

## Comunicado de prensa

# Syngenta Group anuncia resultados sólidos en el primer trimestre

- Las ventas del Grupo, durante el primer trimestre, ascendieron a USD 7.100 millones (+USD 1.200 millones), con un +20% interanual y un +18% según tasas de cambio constante (CER, en inglés *Constant Exchange Rates*), y todos los negocios registraron un crecimiento en ventas de dos dígitos.
- El EBITDA del primer trimestre ascendió a USD 1.500 millones, con un +19% interanual y un +29 % según CER.
- Los resultados mostraron una amplia fortaleza geográfica y por producto
- El crecimiento del Grupo se aceleró con las innovaciones en materia de semillas y protección de cultivos que permiten prácticas de agricultura regenerativa que ayudan a proteger contra la sequía y las inundaciones y a mejorar la salud del suelo
- La plataforma de agricultura moderna (MAP, en inglés *Modern Agriculture Platform*), que da acceso a los productores a tecnologías líderes de mercado, triplicó sus ganancias con relación al primer trimestre de 2020. Los productos biológicos duplicaron su tamaño, dada la reciente adquisición de Valagro.

29 de abril del 2021, Basilea, Suiza

Hoy, Syngenta Group Co., Ltd. ("Syngenta Group" o el "Grupo"), presentó resultados sólidos para el primer trimestre de 2021. Las ventas del primer trimestre fueron de USD 7.100 millones, un aumento del 20 % en comparación con el primer trimestre de 2020. Esto corresponde a un crecimiento del 18% según tasas de cambio constante (CER). El EBITDA del primer trimestre creció un 19% (29% según CER), que corresponde a USD 1.500 millones.

## Resumen de las cifras

	Primer trimestre de 2021	Primer trimestre de 2020	Crecimiento	Crecimiento (CER)
	USD MM	USD MM	%	%
Ventas	7.1	5.9	20	18
EBITDA	1.5	1.2	19	29

Tras los buenos resultados de 2020, Syngenta Group continuó con su sólida trayectoria de crecimiento en el primer trimestre. Todas las unidades de negocio registraron un crecimiento generalizado de dos dígitos. El EBITDA aumentó de forma significativa y el margen EBITDA se mantuvo con foco en la eficiencia operacional.

La tecnología de vanguardia de Syngenta Group y su portafolio de I+D, líder en la industria, siguen impulsando el crecimiento. El negocio de los productos biológicos del Grupo creció más del 40% en comparación con el mismo período del año pasado; con la reciente adquisición de Valagro las ventas crecieron más del doble.

Syngenta Group China creció fuertemente en todos los segmentos. MAP triplicó los ingresos en más de USD 280 millones durante el primer trimestre, lo que facilitó el acceso de los agricultores a las tecnologías y prácticas más recientes e innovadoras, mejorando su rentabilidad. El ecosistema centrado en los agricultores siguió expandiéndose con rapidez en China. Ahora, está presente en más de 365 localidades y se asocia con más de 200 organizaciones, lo que conecta a productores, mercados y consumidores. Las adquisiciones recientes del negocio de Winall High Tech Seeds (Winall) y del negocio nacional de bio agricultura Jiangsu Huifeng (Huifeng) ayudaron a fortalecer aún más nuestra actividad en China.

Las ventas del primer trimestre impulsadas por la sinergia crecieron un 45% interanual. Las sinergias en todo el Grupo siguieron avanzando respecto a los más de 400 millones de dólares de ventas y más de 200 millones de contribución a los beneficios del año pasado.

El mundo comenzó 2021 con una proporción menor de stock de las principales materias primas agrícolas en comparación con los últimos años. Un mayor consumo, en particular en China, favorece el aumento de los precios de granos, lo que beneficia los ingresos agrícolas, y que, a su vez, sustenta la demanda de productos y soluciones de vanguardia de Syngenta Group.

Erik Fyrwald, CEO de Syngenta Group: "El foco de Syngenta Group al llevar productos y servicios sustentables e innovadores a los productores en el mundo nos ha permitido continuar acelerando nuestro crecimiento. Con nuestra tecnología de vanguardia, y herramientas digitales, estamos ayudando a transformar la agricultura para combatir el cambio climático".

Chen Lichtenstein, CFO de Syngenta Group: "Hemos logrado fuertes ventas y crecimiento en nuestra rentabilidad en todas las unidades de negocio durante el primer trimestre. Nuestro éxito en China está impulsado por nuestra sólida oferta de productos y un ecosistema centrado en los agricultores. Nos proponemos continuar impulsando el crecimiento, mejorando nuestros márgenes operativos y acelerando aún más nuestro portafolio de innovación".

