

# PMP

# Estudio de Mercado Productos del Mar en Argentina ( Salmón y Mejillones)

2014

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Buenos Aires y Mendoza . Argentina - ProChile

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



## TABLA DE CONTENIDO

<b>II. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>4</b>
1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado. ....	4
2. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado. / Recomendaciones de la Oficina.....	4
3. Análisis FODA .....	6
<b>III. Acceso al mercado</b> .....	<b>7</b>
1. Código SACH y Código Sistema armonizado local en el país destino .....	7
2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores. ....	8
3. Otros impuestos y barreras no arancelarias. ....	8
4. Regulaciones y normativas de importación ( <i>links a fuentes</i> ) .....	8
5. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país ( <i>links a fuentes e imágenes</i> ). ....	9
6. Certificaciones.Legislación y requerimientos locales. ....	9
<b>IV. Potencial del Mercado</b> .....	<b>10</b>
1. Producción local y consumo .....	10
2. Importaciones ( <i>valor, volumen y precios promedio</i> ) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado. ....	10
<b>V. Canales de Distribución y Actores del Mercado</b> .....	<b>14</b>
1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	14
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados. ....	15
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s). ....	16
4. Estrategia comercial de precio.....	16
5. Política comercial de proveedores.....	16
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail. ....	16
<b>VI. Consumidor/ Comprador</b> .....	<b>17</b>
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas. ....	17
<b>VII. Benchmarking (Competidores)</b> .....	<b>17</b>
1. ( <i>locales e importadas</i> ). ....	17
2. Atributos de diferenciación de productos en el mercado .....	19
3. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado .....	19
<b>VIII. Fuentes de información relevantes (<i>links</i>)</b> . ....	<b>20</b>
<b>IX. ANEXOS</b> .....	<b>21</b>

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.*

## II. RESUMEN EJECUTIVO

### 1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

En el caso del mercado argentino, Chile presenta grandes oportunidades de exportar productos como salmón y mejillones dado que no existe producción local. Si bien el salmón es un producto consolidado en este mercado, es importante seguir incrementando su presencia y estar alerta con la competencia.

El amplio desarrollo gastronómico en Argentina, que se ve reflejado en la creciente apertura de restaurantes con especialización en productos de mar, ha producido una expansión de la demanda. Influyó también en dicho incremento, la amplia difusión de programas televisivos especializados en gastronomía gourmet.

Por otra parte, el Gobierno argentino está promoviendo el consumo de productos de mar por sus cualidades nutricionales lo que ha redundado en un crecimiento del consumo per cápita de 7 a 9 kg entre 2012 y 2013, de acuerdo a informaciones oficiales argentinas (MINAGRI).

Prácticamente, la totalidad de las importaciones de salmón realizadas en Argentina está en manos de 10 empresas: Armadora San Jorge, Agraria Rupay, Berardi SA, Agrocomercial del Carmen, Mardi SA, La boutique del Mar, Congelados Articos, Fresco Pez, Frío Sur y Caspian Argentina.

La facturación total de salmón en el año 2013 alcanzó la suma de US\$ 44.325.805, correspondiendo principalmente a fresco 87,59%, congelado 10,62%, ahumado 1,23% y conservas 0,56%.

En Mendoza, una sola empresa importa directamente desde Chile y lo comercializa en: supermercados VEA, JUMBO, DISCO, en los mercados pesqueros, tiendas especializadas, restaurantes y pescaderías de barrios. La provincia de Mendoza se abastece de dicho producto con distribución que viene de Buenos Aires.

### 2. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado. / Recomendaciones de la Oficina

El salmón chileno es un producto consolidado en Argentina y reconocido por su calidad. Existe una coyuntura en estos momentos que ha reducido el ingreso de algunas posiciones. (Ver cuadros en la páginas 14).

Se recomienda lo siguiente :

- Realizar alianzas con escuelas de gastronomía locales para promover diversas recetas de salmón, por ejemplo capacitar a nuevos chefs en diversas formas de preparar salmón.

- Sumar a la cartera de clientes (distribuidores), Industrias procesadoras de productos de mar, que utilicen al producto importado como insumo para el agregado de valor. Esto agilizará la aprobación de las Declaraciones Juradas Anticipadas de Importación (DJAI), impuestas por Argentina.
- Se recomienda realizar acciones de promoción en forma conjunta con los importadores, de modo de reforzar las relaciones y contactos a efectos de potenciar las exportaciones de salmón y mejillones de origen chileno, y conocer con mayor profundidad los potenciales e impedimentos para aumentar las importaciones provenientes de Chile.
- Diseñar una estrategia promocional en revistas y sitios gourmet sobre la calidad del salmón chileno y mejillones.
- Estas estrategias de promoción deben mantenerse el largo plazo, ya que se requiere que sea sostenible para confirmar y desplazar a otros competidores.
- Programar un calendario de festivales gastronómicos con los gobiernos regionales ( a veces poco focalizados en productos relevantes a promover ) para incluir los productos chilenos de mayor interés en los mismos. Por ejemplo, asociarlos con turismo. Concón presenta en Mendoza todos los años la corvina mas larga del mundo y realiza una degustación. Se podría extender a salmón chileno y mejillones.

