

---

# Estudio de Mercado Frutos Secos en Argentina

Abril 2012

---

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

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Mendoza  
– 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> .....	4
<b>1. Arancel General:</b> .....	4
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	4
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	4
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	4
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	5
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	5
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	5
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	9
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	12
<b>1. Estadísticas 2011</b> .....	12
<b>2. Estadísticas 2010</b> .....	12
<b>3. Estadísticas 2009</b> .....	12
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	15
<b>1. Potencial del producto</b> .....	15
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	17

<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....</b>	<b>17</b>
<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....</b>	<b>18</b>
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....</b>	<b>23</b>
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto. ....</b>	<b>23</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>24</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista .....</i>	<i>24</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>25</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>25</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>26</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>26</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>27</i>

## PRODUCTO:

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

0802.1210 Almendras enteras, sin cáscaras, frescas o secas

0802.3210 Nueces de nogal enteras, sin cáscaras, frescas o secas

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Almendras enteras, sin cáscaras, frescas o secas

Nueces de nogal enteras, sin cáscaras, frescas o secas

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

0802.1200 Almendras enteras, sin cáscaras, frescas o secas

0802.3200 Nueces de nogal enteras, sin cáscaras, frescas o secas

## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

10%, más 0,50% tasa de estadística

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):

Preferencia: 100% de Acuerdo al acuerdo ACE 35 lo que da un arancel del 0%

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

MIEMBROS MERCOSUR

### 4. OTROS IMPUESTOS:

- 21% IVA

- 10,5% ANTICIPO DE IVA

- 3% ANTICIPO DE GANANCIAS

Para mayor información ver página de la Administración Federal de Ingresos Públicos: [www.afip.gov.ar](http://www.afip.gov.ar)

## 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

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

Para la importación de vegetales, sus productos, subproductos y derivados (no alimentarios), principios activos y productos agroquímicos y biológicos, detallados en el Anexo I "B" de la Res. ANA Nº 453/96, el libramiento a plaza queda sujeto a la previa autorización emitida por el Instituto Argentino de Sanidad y Calidad Vegetal (IASCAV) y su intervención debe practicarse en el lugar de ingreso de las mercaderías al territorio aduanero.

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

Trámites a realizar para autorizar la importación de frutas y hortalizas:

Coordinación de Frutas, Hortalizas y Otros

#### Dónde se realiza:

Av. Paseo Colón 367, 3° piso frente - (1063) C.A. de Buenos Aires

Tel. (011) 4121-5293/5296

Fax (011) 4121-5299

e-mail: [frutyhor@senasa.gov.ar](mailto:frutyhor@senasa.gov.ar)

**Horario de atención:** Lunes a viernes de 9:00 a 17:30 hs.

#### Documentación requerida:

1. Nota solicitando autorización de Importación
2. Formulario Compromiso de Industrialización.

#### Quién puede efectuarlo:

El interesado (importador), representante o apoderado legalmente autorizado.

**Arancel:**

Según lo establecido por Resolución SAGPyA 137/2009.

**Duración:**

Tiempo máximo estimado 24 horas.

**Documentación que se otorga:**

Autorización de importación.

**Normas que reglamentan el trámite:**

Res. SAGPyA N° 209/00.

*Notas:*

Para consultar la ubicación de las Oficinas Locales, puede hacerlo desde:

<http://www.senasa.gov.ar/contenido.php?to=n&in=722&io=1184>

La normativa puede ser solicitada al Centro de Documentación e Información del SENASA.

Teléfono: 0800-999-2386, e-mail: [cdei@senasa.gov.ar](mailto:cdei@senasa.gov.ar)

