

---

# Estudio de Mercado Insumos Agrícolas en Argentina

Marzo 2012

---



[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Buenos Aires, Argentina.

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	5
<b>1. Arancel General:</b> .....	5
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	5
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	5
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	5
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	6
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	6
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	7
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	10
<b>1. Estadísticas 2010</b> .....	10
<b>2. Estadísticas 2009</b> .....	10
<b>3. Estadísticas 2008</b> .....	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	12
<b>1. Potencial del producto</b> .....	12
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	13

<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....</b>	<b>13</b>
<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....</b>	<b>14</b>
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....</b>	<b>14</b>
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto. ....</b>	<b>14</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>15</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista .....</i>	<i>16</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>17</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto .....</i>	<i>17</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>18</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>19</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>20</i>

■ PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH

2. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

(1) SACH	(2) NCM	(3) SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS
1209220000	12092200	SEMILLA TREBOL FORRAJERO (TRIFOLIUM SPP )
1211909000	12119090	FRUTOS FRESCOS SECOS USO INSECTICIDA PARASITICIDA LOS DEMAS
1206001000	12060010	SEMILLA DE GIRASOL PARA SIEMBRA
1209992000	12099900	SEMILLAS, FRUTOS Y ESPORAS PARA SIEMBRA
1209910000	12099100	SEMILLAS DE HORTALIZAS PARA SIEMBRA

(1) SACH	(2) NCM	(3) ABONOS MINERALES O FERTILIZANTES
3102300000	31023000	NITRATO AMONIO AUN EN DISOLUCION ACUOSA
3104200000	31043010	ABONOS MINERALES O QUIMICOS POTASICOS
3102500000	31025011	NITRATO DE SODIO NATURAL C/ NITROGENO > O = AL 16,3 %
3104200000	31042090	CLORURO DE POTASIO LOS DEMAS

Fuente: mercosuronline.com



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

PRODUCTO	TASA ESTADÍSTICA 0,5%	AEC 8%	DERECHO DE IMPORTACIÓN EXTRA ZONA (DIEZ) 8%
SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS	✓	✗	✗
EXCLUSIVO NCM - 12119090 -	✓	✓	✓
ABONOS MINERALES O FERTILIZANTES	✓	✗	✗

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

100% DE PREFERENCIA. PRODUCTOS EXENTOS DE ARANCEL, EN VIRTUD DEL ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA -ACE 35- (CHILE – MERCOSUR)

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

PAÍSES MIEMBROS DEL MERCOSUR

### 4. OTROS IMPUESTOS:

PRODUCTO	IVA 21%	IVA 10,5% (Alícuota reducida)	IMPUESTO A LAS GANANCIAS 3%	IMPUESTO A INGRESOS BRUTOS 1,5%
SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS	✓	✗	✓	✓
EXCLUSIVO NCM - 12060010 y 12099900-	✗	✓	✓	✓
ABONOS MINERALES O FERTILIZANTES	✗	✓	✓	✓

## 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

Para este sector no existen barreras para - arancelarias



### REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

#### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

El Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) es la organización gubernamental cuyo principal objetivo es fiscalizar y certificar los productos y subproductos de origen animal y vegetal, sus insumos y residuos agroquímicos, así como prevenir, erradicar y controlar las enfermedades animales, incluyendo las transmisibles al hombre, y las plagas vegetales que afectan la producción agropecuaria del país. Para implementar y promover la acción sanitaria y fitosanitaria, elabora normas y controla su cumplimiento, asegurando la aplicación del Código Alimentario Argentino, dentro de las normas internacionales exigidas. Asimismo, planifica, organiza y ejecuta programas y planes específicos que reglamentan la producción, orientándola hacia la obtención de alimentos inocuos para el consumo humano y animal. EL SENASA depende de la Secretaría de Agricultura Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA) de la República Argentina y a su vez, del Ministerio de la Producción

Para lograr la garantía de calidad y eficacia de la sanidad animal y vegetal, el SENASA realiza las siguientes acciones:

- ◆ Fiscaliza y certifica la calidad de los productos destinados al diagnóstico, prevención y tratamiento de enfermedades y/o plagas que afectan a la sanidad y a la calidad de los animales y vegetales, así como de la prevención y tratamiento de los efluentes y residuos resultantes de su producción.
- ◆ Establece zonas y/o fronteras epidemiológicas, adoptando y ejecutando las técnicas apropiadas, inclusive el sacrificio de animales y/o destrucción de vegetales, para salvaguardar el patrimonio sanitario animal y vegetal.
- ◆ Registra, habilita, clausura y fiscaliza las plantas de procesamiento, acondicionamiento, transporte y comercialización de los productos del área de su competencia.
- ◆ Controla el Tráfico Federal, las importaciones y exportaciones de los productos y subproductos y derivados de origen animal y vegetal, productos agroalimentarios, fármacos-veterinarios y agroquímicos, fertilizantes y enmiendas.
- ◆ Registra, autoriza o prohíbe los agroquímicos.