### 3. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategia comercial en el mercado</li> <li>Estrategia ante competidores</li> <li>Adaptación del producto a necesidades del mercado.</li> <li>Posicionamiento frente a competidores</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Alta calidad</li> <li>Seguridad sanitaria</li> <li>Seriedad comercial</li> <li>Facilitación acceso a nuevos mercados y tecnologías.</li> <li>Cercanía geográfica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alto precio del producto importado ( especialmente, salmón ), lo que hace que sea consumido solamente por un segmento de alto poder adquisitivo.</li> </ul>
Factores Externos	<b>Oportunidades</b> Crecimiento de consumo de sushi en Argentina. Aumento de consumo de productos de mar, de 7 a 9 kg entre 2012 y 2013. Inexistente o infima producción de salmón en Argentina.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efectuar acciones de marketing para lograr mayor presencia en el mercado.</li> <li>Sumar valor agregado al producto, ampliando la cartera de clientes.</li> <li>Difusión en medios especializados .</li> <li>Lograr alianzas para difundir concretamente las cualidades nutricionales del slmon chileno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuevas estrategias de marketing orientadas a aumentar los segmentos de consumo.</li> </ul>
	<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de sustitución de importaciones</li> <li>Competidores</li> <li>Restricciones cambiarias</li> <li>Restricciones envío de remesas al exterior</li> <li>Porgramas de incentivo a producción local</li> <li>DJAI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Frente a las amenazas de políticas y medidas restrictivas comerciales, la Oficina Comercial realiza gestiones ante las autoridades para agilizar el comercio.</li> </ul>	Las amenazas surgen de las políticas, normativas y medidas administrativas aplicadas en el mercado de destino y no están relacionadas con el producto.

# III. Acceso al mercado

## 1. Código SACH y Código Sistema armonizado local en el país destino

SACH	NCM	DESCRIPCION
0302.13.	0302.13.00.00 00.G	Salmones del Pacífico (Oncorhynchus nerka, Oncorhynchus gorbuscha, Oncorhynchus keta, Oncorhynchus tshawytscha, Oncorhynchus kisutch, Oncorhynchus masou y Oncorhynchus rhodurus), enteros, frescos o refrigerados, refrigerados.
0302.14	0302.14.00	Salmones del Atlántico (Salmo salar) y salmones del Danubio (Hucho hucho), enteros, frescos o refrigerados
0302.13.	0302.19.00 000D	Los demás salmones del Pacífico (Oncorhynchus gorbuscha, Oncorhynchus keta, Oncorhynchus tshawytscha, Oncorhynchus kisutch, Oncorhynchus masou y Oncorhynchus rhodurus), descabezados
0303.11.	0303.11 00 000B	Salmones rojos
0303.12.	0303 12 00 000N	Los demás salmones del Pacífico
0303.13	0303 13 00	Salmones del Atlántico (Salmo salar) y salmones del Danubio (Hucho hucho) congelados
0304.41	0304 4100000M	Los demás salmones del Pacífico; Salmones del Atlántico y salmones del Danubio; filetes frescos refrigerados o congelados
0304.81 0304.90	0304 8100 000U	Filetes y demás carne de pescado, frescos refrigerados o congelados, salmones del Pacífico; Salmones del Atlántico y salmones del Danubio
0305.41	030541 000 F	Salmon ahumado, salmones del Pacífico; Salmones del Atlántico y salmones del Danubio
0307.3	0307 3	Mejillones, vivos frescos, refrigerados,

		congeladas, salados o en salmuera.
1605.90.70	1605.53.00.00	Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados. Mejillones o choritos

## 2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

**ARANCEL GENERAL** : 10%, más 0,50% tasa de estadística

**ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO** : Preferencia: 100% de acuerdo a ACE 35 lo que da un arancel del 0%

**OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS**: PAISES MIEMBROS MERCOSUR

## 3. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

**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)

## 4. Regulaciones y normativas de importación (*links a fuentes*)

### Del exportador:

Las plantas procesadoras deben estar autorizadas por SERNAPESCA y por SENASA para exportar a este mercado, de acuerdo a lo exigido por la Dirección de Inocuidad de Productos de Origen Animal del SENASA. Más información en [www.sernapesca.cl](http://www.sernapesca.cl); <http://www.senasa.gov.ar> Chile y Argentina cuentan con un protocolo sanitario para el ingreso de productos de mar y han acordado un certificado sanitario.