**Declaración Jurada Anticipada de Importación - DJAI**

**1) Sub regímenes alcanzados:**

- ECA1 (Egreso a consumo hacia el Territorio Nacional Continental desde el Área Aduanera Especial de mercadería originaria del Área Aduanera Especial para consumo por el mismo productor.)
- ECA2 (Egreso a consumo hacia el Territorio Nacional Continental desde el Área Aduanera Especial de mercadería originaria del Área Aduanera Especial para consumo por un importador de distinto CUIT del productor.)
- ECA3 (Egreso a consumo hacia el Territorio Nacional Continental desde el Área Aduanera Especial de mercadería no originaria del Área Aduanera Especial.)
- IC01 (Importación para consumo de mercaderías que arriben sin documento de transporte, por la vía postal o por propios medios.)
- IC02 (Importación para consumo de mercaderías perecederas, sujetas al régimen de solicitud previa.)
- IC03 (Importación para consumo de mercaderías arribadas en forma fraccionada y destinadas a partir del arribo de la primera fracción.)
- IC04 (Importación para consumo de mercaderías destinadas después del arribo del medio de transporte con documento de transporte, con ingreso a depósito.)
- IC05 (Importación para consumo de mercaderías cuya destinación puede ser registrada con anterioridad al arribo)

del medio de transporte para su despacho directo a plaza.)

- IC06 (Importación para consumo de mercaderías previamente destinadas a depósito de almacenamiento)
- IC07 (Importación para consumo de mercaderías comprendidas en el régimen automotor cuya destinación puede ser registrada con anterioridad al arribo del medio de transporte para su despacho directo a plaza.)
- IC65
- IC75
- IG01 (Importación a consumo sin documento de transporte por empresas contempladas en el régimen de Aduanas Domiciliarias.)
- IG03 (Importación para consumo de mercaderías arribadas en forma fraccionada y destinadas a partir del arribo de la primera fracción por empresas contempladas en el régimen de Aduanas Domiciliarias)
- IG04 (Importación para consumo de mercaderías destinadas después del arribo del medio de transporte con ingreso a depósito realizada por empresas contempladas en el régimen de Aduanas Domiciliarias)
- IG05 (Importación para consumo para el régimen de Aduanas Domiciliarias cuya destinación puede ser registrada con anterioridad al arribo del medio transportador.)
- IG06 (Importación para consumo de mercaderías previamente destinadas a depósito de almacenamiento por empresas contempladas en el régimen de Aduanas Domiciliarias.)
- IG07 (Importación a consumo de mercaderías comprendidas en el régimen automotor, por empresas contempladas en el régimen de Aduanas Domiciliarias.)
- ZFE1 (Egreso de zona franca para consumo en el territorio aduanero.)

## 2) Excepciones al régimen:

- Destinación Suspensiva de Importación Temporal (Decreto 1001/82 – Decreto 1330/04).
- Las nacionalizaciones de aquellas mercaderías ingresadas en forma temporales amparados por el Dto. 1001/82 y Dto. 1330/04.
- Régimen de Reimportación de Mercadería Exportada para Consumo.
- Régimen de Muestras.
- Donaciones.
- Régimen de Importación para Compensar Envíos de Mercadería con Deficiencias.
- Régimen de Franquicias Diplomáticas.
- Régimen de Courier.
- Envíos Escalonados autorizados con anterioridad al 1º de febrero de 2012.
- Régimen de Planta Llave en Mano (AUTORIZADA).
- Régimen de Envíos Postales.
- Las Cartas de Crédito abiertas con anterioridad al 31 de enero de 2012, cuya mercadería fuese embarcada con posterioridad al 1º de febrero de 2012, se tramitaran mediante una ventaja especial y se les asignaran canal naranja de selectividad.
- Igual tratamiento recibirán aquellas mercaderías abonadas parcial o totalmente dentro de la fecha anteriormente mencionada.

### 3) Información general:

Los casos especiales serán tratados de manera urgente en carácter de excepción (Por ejemplo, entre otros, repuestos claves de producción, medicamentos, etc.).

A partir de efectuada la solicitud de la DJAI, la Administración Federal de Ingresos Públicos se expedirá dentro de las 48 y 72 hs. hábiles siguientes, efectuándole a las mismas únicamente un control sistémico. Asimismo, derivará la información vía electrónica al organismo adherido al momento que es la Secretaria de Comercio Interior para su intervención.

La intención de la AFIP es que las DJAI obtengan su dictamen en un término de no más de 10 días hábiles.

La DJAI podrá ser confeccionada por el Importador o por el Despachante de Aduana, ambos, a través del KIT del Sistema Informático Maria.