En la misma línea, SENASA publica en su sitio web la resolución que coordina el proceso de registro e importación de productos agroquímicos a la república Argentina, puede encontrar la información in extenso, en el sitio:

<http://www.senasa.gov.ar/contenido.php?to=n&in=1501&ino=1501&io=16573>

A su vez, podrá verificar los requisitos que establece SENASA a quienes deseen importar productos agroquímicos y fitosanitarios, en el sitio:

<http://www.senasa.gov.ar/contenido.php?to=n&in=945&io=4239>

#### De las nuevas resoluciones

Con fecha 5 de enero de 2012 la Administración Federal de Ingresos Públicos -AFIP- emite la Resolución General N° 3252/2012 por medio de la cual establece como mecanismo de control de importaciones el uso de la Declaración Jurada Anticipada de Importación -DJAI- instancia en la que las empresas importadoras deberán declarar la totalidad de los productos que desean importar y su destino. El documento debe ser completado previa emisión de la Nota de Pedido, Orden de Compra o similar utilizado para concretar sus operaciones de compras en el exterior, los importadores deberán producir la información que se indica en el micrositio “Declaración Jurada Anticipada de Importación (DJAI)”, disponible en el sitio “web” de la AFIP.

<http://www.afip.gob.ar>

Además, la Secretaría de Comercio Interior por medio de la resolución 01/2012, adhiere a la Resolución de la AFIP, con lo cual queda estipulado que la información proporcionada a la AFIP será igualmente recibida por la Secretaría de Comercio Interior, entidad que emitirá su autorización para la internación definitiva de los productos en un plazo no mayor a 15 días hábiles.

Mayor información en el sitio web del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas:

<http://contenidos.mecon.gov.ar/>

## **2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:**

**SERVICIO NACIONAL DE CALIDAD Y SEGURIDAD AGROALIMENTARIA**, mayor información en el sitio web

<http://www.senasa.gov.ar>

Para la recepción de información oficial y expedita se sugiere dirigirse a la **CÁMARA DE LA INDUSTRIA ARGENTINA DE FERTILIZANTES Y AGROQUÍMICOS**, mayor información en el sitio web

<http://www.ciafa.org.ar/>

### 3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS

El etiquetado, la imagen de marca, las especificaciones técnicas y de cuidado de los productos importados desde Chile y otros orígenes, dependerán en gran medida del volumen de importación de cada producto. Esto sucede porque la exigencia de un packaging final por parte del importador que considere todas las variables mencionadas implica un costo adicional, razón por la que se privilegia a los clientes que demandan cantidades significativas de cada producto.

La imagen corresponde al Nitrato de Potasio, producto importado con el packaging final.

Nitrato de Potasio granulado y cristalizado, importado por la empresa Argentina Agrosuma (proveedor SQM-YARA)



Al reverso del empaque se puede apreciar una leyenda, dicho texto reproduce las dosis que deben emplearse y el modo de uso o aplicación, estas sugerencias son establecidas por SENASA como una forma de promover el buen uso del producto.

La siguiente imagen corresponde al Cloruro de Potasio, producto importado con el packaging de origen, su demanda no justifica la generación un costo extra, por tal motivo las especificaciones solicitadas por SENASA son aplicadas por parte de la empresa:

- Cloruro de Potasio cristalizado, importado por la empresa Argentina Agrosuma (proveedor VITRA)



# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2011 SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS

Principales Países de Origen	Cantidad (Miles Kg)*	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ESTADOS UNIDOS	5.326,74	24.301,91	32,11%
AUSTRALIA	2.246,53	11.006,048	14,54%
CHILE (3°)	1.965,60	6.161,58	8,14%
PARAGUAY	13.562,77	6.060,89	8,01%
Subtotal	23.101,66	47.530,45	62,79%
Total	29.658,65	75.696,78	100%

