

En tanto, en el sexto puesto el año pasado se posicionó la alemana Basf, con US\$ 142,9 millones; séptima estuvo DuPont, con US\$ 131,4 millones; octava, la firma nacional Red Surcos, con US\$ 116,8 millones; novena, Agrofina, también de origen local, con US\$ 115,7 millones, y décima, Adama, del grupo chino ChemChina, con US\$ 110,2 millones.

Si se toma la nueva configuración del mapa global de agroquímicos, esto es, ya dividido en tres megaempresas, Bayer-Monsanto por un lado, Dow-Dupont en segundo término y luego ChemChina, se puede observar que estos tres grupos tuvieron en 2016 en la Argentina el 54,3% del mercado total, con ventas conjuntas por US\$ 1348,5 millones.

=====



## SYNGENTA INCREMENTA VENTA DE SEMILLAS VEGETALES EN MÉXICO Y BRASIL

Opportimes

Empresas, Transnacionales Junio 1, 2017

<https://www.opportimes.com/empresas/syngenta-incrementa-venta-semillas-vegetales-mexico-brasil/>

La empresa suiza Syngenta AG registró “una fuerte demanda” de sus semillas vegetales en Brasil y México en 2016, aunque a nivel global las ventas de estos productos se mantuvieron estables.

Syngenta informó que las ventas de semillas de hortalizas, sobre todo de sus marcas ROGERSTM y S&G, fueron 3% más altas a tipos de cambio constantes, con aumentos de precios en moneda local del 4% parcialmente compensados por un descenso del volumen de 1 por ciento.

“La demanda fue fuerte en América Latina, especialmente en Brasil y México, ya que las tasas de cambio favorables mejoraron la rentabilidad de los productores en los mercados de exportación”, dijo la compañía.

Las ventas totales de la empresa sumaron 12,790 millones de dólares en el 2016, de las cuales 616 millones de dólares correspondieron a semillas de vegetales.

Al sur de Asia las ventas también se desempeñaron bien en cultivos como la col, la coliflor y el okra (también llamado abelmosco en México). Según Syngenta, se lograron aumentos de precios en todas las regiones, lo que refleja la capacidad de captar valor de una cartera de híbridos de alta calidad.

Las marcas de verduras de la firma son: ROGERSTM, S&G, ZERAIM GEDERA y DAEHNFELDT. Syngenta ofrece una gama completa de semillas vegetales con un surtido de más de 20 especies y más de 2,000 variedades, incluyendo frijoles, brócoli, col, zanahorias, coliflor, pepinos, lechuga, melones, cebollas, okra, guisantes, pimientos, espinacas, calabaza, maíz dulce, tomates y sandías.

Syngenta genera variedades que pueden resistir y tolerar plagas y enfermedades. Desarrolla genética que se ocupa de las necesidades de los consumidores, así como de los procesadores, los agricultores y de toda la cadena de valor.

=====

## SYNGENTA PODRÍA APUNTAR A ACTIVOS DE BAYER PARA IMPULSAR NEGOCIO DE SEMILLAS

Agencias. Martes, 27 Junio 2017 - 05:21 pm

BASILEA, Suiza (Reuters) - La compañía suiza de insumos agrícolas Syngenta, recientemente adquirida por ChemChina, planea robustecer su negocio de semillas y para ello podría apuntar a los activos que su rival Bayer debe vender para obtener la aprobación de los reguladores a su fusión con Monsanto.

Syngenta, tercera lejos en el mercado global de semillas que lideran Monsanto y Dupont, está decidida a no perder terreno frente sus rivales en momentos en que el sector de insumos agrícolas sigue en medio de una ola sin precedentes de fusiones y adquisiciones.



"La meta es fortalecer la posición de liderazgo de Syngenta en la protección de cultivos y volvernos un ambicioso número tres en (el mercado de) las semillas", indicó la compañía en un comunicado publicado el martes.

Las semillas serán la principal plataforma de la estrategia de crecimiento prevista por ChemChina para que Syngenta duplique sus ingresos en los próximos 10 años, dijo el martes el grupo chino, que adquirió cerca del 98 por ciento de las acciones de Syngenta.

El grupo suizo, principal fabricante mundial de productos químicos para cultivos, descartó una oferta de Monsanto antes de acordar su fusión con ChemChina para asegurarse un mejor acceso a los mercados asiáticos, y ahora apunta a sus propios acuerdos de compra y licencia.

"Estamos muy interesados en los activos de semillas, desde remedios hasta mucho más allá", dijo el presidente ejecutivo de Syngenta, Erik Fyrwald, en una conferencia de prensa en las instalaciones del grupo en Basilea, al responder a una consulta sobre los activos que tiene que vender Bayer.

El mes pasado, Bayer informó que venderá su negocio de semillas de la marca LibertyLink, como parte clave de una desinversión que debe realizar para satisfacer a las autoridades de competencia que están supervisando su fusión de 66.000 millones de dólares con Monsanto.

Por su parte, el presidente de ChemChina, Ren Jianxin, dijo que la compañía planea una salida a bolsa de su subsidiaria en algún momento dentro de los próximos cinco años, dependiendo "de la situación del mercado", y desestimó como "rumores" los reportes de que pudiera fusionarse con su par estatal china Sinochem.