Datos a consignar en la Declaración Jurada Anticipada de Importación (DJAI):

CUIT de Importador.

Razón Social.

CUIT del Despachante de Aduana (Solo si interviene el mismo).

Divisa.

- Descripción de la Mercadería.
- Precio unitario.
- FOB total.
- Posición Arancelaria a nivel SIM.
- Unidad de Comercialización.
- Cantidad.
- País de Origen.
- País de Procedencia.
- Estado de la Mercadería.
- Incoterms.

Existirá una tolerancia de más/menos el 5% sobre del monto FOB.

La validez de la DJAI será de 180 días prorrogables.

Se puede aplicar en un mismo despacho de importación varias DJAI como así también sobre una misma DJAI se podrán registrar varios despachos.

Las DJAI no son transferibles. En el caso de existir una venta en Zona Primaria Aduanera como así también en una Zona Franca, el comprador deberá supeditar su DJAI a la de su vendedor con una nueva registración.



El estado de las DJAI se comunicara por E-Ventanilla y por MOA (Mis Operaciones Aduaneras).

Las DJAI cuya mercadería haya sido embarcada fuera de término será tratada de manera puntual por la Subdirección General de Control Aduanero.

Las mercaderías ingresadas en las Zonas Francas deberán tramitar DJAI si egresan (ZFE1) a posteriori del 31 de enero de 2012.

### 3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)



Se observan 2 formas de etiquetado, una a granel y la otra en envases plásticos transparentes





# IV ■ ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## ALMENDRAS

### 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Chile	10.128.432,50	96.95
EEUU	318.805,36	3.05
COLOMBIA	2.00	0.00
Subtotal		
Total	10.447.239,86	100

### 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Chile	7.797.981,30	77.84
EEUU	2.121.545,55	21.18
ESPAÑA	97.868,07	0.98
ALEMANIA	792.54	0.01
Subtotal		
Total	10.018.187,46	100

### 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Chile	3.837.566,09	98.58
EEUU	54.645,00	1.40
ALEMANIA	826.72	0.02
Subtotal		
Total	3.893.037,81	100

Fuente: MERCOSUR on line

NUECES

4. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Chile	3.042.006,61	100
Subtotal		
Total	3.042.006,61	100

5. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Chile	3.286.239,00	91.18
INDIA	163.579,00	4.54
EE UU	154.500,00	4.29
Subtotal		
Total	3.604.318,00	100

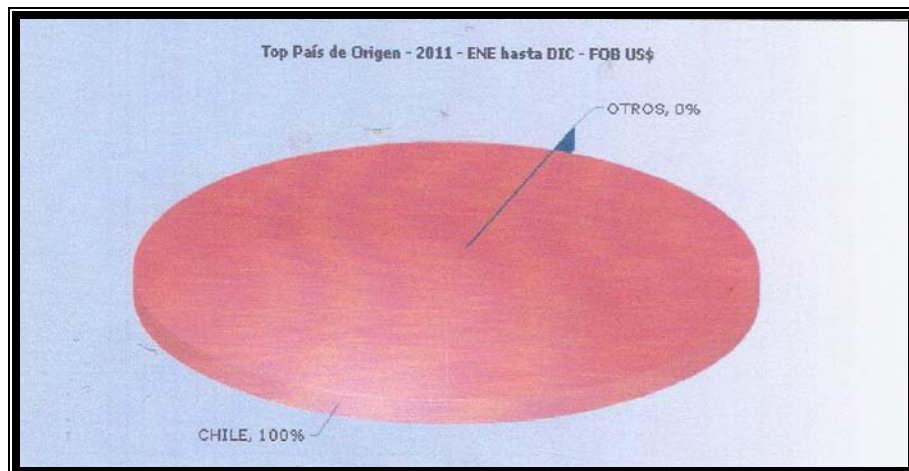
6. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Chile	1.364.554,50	90.67
INDIA	140.391,78	9.33
Subtotal		
Total	1.504.946,28	100