### Del importador:

El importador deberá estar registrado ante el servicio sanitario (SENASA) , como importador y deberá presentar una monografía de proceso del producto, de una plata chilena, habilitada por SENASA para exportar hacia este mercado. Los trámites se deben efectuar en la Dirección de Tráfico Internacional - Coordinación de Importación de Productos Av. Paseo Colón 417 PB - (1063) C.A.B.A. - TE: 011-4121-5483 / 5488 – Fax: 011-4121-5286. También pueden bajarse de la página de Internet, en la siguiente dirección: <http://www.senasa.gov.ar/contenido.php?to=n&in=797&io=2731>



Todos los importadores argentinos deben realizar una Declaración Juranda Anticipada de Importación (DJAI) ante la Administración Federal de Ingresos Públicos) para autorizar la importación del 100% de los productos que deseen importar. Mas información en <http://www.afip.gob.ar/djai/>

Luego de la autorización de la DJAI, se debe realizar la solicitud de importación en el servicio sanitario SENASA, mas información en [http://www.senasa.gov.ar/prensa/Home/guia\\_tramites/solicitud\\_de\\_importacion\\_de\\_productos\\_sub\\_productos\\_y\\_o\\_derivados\\_de\\_origen\\_animal.htm](http://www.senasa.gov.ar/prensa/Home/guia_tramites/solicitud_de_importacion_de_productos_sub_productos_y_o_derivados_de_origen_animal.htm)

#### **Del Producto:**

Los productos deben estar rotulados, de acuerdo a lo establecido por la Res Conjunta SPR y RS y SAGP y A Nro.149/05 y 683/05.**Referencias:** Res.ANA N°2012/93 y sus modificaciones: Res ANA N° 895/1994. Res ANA N° 519/96. Res. ANA N° 2609/97. Res ANA N°191/11 -Res. SENASA N° 19/02 - Decreto N° 815/99; Inst. Gral. DGA N° 95/99.

Todo producto de origen animal, debe cumplir con lo establecido en la Res. SENASA 492/01 y su modificación Res SENASA N° 816/02. Res Conjunta SPR y RS y SAGP y A Nro. 149/05 y 683/05

Fuentes:

- 1- [www.infoleg.gov.ar](http://www.infoleg.gov.ar)
- 2- [www.senasa.gov.ar](http://www.senasa.gov.ar)
- 3- [www.sernapesca.cl](http://www.sernapesca.cl)

## **5. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (*links a fuentes e imágenes*).**

La entidad sanitaria en Argentina que regula el etiquetado de productos del mar en Argentina es SENASA, se deja este link para mayor información <http://www.senasa.gov.ar>

## **6. Certificaciones.Legislación y requerimientos locales.**

### **SENASA**

Dirección: Paseo Colón 478 / Av. Huergo 1001 - (1063) C.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Tel: (54-11) 4121-5000 ó 0800-999-2386/4362-1177/4513/4514 Int.169

Horario de atención: lunes a viernes de 9:00 a 17:30 hs.[www.senasa.gov.ar](http://www.senasa.gov.ar)

### **INAL**

Dirección: Avenida de Mayo 869 (C1084AAD)/ Estados Unidos 25

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Tel: (54-11) 4340-0800 ó 5252-8200 Avenida

Horario de Atención: lunes a viernes de 10:00 a 13:00 hrs. y de 14:00 a 15:00 hrs

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

# IV. Potencial del Mercado

## 1. Producción local y consumo

El consumo de productos de la pesca (y la acuicultura) por habitante en la Argentina es actualmente 9.7 kilos, cifra presentada en los primeros 8 meses el año 2013, con un incremento del 42.3%.

La producción local es distinta a la oferta de productos de mar de Chile. La producción de salmón y mejillones en Argentina es muy baja, la que está muy lejos de abastecer la demanda.

Luego del estudio, podemos notar que las expectativas del mercado de productos del mar de Chile se van a mantener. Si se realizaran acciones de difusión, se podría aumentar el consumo.

Distribuidores y pescaderías son el termómetro de las ventas al consumidor por lo que se podría realizar acciones de promoción conjunta, para aumentar el consumo de la oferta chilena.

## 2. Importaciones (*valor, volumen y precios promedio*) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.

### A. SALMON ENTERO, FILETES, FRESCO Y CONGELADO

Importaciones argentinas por posición, en valor y en volumen

Posiciones	2012		2013		2014		2014 uS\$/Tn
	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg	
<b>Argentina Importaciones</b>							
03.02.14.00.100.Z --pescado fresco o refrigerado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04.--- salmónidos, excepto los hígados, huevas y lechas:----salmones del atlántico (salmo salar) y salmones del danubio (hucho hucho)-----salmones del atlántico (salmo salar)	17.535.199	3.759.997	31.079.146	4.967.984	26.318.250	4.273.997	6.158
03.04.41.00.000.M --filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados.---filetes de los demás pescados, frescos o refrigerados:---- salmones del pacífico (oncorhynchus nerka, oncorhynchus gorbuscha, oncorhynchus keta, oncorhynchus tshawytscha, oncorhynchus kisutch, oncorhynchus masou y oncorhynchus rhodurus), salmones del atlántico (salmo salar) y salmones del danubio (hucho hucho)	4.643.822	719.851	8.211.979	1.021.652	10.106.805	1.160.246	8.711