## 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (Miles Kg)*	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ESTADOS UNIDOS	7.251,35	21.288,96	32,8%
AUSTRALIA	2.320,99	9.219,34	14,2%
CHILE (3°)	1.887,94	5.000,76	7,7%
PARAGUAY	811,40	1.431,18	2,2%
Subtotal	12.271,69	36.940,25	56,9%
Total	151.322,81	64.944,85	100%

## 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (Miles Kg)*	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ESTADOS UNIDOS	5.501,24	19.463,16	37,5%
CHILE (2°)	2.440,42	6.422,51	12,4%
AUSTRALIA	730,55	4.322,34	8,32%
PARAGUAY	441,63	636,60	1,23%
Subtotal	9.113,86	30.844,63	59,4%
Total	14.480,05	51.936,29	100%

Fuente: mercosuronline.com

# V ■ ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2011 ABONOS MINERALES O FERTILIZANTES

Principales Países de Origen	Cantidad (Miles Kg)*	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
RUSIA	715.525,11	341.296,30	26,09%
ESTADOS UNIDOS	446.382,34	256.108,04	19,58%
CHINA	296.091,99	149.604,37	11,44%
MARRUECOS	161.225,00	99.951,43	7,64%
CHILE (9° monto U\$)	54.266,49	26.659,99	2,04%
Subtotal	1.673.490,95	873.620,14	66,79%
Total	2.768.504,99	1.308.059,63	100%

## 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *(Miles Kg.)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
RUSIA	677.639,40	236.835,86	28,71%
ESTADOS UNIDOS	253.984,97	102.832,56	12,46%
CHINA	208.366,09	77.268,99	9,37%
MARRUECOS	140.061,00	66.205,47	8,02%
CHILE (9° monto U\$)	53.348,68	23.4518,82	2,84%
Subtotal	1.333.400,15	506.561,72	61,4%
Total	2.446.318,26	825.000,91	100%

## 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ESTADOS UNIDOS	298.098,76	83.020,19	28,61%
RUSIA	217.734,84	27.787,26	19,92%
MARRUECOS	136.969,00	42.292,74	14,58%
BRASIL	63.797,18	22.703,84	7,82%
CHILE (6° monto U\$)	23.236,46	13.823,096	4,76%
Subtotal	739.836,25	189.627,13	75,69%
Total	1.044.617,04	290.169,44	100%

Fuente: mercosuronline.com

**\*ESTRUCTURA DEL MERCADO DE FERTILIZANTES EN ARGENTINA EN 2009**

2009 En Toneladas INFORME PUBLICO	CONSUMO DE FERTILIZANTES EN EL AGRO			
	FOSFATADOS	NITROGENADOS	OTROS	TOTAL
Stock Inicial	664.514	300.682	135.018	1.100.214
Importaciones	595.700	317.711	113.224	1.026.635
Producción Local	144.000	1.211.800	53.000	1.408.800
<b>Oferta al Mercado</b>	<b>1.404.214</b>	<b>1.830.193</b>	<b>301.242</b>	<b>3.535.649</b>
Exportaciones	19.390	472.354	5.013	496.757
Destino Industrial	6.000	129.605	33.000	168.605
Stock Final	238.864	55.640	42.991	337.495
<b>Consumo Agropecuario</b>	<b>1.139.960</b>	<b>1.172.594</b>	<b>220.238</b>	<b>2.532.792</b>

(1) Se consideró el agregado de agua del UAN fabricado localmente  
El mismo alcanza a 25.000 Tn.

## VI. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

La naturaleza disímil de los Insumos agrícolas obliga a agruparlos en **Abonos minerales y Semillas**, de modo de proporcionar un análisis más objetivo. Para el grupo de los Abonos o Fertilizantes la mayor parte de la producción chilena va orientada a los Fertilizantes de especialidad, tal es el caso del Nitrato de Potasio y del Muriato de Potasio (Cloruro de Potasio), estos productos son utilizados en el proceso productivo de los *frutihortícolas*.

Mientras que para el mercado de las Semillas y Frutos Oleaginosos, las exportaciones nacionales tienen mayor participación en las posiciones ‘Hortalizas para siembra, trébol forrajero y semilla de girasol’.

Los insumos agrícolas bajo estudio no presentan como amenaza de mercado un conjunto de productos sustitutos, dada la esencia del proceso productivo del mundo agrícola, esto implica que cada producto tiene una funcionalidad específica y satisface una necesidad particular. Las amenazas son representadas por potenciales competidores o actuales competidores que presenten mejoras en la calidad o precios más competitivos. En referencia a los fertilizantes, la industria experimenta una fase de maduración sostenida, dada la matriz productiva y las políticas tanto a la importación como a la producción interna es que no se aprecian grandes cambios en la relación **cliente - proveedor**, la estructura de la industria adquiere rasgos de impermeabilidad esto porque el alto conocimiento del proceso productivo y los grandes niveles inversión han generado altas barreras de ingreso, también se denotan entre grandes y pequeños productores evidentes economías de escala lo que neutraliza el intento de amenazar el posicionamiento o alguna parte del mercado (*market share*).