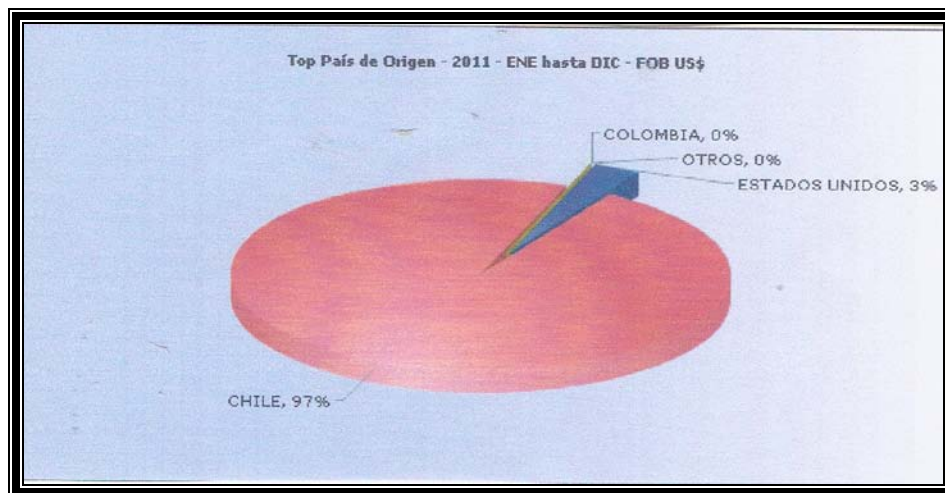
Fuente: Mercosur on line

Análisis

## Importación de Nueces Año 2011



## Importación de Almendras Año 2011



# V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

### Producción nacional (ALMENDRAS)

Argentina, con una producción que ronda las 1200 toneladas, carece de relevancia en el contexto mundial. Hasta principios de la década de los 90, en el país había cerca de 2100 ha de almendros en producción ubicados principalmente en Mendoza (1430 ha) y San Juan (550 ha). También había plantaciones en Córdoba, Río Negro y San Luis.

La principal variedad plantada es la Martinelli L, que se caracteriza por ser muy productiva pero con una gran proporción de pepita doble y coloraciones cobrizas del endocarpio, ambos caracteres considerados "defectos" comerciales. Otra variedad muy difundida es Nonpareil. La producción nacional se ve habitualmente afectada por las heladas tardías de primavera, con lo cual la oferta no es estable a lo largo de los años.

Con la aplicación de la ley de diferimientos impositivos, la superficie plantada se incrementaría entre 1.000 y 1200 hectáreas más. Algunas de estas nuevas plantaciones ya comenzaron a producir. Los nuevos centros de producción se encuentran en La Rioja, San Juan y Catamarca. El rendimiento promedio anual oscila en los 500-800 kg/ha para las plantaciones tradicionales, en tanto que para las nuevas se esperan rindes del orden de los 2000 kg/ha, en ambos casos expresadas como almendra pelada (pepita). De concretarse las nuevas plantaciones, Argentina produciría cerca de 3200 toneladas de pepita de almendra. Si bien duplicaría su producción, seguiría careciendo de importancia a nivel mundial.

Argentina importa entre el 70 y el 80% de su consumo de almendras. El 90% del producto importado corresponde a almendra pelada en pepita entera, el 10% restante es almendra con cáscara que ingresa al país en el período navideño.

El principal origen del producto importado es Chile (90%),

Las variedades más cultivadas **en Mendoza** son Nonparell (28%), Martinelli C (17,4%) Martinelli (5,4%), Emilito INTA (3,2%), y otras más con menores porcentajes. En San Juan un área de importancia en la producción de almendro se encuentra en la explotación Valle de la Luna S.A., ocupando ésta el 75% de la superficie total implantada con almendros de esta provincia.

### Subproductos

- Elaboración de turrone.
- Peladillas.
- Garrapiñadas.
- Dulces en confitería.
- Almendras saladas.
- Chocolates de almendras.

- Jarabes de almendras.
- Horchatas.
- Aceite de almendras. (Para perfumería)
- Elaboración de jabones, aceites, cremas (de tocador) etc.
- Leche de almendra

Argentina genera el 1% de la producción mundial. Mendoza es la primera productora, le siguen San Juan y San Luis. Se comenzó a plantar en la década del 70. Según el censo frutícola de 1992, Mendoza posee 1900 Has., concentradas en la zonas de Maipú (61%), San Martín (9,6%), Guaymayén (7,7%), Junín (7,3%), Rivadavia (5,8%), Luján de Cuyo (5,5%), Las Heras (1%), Santa Rosa (0,8%) y otros (1,3%).