03.04.81.00.000.U --filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados.---filetes congelados de los demás pescados:--- salmones del pacífico (oncorhynchus nerka, oncorhynchus gorbusha, oncorhynchus keta, oncorhynchus tschawyscha, oncorhynchus kisutch, oncorhynchus masou y oncorhynchus rhodurus), salmones del atlántico (salmo salar) y salmones del danubio (hucho hucho)	1.670.294	268.260	3.887.870	544.402	3.069.868	362.269	8.474
03.03.13.00.900.Z --pescado congelado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04.---salmónidos, excepto los hígados, huevas y lechas:--- salmones del atlántico (salmo salar) y salmones del danubio (hucho hucho)----- los demás	646.392	175.248	292.262	58.528	264.593	43.357	6.103
03.03.12.00.000.N --pescado congelado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04.---salmónidos, excepto los hígados, huevas y lechas:--- los demás salmones del pacífico (oncorhynchus gorbusha, oncorhynchus keta, oncorhynchus tschawyscha, oncorhynchus kisutch, oncorhynchus masou y oncorhynchus rhodurus)	271.481	68.949	304.570	77.000			
Subtotal	24.767.189	4.992.305	43.775.828	6.669.567	39.759.516	5.839.868	
Total	24.767.189	4.992.305	43.775.828	6.669.567	39.759.516	5.839.868	

FUENTE: NOSIS

#### Importaciones Argentinas por país de origen, en valor y en volumen:

Países de origen	2012		2013		2014 (a Octubre)	
	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg
Chile	24.767.189	4.992.305	43.775.828	6.669.567	39.759.516	5.839.868
Subtotal	24.767.189	4.992.305	43.775.828	6.669.567	39.759.516	5.839.868
Total	24.767.189	4.992.305	43.775.828	6.669.567	39.759.516	5.839.868

Fuente: NOSIS

- Durante los últimos años, el único proveedor de salmón entero y filetes, fresco y congelado de Argentina ha sido Chile.
- En el año 2011, no se observan importaciones de las posiciones consideradas en este análisis.
- En el 2013, aumentaron las importaciones un 33,5% en volumen y 76% en valor, respecto del año 2012. Este último, se debió al aumento internacional del precio del salmón.
- A octubre de 2014, Argentina importó desde Chile 5.840 toneladas de salmón, representando US\$ 39.759.516. Esto significó un aumento de 8% en volumen y 14% en valor.

## B. SALMON AHUMADO

Importaciones Argentinas por posición, en valor y en volumen:

Posiciones	2011		2012		2013		2014 (a Octubre)	
	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg
03.05.41.00.000.F - Salmon ahumado, incluidos los filetes	659.741	40.078	601.011	38.253	549.977	35.505	516.537	22.583
Subtotal	659.741	40.078	601.011	38.253	549.977	35.505	516.537	22.583
Total	659.741	40.078	601.011	38.253	549.977	35.505	516.537	22.583

FUENTE: NOSIS

Importaciones Argentinas por país de origen, en valor y en volumen:

Países de origen	2011		2012		2013		2014 (a Octubre)	
	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg
Chile	642.281	39.588	601.011	38.253	549.977	35.505	516.537	22.583
Reino Unido	17.460	490						
Subtotal	659.741	40.078	601.011	38.253	549.977	35.505	516.537	22.583
Total	659.741	40.078	601.011	38.253	549.977	35.505	516.537	22.583

FUENTE: NOSIS

A partir del año 2012, Chile es el único proveedor de salmón ahumado de Argentina. En el 2013, disminuyeron las importaciones en 8,5% en valor y 7,2 en volumen y, a octubre de 2014, las importaciones de este producto no han disminuido en valor pero si en un 32,6 % en volumen. Esto último, debido al aumento de los volúmenes importados de salmón entero para proceso interno.

## C. MEJILLONES – CHORITOS

Importaciones Argentinas por posición, en valor y en volumen:

Posiciones	2011		2012		2013		2014		2014 uS\$/Tn
	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg	
16.05.53.00.900.W --crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados.---moluscos:----mejillones-----los demás			2.580.451	1.133.665	2.614.109	1.013.441	2.554.981	951.707	2.685
16.05.53.00.190.G --crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados.---moluscos:----mejillones-----en envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 1 kg (r. 420/99			310.282	57.013	569.519	108.523	141.008	22.486	6.271

meyo sp)-----los demás									
16.05.53.00.110.F --crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados.---moluscos:----mejillones-----en envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 1 kg (r. 420/99 meyo sp)-----congelados			91.317	41.009	201.300	57.881	19.582	7.992	2.450
03.07.31.00.000.D --moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; moluscos, incluso pelados, ahumados, incluso cocidos antes o durante el ahumado; harina, polvo y «pellets» de moluscos, aptos para la alimentación humana.--mejillones (mytilus spp., perna spp.):----vivos, frescos o refrigerados	1.054	576							
Subtotal	1.054	576	2.982.049	1.231.687	3.384.929	1.179.846	2.715.570	982.185	
Total	1.054	576	2.982.049	1.231.687	3.384.929	1.179.846	2.715.570	982.185	