La demanda de estos productos está concentrada en los grandes importadores, los que captan la mayor parte del mercado (entre 80% y 90%), ellos actúan como comercializadores, es decir los insumos agrícolas ingresan al mercado argentino a través de empresas mayoristas las que luego venden a los comerciantes y productores más pequeños. Esto favorece la distribución y el alcance a sectores geográficos distantes.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

En la industria de los abonos o fertilizantes, los insumos ingresan al país como bien final, el producto interviene en el proceso de crecimiento de los frutos o semillas y forma parte de una batería de estimulantes del proceso productivo. En el caso del Nitrato de Potasio (cristalizado) y Cloruro de Potasio las aplicaciones toman forma exclusiva de riego por goteo, a diferencia de los productos granulados como el Nitrato de Potasio Granulado que es aplicado en riego por pivote. Según los volúmenes de importación, las empresas internan los productos con el packaging final (Marca propia y especificaciones de SENASA estampados en la presentación) ó con embalaje original el que modifican según las necesidades de especificación técnica ó imagen de marca.

### 1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

En general las empresas del sector agrícola han cimentado relaciones de largo plazo (entre proveedores, clientes y competidores) razón por la que las plataformas de internet no juegan un rol crucial, sin embargo sí son consideradas como herramientas que favorecen el flujo de información en la etapa previa a las negociaciones con nuevos asociados. Del punto de vista de las transacciones, internet no es considerado como un canal determinante, las comunicaciones se hacen mayoritariamente vía telefónica, esto por la confianza y las costumbres posicionadas a lo largo de los años.

**1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).**

Algunos importadores de fertilizantes de especialidad (industria en la que Chile es un actor relevante, exporta entre el 70% y el 80% del total) prefieren importar desde nuestro país porque implica un menor costo de envío y menos tiempo de demora en la recepción de los productos (ventaja comparativa), este último factor es decisivo ya que representa una fuerte barrera a terceros competidores y una oportunidad para los productores chilenos. En opinión de algunos importadores, los grandes exportadores chilenos incurren cada cierto tiempo en incumplimientos en la fecha de despacho de los productos, éste hecho no determina una diferencia que motive el cambio de proveedor, no obstante es mencionado como un aspecto que deseablemente debiera mejorar.

**1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.**

Las plantaciones agrícolas del sector *frutihortícola* tienen una marcada estacionalidad que inicia con la llegada de la primavera, es decir a partir de Septiembre, este período se prolonga hasta principios de cada año etapa en la que se comercializa más del 60% de la producción anual.

A esto se suma que todas las regiones demandan de manera casi simultánea el abastecimiento de fertilizantes, de modo que los proveedores pueden programar con antelación los niveles de stock necesarios para responder a los flujos venta.

**1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

El consumo de los fertilizantes de especialidad tanto en la aplicación del riego por goteo como por pivote (productos cristalizados y granulados, respectivamente) orientados a la producción de la industria *frutihortícola* abarca las regiones que rodean la '*pampa húmeda*', a saber;

- **Río Negro / Neuquén** : Pera, Manzana (de exportación)
- **Mendoza / San Juan / La Rioja / Catamarca**: Vid, Olivo y Hortalizas (principalmente en Mendoza y San Juan)
- **Tucumán / Salta / Jujuy** : Hortalizas, Cítricos, Tabaco (principalmente en Salta y Jujuy)
- **Corrientes** : Hortalizas
- **Concordia** : Hortalizas
- **La Plata / Mar del Plata** : Hortalizas