Las variedades más cultivadas en Mendoza son Nonparell (28%), Martinelli C (17,4%) Martinelli (5,4%), Emilito INTA (3,2%), y otras más con menores porcentajes. En San Juan un área de importancia en la producción de almendro se encuentra en la explotación Valle de la Luna S.A., ocupando ésta el 75% de la superficie total implantada con almendros de esta provincia.

## Mercado y comercialización

### Tipificación

Clasificación (Decreto Ley 9244163)

#### Según la dureza de la cáscara:

- a) Almendra cáscara dura: Solo puede romperse con elementos mecánicos. Rendimiento del descascarado: 15 al 30 %.
- b) Almendra cáscara semidura: Puede romperse con mucha dificultad sin ayuda de elementos mecánicos. Rendimiento 30 al 40 %.
- c) Almendra cáscara blanda: Puede ser abierta con las manos haciendo presión. Rendimiento 40 al 55 %.
- d) De papel: Muy fácilmente abierta con leve presión de los dedos. Rendimiento 55 al 65 %.

Según el tipo de almendra o semilla, se dividen en comunes y doradas (tipo Non Pareil).

Se considera defectos la presencia de semillas o almendras dobles, pues estas presentan invariablemente deformaciones, también lo es la cutícula o piel pubescente con pliegues o prominencias. La presencia de goma o manchas es indeseable.

## PRODUCCION NACIONAL (NUECES)

Las áreas tradicionales de producción se localizan en las provincias de Mendoza, Catamarca y La Rioja. También se produce en Río Negro y Neuquén, y, con la aplicación de la ley de diferimientos impositivos, se agregó la provincia de San Juan.



El nogal criollo se caracteriza por su fruto de pequeño o mediano tamaño y coloración de pulpa ámbar a ámbar oscuro, con una baja relación pulpa cáscara, siendo ésta última dura y de difícil pelado.

En la actualidad gran proporción de la producción nacional carece de estandarización, siendo su calidad variable, y la misma abastece parcialmente la demanda del mercado interno. Casi el 80 % de esta producción proviene de las provincias de Catamarca, La Rioja y Mendoza.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

#### **ALMENDRAS**

Se consumen frescas, tostadas, con o sin cáscara, molidas y picadas. Los argentinos consumen grandes cantidades de almendras debido a que saben que los beneficios para la salud son múltiples, aparte de reducir el colesterol, desempeñan un papel integral en la salud cardíaca y mejoran la salud intestinal.

Se consume en licores, postres o como acompañantes de aperitivos. El consumo aparente ronda las 2.700 toneladas, de las cuales entre el 50 y 60% corresponde a producto importado.

El consumo en forma directa se incrementa en la época navideña y corresponde a almendra con cáscara, preferentemente de las variedades de cáscara blanda.

La oferta de productos en el mercado interno es muy restringida si se la compara con la de los demás países consumidores: sólo se encuentra almendra con cáscara y pepitas. El producto procesado, principalmente como cubeteado, ocupa un muy pequeño porcentaje y se elabora especialmente, a pedido, para "vista" en pastelería.

#### **NUECES:**

Es otro fruto seco muy consumido en este país. Lo mismo que las almendras se consumen en licores, postres o como acompañantes de aperitivos. En los últimos años, en las góndolas de los supermercados y en las casas especializadas, comenzaron a aparecer productos más diferenciados: aceite de almendras para consumo alimenticio, pastas de almendras naturales y preparaciones diversas con miel.