Para obtener más información, consulte el informe público de los resultados financieros de ADAMA Ltd. (SHE: 000553), Sinofert Holdings (SEHK: 0297) y Yangnong Chemical (SHA: 600486).

## Lo más destacado

### Ventas por unidad de negocio

	Primer trimestre de 2021	Primer trimestre de 2020	Crecimiento	Crecimiento (CER)
	USD MM	USD MM	%	%
<b>Syngenta Group</b>	<b>7.1</b>	<b>5.9</b>	<b>20</b>	<b>18</b>
Syngenta Protección de Cultivos	3.2	2.7	17	17
ADAMA	1.1	1.0	14	14
Syngenta Semillas	1.2	1.0	16	16
Syngenta Group China	2.2	1.5	41	31
Compensaciones	-0.6	-0.3	n/c	n/c

## Syngenta Protección de Cultivos

En el primer trimestre de 2021, las ventas de Syngenta Protección de Cultivos crecieron un 17%, lo que corresponde a USD 3.200 millones. EBITDA creció 20% (33% CER), lo que corresponde a USD 1.000 millones.

Las ventas en **Europa, África y Medio Oriente** fueron un 12% más altas debido a los precios elevados de las materias primas agrícolas y un invierno templado.

En **Norteamérica**, las ventas aumentaron un 6% debido a las mejoras económicas agrícolas y las limitaciones de suministro del mercado, que contribuyeron a impulsar el almacenamiento anticipado. El crecimiento continuo de los nuevos productos también afectó positivamente las ventas y marcas como MIRAVIS™ obtuvieron buenos resultados en toda la región.

Las ventas en **América Latina** aumentaron un 20% debido a la expansión de la estrategia de mercado en la región y la economía agrícola favorable. Brasil experimentó un crecimiento sólido y una diversidad de pedidos dentro de su portafolio.

En **Asia-Pacífico** (excluyendo China), las ventas aumentaron un 22% gracias a las condiciones climáticas favorables y las tasas de cambio, como así también el momento de crecimiento en India y Pakistán.

En **China**, las ventas aumentaron un 53% ya que se vieron impulsadas por la expansión de productos y el aumento de la demanda del reciente lanzamiento del fungicida ADEPIDYN™.

## ADAMA

ADAMA creció 14% en ventas, alcanzando un récord histórico en el primer trimestre de más de USD 1.100 millones. EBITDA creció 2% (11% CER), lo que corresponde a USD 200 millones.

Las ventas en **Europa** fueron un 3% más bajas debido a la reducción de stock del canal y a la baja presión de plagas afectando algunos productos de ADAMA. Europa del Norte tuvo un inicio lento de la temporada en comparación con el primer trimestre de 2020. Europa del Sur registró condiciones favorables que impulsaron una demanda sólida.

**India, Medio Oriente y África** experimentaron un crecimiento del 20% impulsado por un fuerte *momentum* del negocio, además de condiciones climáticas favorables. Las

nuevas instalaciones de I+D en India permitieron escalar la formulación; además, productos de ADAMA fueron registrados en los Emiratos Árabes Unidos.

Las ventas en **Norteamérica** aumentaron un 12% debido, en gran medida, a la flexibilización de las restricciones del COVID-19 afectando positivamente a Consumer and Professional Solutions. La unidad de negocios Protección de Cultivos obtuvo resultados moderados en los Estados Unidos.

En **América Latina** las ventas crecieron un 11%, impulsadas por un sólido rendimiento de los productos lanzados recientemente. Brasil tuvo menores ventas de final de temporada tras un fuerte cuarto trimestre de 2020.

Las ventas en **Asia-Pacífico** (excepto China) aumentaron un 31% debido a las condiciones estacionales favorables y a pesar de una recuperación más lenta frente a los desafíos del COVID-19 en esta zona.

Las ventas en **China** aumentaron un 82% gracias a su variado portafolio. El crecimiento se debió a un comienzo temprano de la temporada del segundo trimestre y una mayor demanda de cereales. Asimismo, las ventas se vieron reforzadas gracias a la inclusión por parte de ADAMA de la reciente adquisición del negocio nacional de protección de cultivos comerciales Jiangsu Huifeng. Un fuerte crecimiento de intermediarios soportó el negocio no agrícola de ADAMA.