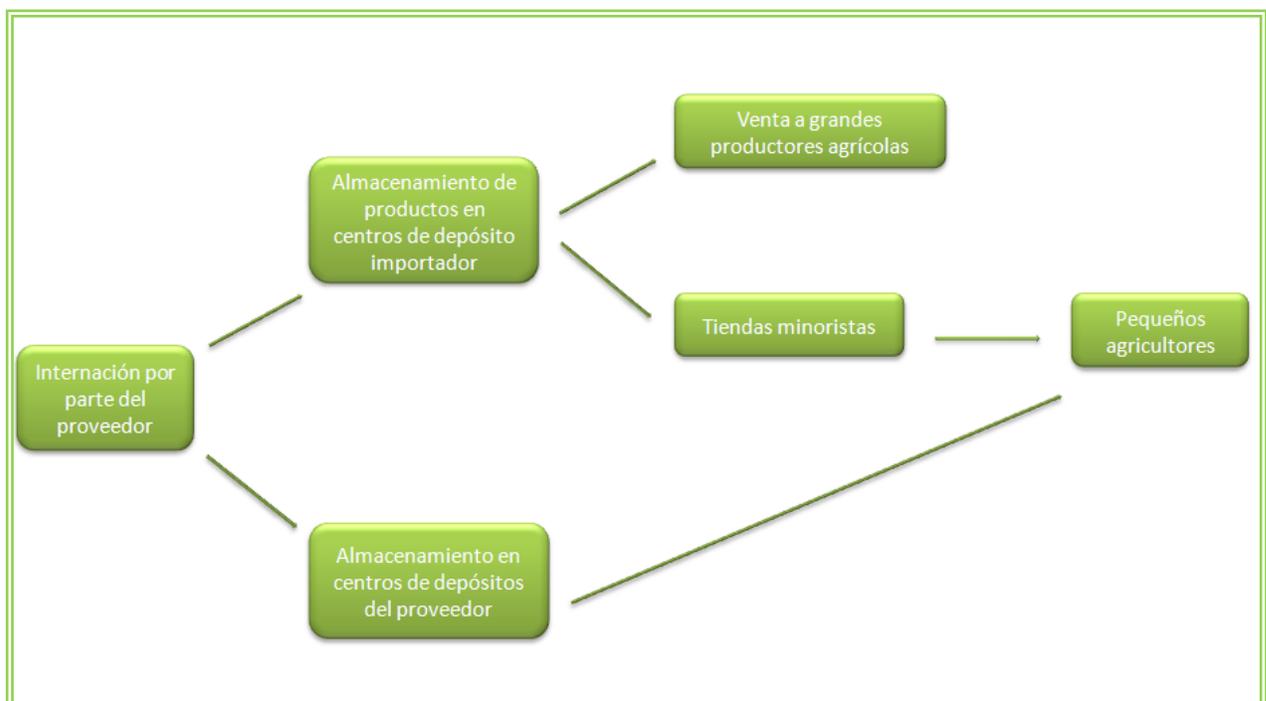
# VII. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Las empresas que importan la mayor cantidad de abonos y/o fertilizantes de especialidad, han instalado sus centros de distribución en las regiones que mantienen un flujo constante de productos, dada las consideraciones logísticas a partir de estos centros de distribución es posible llegar a sitios remotos vía terrestre.

La mercadería ingresa vía terrestre al territorio argentino, gestión a cargo del proveedor (empresa chilena) quien ubica la totalidad de la producción en sus centros de depósito (pues también participa del mercado como mayorista), el porcentaje pedido por el importador (empresa argentina) es enviado a los centros de depósito de la compañía local. Esta a su vez, distribuye a sus centros de almacenamiento repartidos estratégicamente en las regiones de mayor demanda.

Por razones de logística, la empresa local hace envíos de mercadería a los otros depósitos sólo por pedidos de empresas minoristas, ya que cuando se trata de grandes productores agrícolas (consumidor final que demanda altos volúmenes) el envío se hace directamente a las instalaciones de éstos.

- Cadena de Distribución de una empresa importadora de Fertilizantes



- Centro de depósito del proveedor (Empresa Agrosuma, ubicado en el partido de Esteban Echeverría que provee a la provincia de Buenos Aires y alrededores)



Al presentar los productos en centros de distribución propios y no en tiendas minoristas, los importadores no consideran el costo de “slotting fees”.

## VIII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

El precio de mercado de los fertilizantes de especialidad de origen potásico fluctúa entre US\$ 1.6 y US\$ 1.8 por Kg. En el mercado mayorista se estima un precio que varía en US\$ 1,600 y US\$ 1,800 por Tón.

## IX. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

En el rubro de los insumos agrícolas se emplean, por lo general, métodos de promoción en los que se prescinde en gran parte de las herramientas tecnológicas como el internet. La participación de ferias sectoriales, las revistas especializadas, la opinión de expertos, la promoción gubernamental, entre otros, son los medios más efectivos y más utilizados en la industria. El impacto de internet no ha generado cambios sustanciales en las demandas ni en la elección de proveedores, es decir no representa un factor diferenciador determinante, pero sí una fuente de información razonable.