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

Ventas por internet a través de plataformas virtuales de supermercados, entre los que podemos mencionar:

[www.leshop.com.ar](http://www.leshop.com.ar),

[www.discovirtual.com.ar](http://www.discovirtual.com.ar)

[www.cotodigital.com.ar](http://www.cotodigital.com.ar)

[www.jumbocasa.com.ar](http://www.jumbocasa.com.ar)

[www.walmartonline.com.ar](http://www.walmartonline.com.ar)

Por otra parte, las tecnologías de la información se aplican para la promoción del producto, ya que a través de Internet se transmite información sobre los beneficios y aportes nutricionales de las almendras y nueces

En el caso de Mendoza, es por excelencia una de las zonas de mayor producción de almendras y nueces. Se debe importar preferentemente desde Chile, para abastecer el mercado interno, ya que con la producción local no alcanza y en casos de caídas de granizo que afecta a la cosecha local

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

<p><b>LODISER</b></p> <p>Roni Fridman</p> <p>E-mail: <a href="mailto:ronifrid@lodiser.com.ar">ronifrid@lodiser.com.ar</a></p> <p>(54 11) 45559000</p>
<p><b>PUTRUELE HERMANOS</b></p> <p>Juan Pablo Vanzini</p> <p>Comercio Exterior</p> <p>E-mail: <a href="mailto:juan@conosurargentina.com">juan@conosurargentina.com</a></p> <p>(54 11) 3327 44 2319</p>
<p><b>ALLU MAPU</b></p> <p>Carlos Omar Poh</p> <p>E-mail: <a href="mailto:omar@allumapu.com.ar">omar@allumapu.com.ar</a></p> <p>(54-11)-4264-8066</p>
<p><b>ARCOR- Bagley</b></p> <p>Email: <a href="mailto:megaray@arcor.com">megaray@arcor.com</a></p> <p>Carlos Campoli</p> <p>Email: <a href="mailto:ccampoli@arcor.com">ccampoli@arcor.com</a></p> <p>(54 -11) 4310-9000</p>

**Bavosi S.A.**

Matías Bavosi, Presidente BAVOSI S.A.

Alsina 418/20 (1702)

Ciudadela - Bs. As. - Argentina

Tel: (5411) 4653-5911 (rot.) - Fax: (5411)

4657-9253

E-mail: mbavosi@bavosi.com.ar

<http://www.bavosi.com.ar>

**Chocolates Lacasa**

Gastón Pereyra

gpereyra@lacasa.es

(54-11)4733-0201

<http://www.lacasainternacional.com/>

**Jumbo/ Cencosud**

Juan Aranguren

Responsable compras frutas y hortalizas

(54 9 11) 3581 2789

**GEORGALOS HERMANOS S.A.I.C.A.**

Luis Cabaleiro, Gerente de abastecimiento

E-mail: luis.cabaleiro@gergalos.com.ar/

(54 – 11 4709-8900)

web: <http://www.georgalos.com.ar/>

**Gustavo N. San Pedro**

Rochdale 1190

1279 - C.A. de Buenos Aires

Argentina

Telefax (54-11) 4302-3984

Telefono (54-11) 4303-6004

Mòvil (54-9-11) 4414-1647

**Gran Diet**

Sebastian Rossi

Gerente Comercial

Compras@grandiet.com

**Engelmann y Compañía**

Guillermo Engelmann

(54 11) 47866789

Ciudad de la paz 1965, 9° D

<http://www.engelmann-cia.com/>

Ernesto Alejandro Ghergo

Av. Juana Manso 1161 - # 2º -205

C1107CBW Puerto Madero - Buenos Aires -

Argentina

Tel/Fax: (54 11) 5775-0148

Cel Phone: (54 911) 5410-3113

Skype: ghergoar

email: ghergo@ghergo.net

**Villares**

Hernan Villares, Gerente

hvillares@alimentosvillares.com.ar

José Ballivián 2280 Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
Teléfonos: +54 – 11 4514-8510

Email: villares@sinectis.com.ar;  
newgarden@arnet.com.ar

**Wal-Mart**

Diego A. Vallejos , Responsable de compras

E-mail: [Diego.Vallejos@wal-mart.com](mailto:Diego.Vallejos@wal-mart.com)

<http://www.walmart.com.ar>

**Nogal Dorado**

Ruben Martinez (propietario)

E-mail: [nogaldorado@arnet.com.ar](mailto:nogaldorado@arnet.com.ar)

(54 02317)-432693

**JUAN A. CIBERT S.A**

Brokers de especias, hierbas, cacao, frutos secos, y otros productos alimenticios