Fuente: NOSIS

#### IMPORTACIONES ARGENTINAS POR EN VALOR Y EN VOLUMEN

Países de origen	2011		2012		2013		2014 (a Octubre)	
	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg
Chile	1.054	576	2.951.148	1.228.278	3.373.071	1.178.552	2.691.258	979.763
España			30.901	3.409	11.857	1.294	24.312	2.422
Subtotal	1.054	576	2.982.049	1.231.687	3.384.929	1.179.846	2.715.570	982.185
Total	1.054	576	2.982.049	1.231.687	3.384.929	1.179.846	2.715.570	982.185

Fuente: NOSIS

A partir del año 2011, a Argentina ha dejado de importar mejillones frescos.

Chile es el principal proveedor de mejillones preparados o en conserva, representando un 99,7% del mercado de importación.

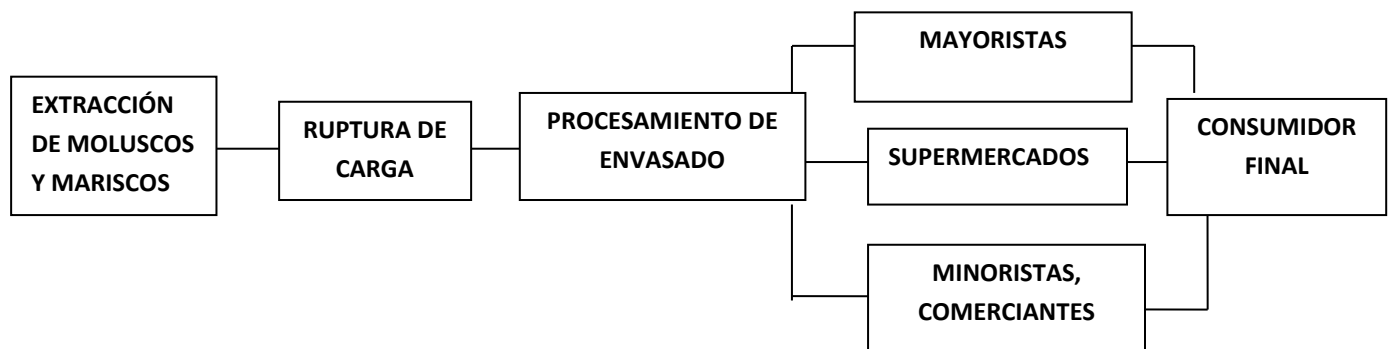
Durante el año 2013, disminuyeron las importaciones de mejillones en un 4,2% en volumen y aumentaron un 13,5% en valor.

Durante los primeros diez meses del 2014 se han importado 982 toneladas de mejillones, por un valor de 2.700 millones de dólares, manteniéndose lo importado en igual período de 2013.

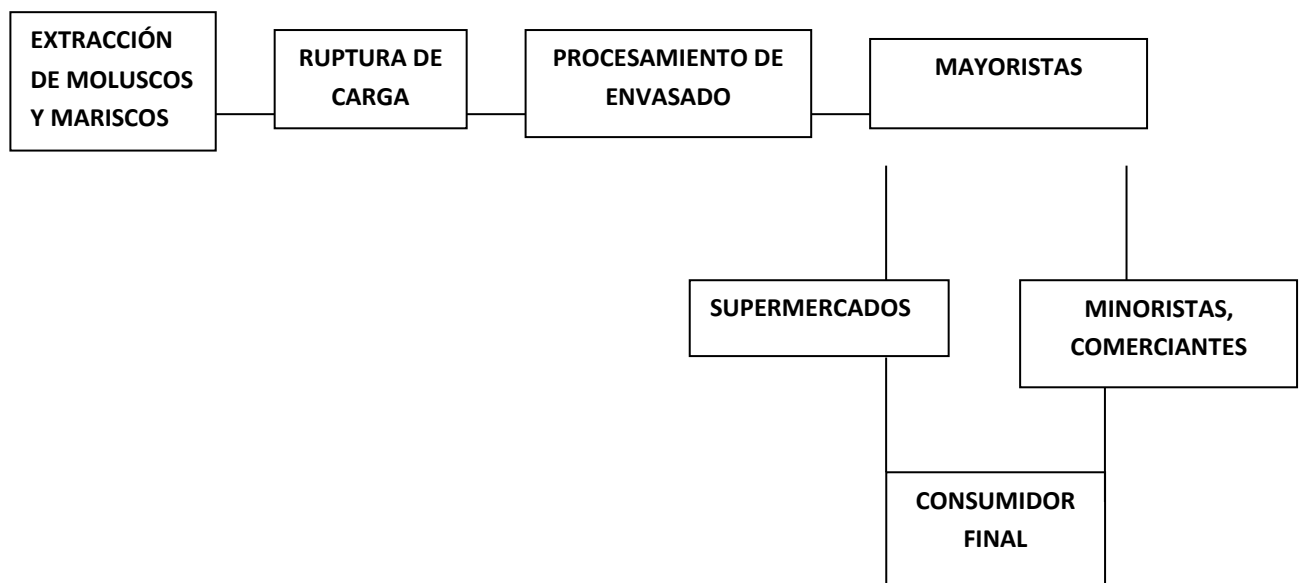
# V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