## Syngenta Semillas

Las ventas de Syngenta Semillas, que ahora incluyen China National Seeds, aumentaron un 16%, lo que corresponde a USD 1.200 millones. EBITDA creció 17% (30% CER), lo que corresponde a USD 200 millones.

Las ventas en **Europa, África y Medio Oriente** crecieron un 8% ayudadas por precios sólidos. El fuerte crecimiento estacional del girasol y del maíz se vio limitado por las limitaciones de la oferta de maíz.

En **Norteamérica** las ventas crecieron un 10% y fueron impulsadas por el crecimiento en soja y la solidez del portafolio. Las ventas también reflejaron importantes embarques durante el primer trimestre.

Las ventas en **América Latina** aumentaron un 7%, a pesar de los desafíos de la moneda en Brasil. La región registró un buen rendimiento del maíz en Brasil y, en general, un negocio y precios fuertes en toda la región.

En **Asia-Pacífico** (excluyendo China), las ventas crecieron un 6% entre las regiones geográficas claves, incluido un fuerte momento de crecimiento en Indonesia y Tailandia.

En China, las ventas crecieron un 200% debido, principalmente, a la consolidación de la compañía líder de semillas de arroz híbridas Winall. Syngenta Group completó la adquisición de una mayor participación en Winall 2021, que permitió la consolidación de sus resultados. Asimismo, el crecimiento se atribuyó al aumento de los ingresos de las regalías abonadas por otros proveedores de semillas por el derecho de implementar la tecnología del Grupo, así como también a las compras anticipadas.

El negocio global de **semillas de vegetales** creció en todas las regiones, lo que resultó en un incremento del 15% en ventas. Además del tipo de cambio favorable, las ventas de semillas de vegetales se vieron apalancadas por adquisiciones, siendo particularmente fuertes en Asia-Pacífico, además de Europa, África y Oriente Medio.

**Flores** Global creció un 11% en ventas tras el desafiante contexto de 2020. El entorno favorable en el tipo de cambio ayudó a influir en el crecimiento de las ventas.

## Syngenta Group China

Syngenta Group China, que se compone de Semillas, Protección de Cultivos, Nutrición de Cultivos, las plataformas MAP y la tecnología digital en China alcanzaron ventas de USD 2.200 millones con un crecimiento del 41% en comparación con el año anterior. EBITDA creció 62% (51% CER), lo que corresponde a USD 300 millones.

Los ingresos de **MAP y digital** siguieron expandiéndose y triplicaron sus ventas. Se agregaron 40 centros nuevos MAP en el primer trimestre, con un total de 365 centros en todas las áreas agrícolas importantes de China. Con la expansión, más de 1.5 millones de hectáreas de tierra están incorporando las soluciones digitales MAP. Además, los productos agrícolas "MAP beside", con un proceso completo de control de calidad y una certificación de trazabilidad, continúan expandiéndose.

El negocio de **Protección de Cultivos** de Syngenta Group China aumentó las ventas en un 36% gracias a las ganancias continuas de las acciones en el mercado, los buenos resultados de ADEPIDYN™ y las campañas digitales que ayudaron a impulsar el crecimiento. El crecimiento de ADAMA en China también derivó de la recuperación del COVID-19 y de la expansión de su nuevo establecimiento en Jingzhou. Igualmente, la reciente adquisición del negocio de protección de cultivos comerciales y nacionales de Huifeng, en China, ayudó a soportar el negocio. Asimismo, Yangnong experimentó un fuerte crecimiento del negocio, productividad y un ahorro de costos importante, a pesar de los precios de algunos de sus ingredientes activos.

Las ventas de **Semillas** incluidas las hortalizas, aumentaron un 182% debido, principalmente, a la consolidación de Winall. Las nuevas variedades de arroz y los ingresos por licencias de maíz, así como también el lanzamiento de la plataforma de soluciones tecnológicas para semillas (STS, en inglés *Seed Technology Solutions*) contribuyeron a impulsar el crecimiento.

Las ventas por **nutrición de cultivos** aumentaron un 16% gracias a los aumentos los precios de las materias primas agrícolas.

## Notas finales

A menos que se indique lo contrario, las comparaciones se realizan con el mismo período de 2020.

Los resultados que se presentan en este documento no auditado son una consolidación proforma de las unidades de negocios de Syngenta Group, que incluye a Yangnong Chemical, con la que Syngenta Group se encuentra en el proceso de adquisición de una parte mayoritaria. Syngenta Group se formó en 2020 como una combinación de negocios de control común en virtud de PRC GAAP; basados en esto, la consolidación se inicia desde el período en que ChemChina o Sinochem toman control de la entidad relevante, y las cifras reportadas para el año 2020 incluyen las de las empresas mencionadas anteriormente en el alcance de la consolidación para tal año.