Boucharde 644. Piso 3°A- (1106) - Capital Federal

Tel: 5032-2987/2988/2989 Fax: 4312-1412

e-mail: [jacsac@ibert.com.ar](mailto:jacsac@ibert.com.ar)

**TRADING ARGENTINA**

tradar@tradar.com.ar

Contacto: Gabriel Spacuti

E-mail [gabriel@tradar.com.ar](mailto:gabriel@tradar.com.ar)

(5411)4661-6533

**Carrefour**

**(54 11) 40030204**

Ricardo Calderon, Gerente Comercial Frutas y Verduras

E-mail: ricardo\_huber@carrefour.com

Emilce Abelaira , Jefe de compras Frutas y Verduras

E-mail: emilce\_abelaira@carrefour.com

Según la opinión de estos importadores que se visitaron, la producción de almendras y nueces en Argentina no es suficiente, ni la calidad es buena, para poder cumplir con una demanda que cada vez es mayor, sobretodo de los productos de origen chileno, debido a la necesidad de consumir productos sanos. Han quedado muy satisfechos con la calidad del producto recibido, como asimismo por el cumplimiento de las fechas programadas de embarque.

Reconocen la calidad del producto chileno y privilegian la uniformidad del producto. Existe una amplia demanda del producto en todas sus presentaciones (cuartos, tostados, quebrados), tantos para nueces, como para almendras. Todos los importadores mostraron interés en aumentar su cartera de proveedores, nos han solicitado listados de productores y exportadores de estos productos.

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

El producto se consume todo el año, pero la temporada de mayor demanda es en los meses de octubre, noviembre, debido a que las panificadoras lo requieren para la fabricación de panes de Navidad, de gran consumo para la fiestas de fin de año, y las fábricas de caramelos para la fabricación de turrone, chocolates y para fraccionarlas en bolsas de 100 y 200 gramos, que son consumidas durante las fiestas de fin de año

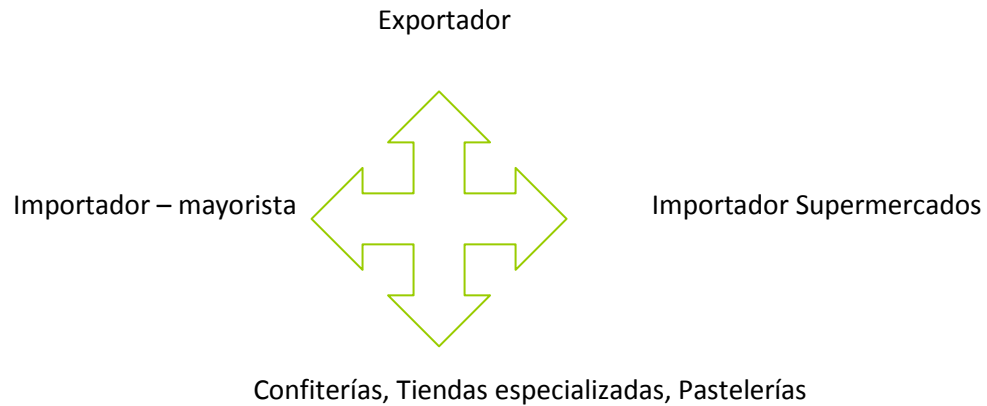
**1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

Las principales zonas de consumo son: Buenos Aires, Córdoba, y Santa Fe

<b>Población por Región</b>	
<b>Región</b>	<b>Número de habitantes</b>
Buenos Aires	15.315.842 millones de habitantes
Región Centro	7.838.379 millones de habitantes
Región del Norte Grande Argentino	8.033.104 millones de habitantes
Región del Nuevo Cuyo	3.292.854 millones de habitantes
Región Patagónica	2.069.259 millones de habitantes

