

El mercado de fitosanitarios tuvo variaciones durante 2013

La investigación de Pampas Group reveló que el principal segmento sigue siendo el de los herbicidas con un 72%. El mercado argentino cerró en 2.505 millones de dólares.

Durante 2013 el mercado de productos fitosanitarios nacional creció solo un 3% en su facturación respecto del año anterior, acusando una caída en el volumen comercializado del 13%. El escaso crecimiento se debe principalmente al incremento del subsegmento «Otros Herbicidas» (no Glifosato) por la creciente presión de malezas resistentes vivida en las últimas campañas. Así lo reveló la investigación de mercado realizada por Pampas Group.

El informe indica que el principal segmento de fitosanitarios sigue siendo el de los **herbicidas** con un 72% de la facturación. Mientras que el activo primordial, el glifosato, ha sufrido una caída de cantidad cercana al 9% respecto de los datos del 2012, con un incremento de precio fundamentado principalmente en la suba del ácido, su principal insumo. Se sigue manteniendo la tendencia de consumo de productos de mayor concentración lo que manifiesta una caída de cantidad del 25% respecto de 2012 en productos de concentración de 360 Gs/Litro (comúnmente denominado "Genérico). De aquí se explica que en el subsegmento de Glifosato de Formulación "líquida" con concentración superior de 360 Gs/Litro el incremento fue del 3%, mientras que en Granulado la caída fue sólo del 7%.

Parte de la caída en Glifosato, puede estar explicada por la fuerte sequía sufrida hasta entrada la primavera 2013 que llevó a una menor aplicación en barbecho, pre y post emergente.

Según los datos arrojados por el informe de Pampas Group, los **insecticidas**, con una participación del 14% de mercado en facturación y 6% en cantidad, es el segundo segmento en importancia. La disminución en su cantidad se debe a una creciente participación de principios activos de bajas dosis de aplicación por hectárea y banda verde, como Rynaxypyr y Flubendiamide, que suman más del 20% del segmento. Esto también redundó en una baja de las cantidades (-39%), ya que las dosis por hectárea de los nuevos productos es muy inferior a los principios activos que vienen reemplazando.

Por último, el segmento Fungicidas, representado por el 8% en facturación y 3% en volumen, sufrió una caída (del 26% en facturación y 20% en volumen) basada en la acumulación de 2 campañas secas, con poco consumo para Soja, que generó un alto volumen de producto en el canal de venta. La sequía sufrida hasta fines de primavera, no permitió recuperar las ventas no realizadas durante el año. Las lluvias de verano, que originaron un mayor uso de Fungicidas, podrían llevar a bajar los

stocks del canal para que en 2014 se inicie una campaña con un nivel más bajo de Carry Over.

La versión completa del informe está disponible en la página web de CASAFE, www.casafe.org.

Todas estas tecnologías son desarrolladas para la protección de los cultivos, lo que nos permite hacer frente al desafío de alimentar a una mayor cantidad de personas en una misma superficie. Por esta razón, es fundamental la inversión en investigación y desarrollo para hacer más eficientes nuestros productos y promover un desarrollo sostenido, una agricultura sustentable y las buenas prácticas agrícolas.