El EBITDA excluye la reestructuración y devaluación, y otros elementos únicos o no monetarios/operacionales que no afectan el desempeño continuo del negocio, así como el impacto de un plan de incentivos de largo plazo con limitaciones temporales de Syngenta Group para los cargos gerenciales.

El EBITDA es una medida que no pertenece a los PCGA y el EBITDA, de acuerdo con la definición de Syngenta Group, puede no ser comparable con las medidas descritas de manera similar en otras empresas. Syngenta Group define el EBITDA como ganancias antes de intereses, impuestos, intereses minoritarios, depreciaciones, amortizaciones, reestructuración y devaluación. La información relativa al EBITDA ha sido incluida, ya que es utilizada por la administración y por los inversionistas como una medida complementaria del rendimiento operativo. Syngenta Group excluye la reestructuración y devaluación del EBITDA con el fin de centrarse en resultados que excluyen elementos que afectan la comparabilidad entre un período y el siguiente.

Los resultados en este reporte de un período a otro, donde aplica, se comparan utilizando los tipos de cambio constante (CER). Para presentar la información, los resultados del período actual de las entidades reportando en moneda que no sea Dólar

se convierten a Dólar según tipo de cambio del período anterior, y no con el tipo de cambio del año en curso. La presentación CER indica el desempeño subyacente del negocio antes de considerar las fluctuaciones cambiarias.

### **Acerca de Syngenta Group**

Syngenta Group es una de las compañías de tecnología e innovación agrícola líderes en el mundo, con una trayectoria que se remonta a más de 250 años. En más de 100 países, la compañía trabaja para transformar la agricultura a través de productos y tecnologías revolucionarias que juegan un rol vital en garantizar que la cadena alimentaria pueda abastecer a la población mundial de forma segura, sustentable y respetuosa con nuestro planeta. Con sede en Suiza y de capitales chinos, el grupo basa su fortaleza en sus cuatro unidades de negocio –Syngenta Protección de Cultivos, con sede en Suiza; Syngenta Semillas, con sede en Estados Unidos; ADAMA®, con sede en Israel, y Syngenta Group China–, que le permiten atender a clientes de todo el mundo desde una posición de liderazgo en la industria.

### **Información de contacto**

Relaciones con los medios  
[media@syngentagroup.com](mailto:media@syngentagroup.com)

La protección de sus datos es importante para nosotros. Usted recibe esta publicación con fundamento legal en el artículo 6, párrafo primero, letra f) del Reglamento general de protección de datos (RGPD) de la Unión Europea (UE) («interés legítimo»). Sin embargo, si no desea recibir más información sobre el Syngenta Group, simplemente envíenos un breve mensaje informal y dejaremos de procesar sus datos con este fin. También puede encontrar más información en nuestra Declaración de privacidad.

### ***Advertencia respecto a las declaraciones prospectivas***

Este documento puede contener declaraciones prospectivas, que pueden identificarse por el uso de términos como “esperamos”, “haremos”, “haríamos”, “potencial”, “planes”, “perspectivas”, “estimamos”, “aspiramos a”, “en camino”, y expresiones similares. Dichas declaraciones pueden estar sujetas a riesgos e incertidumbres que podrían hacer que los resultados reales difieran sustancialmente de las declaraciones. Para el Syngenta Group, tales riesgos e incertidumbres incluyen riesgos relativos a los procedimientos legales, las aprobaciones regulatorias, el desarrollo de nuevos productos, el aumento de la competencia, el riesgo crediticio del cliente, las condiciones generales del mercado y de la economía, el cumplimiento normativo y las medidas correctivas, los derechos de propiedad intelectual, la implementación de cambios organizacionales, la desvalorización de activos intangibles, la percepción de los consumidores sobre los cultivos y organismos modificados genéticamente y los productos químicos para la protección de los cultivos, las variaciones climáticas, las fluctuaciones de los tipos de cambio y/o los precios de las materias primas, los acuerdos de suministro a través de un único proveedor, la incertidumbre política, los desastres naturales y la violación de la seguridad de los datos u otro tipo de alteración de la tecnología informática. El Syngenta Group no asume ninguna obligación de actualizar sus declaraciones prospectivas con el fin de reflejar los resultados reales, cambios en los supuestos u otros factores.