**FUENTE:** INDEC (Proyecciones provinciales de población por sexo y grupos de edad 2001-2015)

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN



## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

### Buenos Aires Almendras:

Mayoristas US\$ 4,5 a US\$ 5,5

Minoristas almendras US\$ 8,10 a US\$11,0

### Buenos Aires Nueces

Mayoristas : US\$ 6,38 a US\$ 7,5

Minoristas: US\$ 11,5 a US\$ 15,0



**Mendoza**

Minorista

Almendras con cáscara por kilo US\$ 9.38.-

Nueces con cáscara por kilo US\$ 15.40.-

Almendras sin cáscara por kilo US\$ 22.01.-

Nueces sin cáscara por kilo US\$ 33.75.-

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

Presencia en ferias, misiones comerciales indicando los atributos y beneficios de los frutos secos

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Las nueces se venden a granel o fraccionadas. En Mendoza, se vende en la finca, generalmente de acuerdo a la modalidad “al barrer”, sin previa clasificación, luego de la recolección y el secado. Esta es la forma de venta más común entre los pequeños y medianos productores quienes proveen a los acopiadores que procesan el producto y lo distribuyen en los grandes centros consumidores o realizan exportaciones. También se vende en paquetes de diversos contenidos.

La nuez pelada se comercializa en envases de entre 50 y 500 gramos, y al peso en la venta directa minorista y en grandes superficies de distribución. También se ofrecen en el mercado presentaciones envasadas bajo atmósfera controlada.

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Argentina tiene una producción incipiente de almendras y nueces que no cubre en cantidad y calidad los requerimientos de su industria. El producto chileno tiene una presencia consolidada y dominante en el mercado argentino, básicamente para la industria de chocolate y confites. Concentrar la estrategia de penetración comercial directamente en la demanda industrial, además del sector importador tradicional.

El producto chileno está consolidado en este mercado, la cantidad exportada es insuficiente para el gran consumo argentino. Hay una gran cantidad de importadores que requieren permanentemente a esta Oficina nuevos proveedores

Se reconoce la calidad del producto chileno y privilegian la uniformidad del producto. Existe una amplia demanda del producto en todas sus presentaciones, cuartos, tostados, quebrados. Tanto para nueces, como para almendras.

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

VI ALIMENTARIA MERCOSUR 2012 – ORGANIZA REED  
EXHIBITIONS ALIMENTARIA EXHIBITIONS Y LA RURAL, TEL. (005411) 4343-7020  
MAIL; alimentaria@larural.com.ar , [www.alimentariaexpo.com.ar](http://www.alimentariaexpo.com.ar)

EXPO INTINERANTE DE LA FRUTA FRESCA EN ARGENTINA . PROFRUTAL, 2012  
A CONFIRMAR FECHA, ORGANIZA XP MARKETING , TEL. (005411) 4964-5054 /5380  
MAIL: Info@profrutal.com.ar , [www.profrutal.com.ar](http://www.profrutal.com.ar)

126° EXPOSICION DE GANADERIA, AGRICULTURA E INDUSTRIA INTERNACIONAL  
2012, ORGANIZA LA RURAL, TEL. (005411) 4777-5500  
Mail : exposicionrural@larural.com.ar , [www.exposicionrural.com.ar](http://www.exposicionrural.com.ar)

11° SALON DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL MERCOSUR-SIAL 2012,  
ORGANIZA EXPOSIUM AMERICA LATINA , TEL. (005411) 5787-0257  
[www.exposium.com.ar](http://www.exposium.com.ar)

SIAL MERCOSUR 2012 – BUENOS AIRES – COSTA SALGUERO ([www.sialmercosur.com.ar](http://www.sialmercosur.com.ar))  
ORGANIZA: [www.exposium.com](http://www.exposium.com)

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

Sitios de interés:

[www.senasa.gov.ar](http://www.senasa.gov.ar)

[www.iscamen.com.ar](http://www.iscamen.com.ar)

[www.alimentosargentinos.gov.ar](http://www.alimentosargentinos.gov.ar)

[www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar)

[www.economia.mendoza.gov.ar](http://www.economia.mendoza.gov.ar)

[www.sagpya.gov.ar](http://www.sagpya.gov.ar)

[www.idr.org.ar](http://www.idr.org.ar)

Documento Elaborado por: MARISOL GARAÑIZ Z. E-MAIL: [mgaraniz@prochile.gob.cl](mailto:mgaraniz@prochile.gob.cl)