## 1. Identificación de los principales actores en cada canal

El canal de distribución para los productos congelados y/o procesados en sus distintas formas de presentación, se puede graficar de la siguiente manera:



Asimismo, es posible que directamente en esta cadena de distribución, se comercialice y distribuya sólo a los mayoristas y que sean estos quienes finalmente los distribuyan a los comerciantes y/o minoristas y supermercados, los que serán los encargados de hacerlos llegar al consumidor final. Para dicho caso, el esquema de distribución y comercialización es el siguiente :



En Argentina, los productores con distribución nivel nacional o provincial venden sus productos a pescaderías, mayoristas, y también directamente a restaurants y hoteles.

El medio de transporte utilizado para la distribución de los productos varía desde el camión con capacidad de aproximadamente 4 y 23 toneladas hasta el transporte aéreo, pese al alto costo que significa utilizarlo. Los vehículos para el traslado de los productos deben estar habilitados, registrados e inspeccionados por el SENASA, los que deben tener categoría "A" y contar con: caja, contenedor o cisterna y aislamiento térmico. Además, deben encontrarse en buenas condiciones de higiene y desodorizados.

Todo equipo de transporte con equipo de frío, debe estar provisto de un sistema de lectura de la temperatura interior, que sea perfectamente visible desde fuera de la caja de carga. Los envíos de moluscos bivalvos vivos se transportan y distribuyen mediante vehículos o contenedores que mantengan el producto a una temperatura entre cuatro y siete grados centígrados. El personal afectado a las tareas de carga y descarga de productos de origen animal debe tener un certificado médico donde conste que no padece enfermedades infecto-contagiosas, el que debe ser extendido por la autoridad oficial que determine el Servicio Nacional De Sanidad Animal (SENASA) con una validez máxima de un año.

Los mayoristas más importantes del Gran Buenos Aires son: Pescadería San Antonio, Regente, Mardi, Itapesca, Feromar, A. Mellino. Además, en el MCBA, quedan 7 mayoristas que proveen a pescaderías y restaurantes. Algunas pescaderías importantes tienen también una actividad de distribución mayorista, las cuales se encuentran en Capital Federal o en los partidos de Buenos Aires donde proveen los comercios al por menor que están a su alcance.

Como se ha señalado anteriormente, en Argentina, prácticamente la totalidad de las importaciones de salmon en esta en manos de 10 empresas: Armadora San Jorge, Agraria Rpupay, Berardi SA, Agrocomercial del Carmen, Mardi SA, La boutique del Mar, Congelados Articos, Fresco Pez, Frío Sur, Caspian Argentina. Dichas empresas importadoras, se encargan de distribuir el producto a supermercados y restaurantes.

## 2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



Fuente: Elaboración propia ProChile

### 3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).

Es muy importante la presentación del producto. Se sabe que vienen congelados, frescos, enlatados, entre otros. Por lo cual según llegan y se presentan al consumidor es como se posicionan. Luego de haber observado distintos supermercados, se ve que en el caso de los enlatados de encuentran muy a la vista en los mejores lugares de las repisas de los productos. En el caso de los productos frescos, se tienen en una vitrina con un lugar asignado y preferencial, donde se puede apreciar el producto en su totalidad lo que provoca que los consumidores se sientan tentados por comprarlos.

### 4. Estrategia comercial de precio.

La estrategia claramente está basada en contar un precios competitivos. En algunos productos son más altos porque se tiene la certeza de que la calidad es el factor que mas importa. Por otro lado, están los salmones que no existen en Argentina. Hay alguna producción en el sur pero muy poco desarrollado. En consecuencia, Chile es el proveedor natural y mas competitivo. Importar desde Noruega no es muy viable por distancia y costo del transporte. Además, por las mejores condiciones de acceso por la desgravación arancelaria del Acuerdo Chile- Mercosur y de evitar o atenuar las restricciones no arancelarias que aplica Argentina.

### 5. Política comercial de proveedores.

Consultados importadores locales, les interesa trabajar con exportadores chilenos por su seriedad y calidad de los productos. Por lo que se observa, hay mas interés de importadores locales en importar que de exportadores chilenos en vender al mercado argentino.

### 6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.

Existen tres formas de comercializar productos de mar en Argentina, respetando la marca del producto importado, con marcas de los importadores, que fraccionan o agregan valor y con marcas propias de los supermercados.