## X. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Los fertilizantes son presentados en los siguientes formatos; bolsas de 1kg (Minoristas) sacos de 20 kg y 25 kg (minoristas y mayoristas), en cada formato se describe el contenido neto, el modo de uso y sus aplicaciones, además de las aprobaciones respectivas de SENASA.

- En las imágenes; Nitrato de potasio cristalizado, Cloruro de potasio y Nitrato de potasio granulado.



## XI. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

- Realizar misión comercial, principalmente en el rubro de semillas. En el caso de fertilizantes la línea de producción es conocida, especialmente por encontrarse en Argentina SQM.
- A fin de recuperar el mercado ocupado por EE.UU. hoy, en el caso del trébol, se sugiere trabajar sobre una marca sectorial de semillas, sería la forma de ganar mercado.
- Los fertilizantes importados desde Chile están destinados principalmente al sector frutihortícola, el que va en franco aumento por lo que consideramos aumento paulatino en estas importaciones.
- Participar en ferias del sector. La Cámara der Semillas de la Bolsa de Cereales vuelve a organizar este año la Convención Mundial de Semillas.
- La empresas argentinas contratan servicios de multiplicación de semillas en Chile.
- Revisar permanentemente el siguiente sitio: [www.fertilizar.org.ar](http://www.fertilizar.org.ar)

# XII. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- **EXPOAGRO ARGENTINA 2012**  
Expo Rural, Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria Internacional  
**FECHA:** 6 al 9 de Marzo, 2012  
**LUGAR:** Junín, Provincia de Buenos Aires  
<http://www.expoagro.com.ar>  
**info@expoagro.com.ar**  
**TEL:** +54 (11) 5128 9800/05
- **AGROACTIVA 2012**  
Agroactiva, Muestra agropecuaria más grande de Argentina  
**FECHA:** 6 al de Junio, 2012  
**LUGAR:** Ruta Nacional Nº 9, km 386. Cañada de Gómez, Santa Fé  
<http://www.agroactiva.com/>  
**agroactiva@agroactiva.com**  
**TEL:**+54 (02477) 424040
- **EXPOSICIÓN RURAL, LA RURAL 2012**  
Exposición Rural, Ganadería, Agricultura e Industria Internacional  
**FECHA:** 19 al 31 de Julio, 2012  
**LUGAR:** Av. Sarmiento 2704, Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
<http://www.exposicionrural.com.ar>  
**exposiciones@ruralarg.org.ar**  
**TEL:** +54 (11) 4777-5500
- **EXPOSICIÓN RURAL CÓRDOBA 2012**  
Exposición rural Córdoba, Agropecuaria, Industrial y Comercial  
**FECHA:** 24 al 26 de Agosto ,2012  
**LUGAR:** Predio Ferial de Malagueño, Córdoba  
<http://www.socruralcordoba.org>  
**info@socruralcordoba.org**  
**TEL:** +54 (0351) 422-4320
- **EXPOCAMPO 2012**

Expo Rural, Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria Internacional

**FECHA:** 12 al 15 De Abril, 2012

**LUGAR:** Autopista Rosario Córdoba, Km 628, Oncativo, Córdoba

<http://www.expocampo2012.com.ar/> mail: [sembrando@sembrado.com.ar](mailto:sembrando@sembrado.com.ar)

## XIII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria  
Av. Paseo Colon 367 - Cap. Fed. CP: C1063ACD  
Te: (0054-11) 4121-5000 o 0800-999-2386  
<http://www.senasa.gov.ar/indexhtml.php>
- Instituto Nacional de semillas  
AV. Venezuela 162 – Cap. Fed. CP: C1095AAD  
Te: 0800-36-4684  
<http://www.inase.gov.ar/>
- Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes  
Reconquista 661, 1° A 1003 – Cap. Fed  
Tel (54 11) 5779-4056 Fax (54 11) 5779-4059  
[contacto@casafe.org](mailto:contacto@casafe.org)  
<http://www.casafe.org/>
- Cámara de la Industria Argentina de Fertilizantes y Agroquímicos –  
Av. Rivadavia 1367 7ºB - Cap. Fed. CP: C1033AAD  
Tel: (54 11) 4381-2742/6418 4383-0942 Fax: 4383-1562  
<http://www.ciafa.org.ar/>  
<http://www.fertilizar.org.ar/2011/#>  
[info@fertilizar.org.ar](mailto:info@fertilizar.org.ar)