Los retails que comercializan productos de mar con marca propia, importan a granel, fraccionan la marcadería y venden los productos en sus establecimientos a precios mas convenientes o acuerdan con el proveedor extranjero el envasado con la marca propia.

1. **Supermercado COTO:** comercializa productos de mar sin marca, indican como el origen Chile y también productos con marca de exportadores chilenos, como es el caso del salmon ahumado.
2. **Supermercado Jumbo:** comercializa productos de pescadería con marca propia, indicando el origen, respetando las marcas de los exportadores chilenos y con marcas de proveedores locales como Regente y Superbe (Armadora San Jorge)
3. **Walmart y Carrefour:** Actualmente, comercializan mejillones en conserva de una marca chilena y salmón y mariscos con marca propia. Proveedores locales importan estos productos y los fraccionan para estos supermercados.



# VI. Consumidor/ Comprador

## 1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

- El consumo per cápita argentino de productos pesqueros, se incremento un 42.3% en los primeros 8 meses del 2013, con respecto al año anterior. Hoy cada argentino consume por año 9.7 kilos.
- Con el aumento del consumo de sushi en Argentina se observa una perspectiva de crecimiento sostenido de la demanda de productos del mar
- Los moluscos y mariscos se consumen en general fresco y/o congelado o en conserva o al natural, en el caso del salmon con alguna guarnición que lo acompañe, o en ceviche
- El convenio firmado para fomentar el consumo de pescados y mariscos por el Gobierno argentino también ha incidido en el consumo de pescado y mariscos.
- En el caso de los importadores mayoristas, los productos frescos se presentan en bolsas de polietileno, sellados al vacío y puestos en cajas.
- En el caso de los importadores minoristas, puntualmente en el caso del salmón es vendido en trozos o entero y la venta se realiza por kilo.

# VII. Benchmarking (Competidores)

## 1. (locales e importadas).

<b>Principales Importadores</b>	<b>Países de los cuales se importa</b>
Armadora San Jorge	Chile (salmón, pulpo), Ecuador (Langostinos)
Agraria Rupay S.A	Chile (salmón) Chile (mejillones) España (pulpo)
Berardi S.A	Chile (salmón, mejillones), España( mejillones, pulpo, sardinas), Ecuador (langostinos)
Agro Comercial del Carmen	Chile (salmón)
Mardi SA	Chile (salmón)
La Boutique del Mar S.A	Chile (salmón)
Congelados Artico	Chile (salmón)
Fresco Pez	Chile (salmón) Chile (mejillones)

Frío Sur S.A	Chile (salmón)
Wallmart Argentina	Chile (salmón), España (sardinas)
Coto Centro Int.	España (mejillones en conserva)
Regente	Chile (salmón), España (pulpo)
El Golfo Argentina SA	Chile (salmón)
Patagonian Fishing group	Chile (salmón)

Fuente: NOSIS

Al preguntar a los importadores su opinión sobre los productos del mar chilenos, todos se mostraron bastante conformes. Lo principalmente destacado es la calidad y el precio del producto, razón por la cual eligen el producto.

## MENDOZA

Se realizaron en el transcurso del estudio del presente estudio, reuniones y visitas a importadores y supermercados en donde se observó lo siguiente:

En reuniones sostenidas con gerentes de compras de supermercados y de empresas importadoras el común denominador es el interés por encontrar:

a. Una buena cadena de aprovisionamiento

Que exista por parte del exportador cumplimiento en seriedad y puntualidad del producto

b. Una buena calidad del producto y un buen precio

A esto se refirieron los importadores básicamente en buena presentación del producto y un precio competitivo. Han observado los productos chilenos y conocen su calidad y su situación sanitaria.

IMPORTADORES	COMENTARIOS DEL ENTREVISTADO
Altamar	Ingresan salmón congelado y mejillones desde Buenos Aires.
Transportes Mar Cantábrico	Es el único importador directo en Mendoza de pescado (Salmón) desde Chile, distribuye a VEA DISCO, JUMBO, MERCADO CENTRAL Y TIENDAS ESPECIALIZADAS Y RESTAURANTES EN LA VENTA DE PRODUCTOS DEL MAR. Cubren toda la región de Cuyo, en estos momentos esta cerrando con JUMBO el ingreso de pescado fresco desde Chile. Quiere incrementar sus importaciones pero la coyuntura argentina no se lo esta permitiendo.

## CORDOBA

MAYORISTA DISTRIBUIDOR LOCAL	SUPERMERCADOS Y PESCADERIAS
Distribuidora FAZZIO, cuenta con más de 60 años en el mercado y es prácticamente el único distribuidor mayorista en Córdoba y alrededores. Tuvo permiso de SENASA para importación. No lo renovó.	No importan directamente, traen el producto de Buenos Aires. Las pescaderías como se conocen en Buenos Aires son muy pocas en Córdoba, compran al principal mayorista que es FAZZIO.

## 2. Atributos de diferenciación de productos en el mercado

Se observa desde el análisis de este estudio de mercado, un esfuerzo en destacar las características saludables que da consumir estos productos y sus formas de consumo. El objetivo es captar la atención del consumidor ejemplo de esto, góndolas solamente para este tipo de productos, Chef que muestran la forma de cocinarlos. Vitriñas reservadas para exhibir de mejor forma los productos, descripción de su origen en el caso de los productos enlatados y principalmente el factor de diferenciación es la calidad.

## 3. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado

### PRECIOS MINORISTAS

	SUPERMERCADOS WALMART	SUPERMERCADOS VEA – DISCO - JUMBO	SUPERMERCADOS CARREFOUR	TIENDAS ESPECIALIZADAS / MERCADO CENTRAL
<b>Salmón congelado</b> En kilogramos y se utiliza como envase al vacío	US\$ 22.50	US\$ 22.80	US\$ 20.5	US\$ 19.50
<b>Lata de mejillones 190 gs</b>	US\$ 6-	US\$ 6.50	US\$ 5.50	US\$ 5.50

## VIII. Fuentes de información relevantes (*links*).

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

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

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

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

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

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

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

[www.minagri.gob.ar/site/index.php](http://www.minagri.gob.ar/site/index.php)

<http://www.aqua.cl/2014/03/11/pese-alza-en-costos-de-produccion-prochile-estima-que-exportacion-de-salmonidos-aumentara/>

# IX. ANEXOS

## ANEXO

### CONTENIDO FORMULARIO CERTIFICADO SANITARIO PRODUCTOS DE MAR CHILE-ARGENTINA

-ARGENTINA

N°..... ..

Certificado único relativo a los productos, subproductos y/o derivados, de la pesca y/o acuicultura destinados exclusivamente a CONSUMO HUMANO, que se comercializan entre la REPUBLICA ARGENTINA, REPUBLICA FEDERATIVA DEL BRASIL, REPUBLICA DE CHILE Y REPUBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY.

Relativo a los productos, subproductos y/o derivados de la pesca/acuicultura, originarios de ..... para ser exportados a: .....

Nombre de la Autoridad Sanitaria Oficial Competente que Certifica:.... ..

....

ProChile | Información Comercial

Estudio de Mercado de Salmón para el Mercado Argentino – Año 2011

Página22

I.- IDENTIFICACION DE LOS PRODUCTOS, SUBPRODUCTOS Y/O DERIVADOS:

Descripción del producto de la pesca / acuicultura 1:

Temperatura de expedición ° C (si corresponde): .....

II.-ORIGEN DE LOS PRODUCTOS, SUBPRODUCTOS Y/O DERIVADOS:

Dirección (es), nombre(s) y número(s) de autorización oficial del (de los) establecimiento(s) o buque(s) factoría autorizado(s) para elaboración y depósito por

III.- DESTINO DE LOS PRODUCTOS, SUBPRODUCTOS Y/O DERIVADOS:

Los productos, subproductos y/o derivados se envían:

de .....

(país y lugar de procedencia)

a:.....

(país y lugar de destino)

País/es de tránsito (si corresponde):.....

ProChile | Información Comercial

Estudio de Mercado de Salmón para el Mercado Argentino – Año 2011

Página23

Por medio de transporte siguiente 3:.....

Contenedor y / o vagón (identificación y N°): .....

Precinto (identificación): .....

Nombre y dirección del exportador: .....

Nombre y dirección del lugar de destino: .....

IV.- CERTIFICADO SANITARIO:

El Inspector Veterinario Oficial certifica que los productos, subproductos y/o derivados antes mencionados:

1. Han sido capturados y manipulados a bordo de los buques, conforme a las normas higiénico-sanitarias establecidas en el país exportador.-

2. Han sido desembarcados, manipulados y, en su caso, embalados, preparados, transformados, congelados, almacenados y transportados de forma higiénico-sanitaria en establecimientos oficialmente habilitados por la Autoridad Sanitaria competente, respetando los criterios organolépticos, parasitológicos, químicos, virológicos

o microbiológicos del país exportador y en condiciones al menos equivalentes a las Normas y Códigos de prácticas del Codex Alimentarius.-

3. Los moluscos bivalvos y gasterópodos han sido cosechados de áreas sometidas a control sanitario oficial para la detección de biotoxinas marinas, de acuerdo a los patrones reconocidos internacionalmente.-

4. Son aptos para el consumo humano.-

5.Observaciones:.....

Hecho en .....a .....

(lugar) (fecha)

ProChile | Información Comercial

Estudio de Mercado de Salmón para el Mercado Argentino – Año 2011

Página24

Sello del Organismo Oficial .....

Firma y Sello del Veterinario

Oficial

1 Tachar lo que no corresponda.-

2 Vivos, refrigerados, congelados, salados, ahumados, en conservas, etc.-

3 Identificarlo y además si es vapor el nombre, si es avión nombre de la compañía y el N° de vuelo, si es camión nombre del transporte y número de patente, y si es ferrocarril nombre de la empresa.-