

PMP

Estudio de Mercado Salmón en Argentina

AGOSTO 2017

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Buenos Aires- ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. TABLA DE CONTENIDO

II. RESUMEN EJECUTIVO3

1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino. 3

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado. 4

3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado. 5

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial. 6

5. Análisis FODA 7

III. Acceso al Mercado8

1. Aranceles de internación para producto chileno y competidores. 8

2. Otros impuestos y barreras no arancelarias. 8

3. Regulaciones y normativas de importación (links a fuentes) 8

4. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país 10

5. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales. 11

IV. Potencial del Mercado 11

1. Producción local y consumo 11

2. Importaciones 12

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado 14

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). 15

VI. Consumidor/ Comprador 16

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas. 16

VII. Benchmarking (Competidores) 16

1. Principales marcas en el mercado 16

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado..... 17

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. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.

Código SACH	Código NCM	Glosa
0302.13.10	0302.13 00 000 G	Salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), enteros, frescos o refrigerados
0302.14.10	0302.14.00	Salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), enteros, frescos o refrigerados
0303.12.10	0303.12.00.000 N	Los demás salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), enteros, congelados
0303.12.20	0303.12.00.000 N	Los demás salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), descabezados y eviscerados ("HG"), congelados
0303.13.10	0303.13.00	Salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), enteros, congelados
0303.13.20	0303.13.00	Salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), descabezados y eviscerados ("HG"), congelados
0304.41.20	0304.41.00.000 M	Filetes de salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), frescos o refrigerados
0304.81.10	0304.81.00.000 U	Filetes de salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), congelados
0304.81.20	0304.81.00.000 U	Filetes de salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), congelados
0304.99.44	0304.99.00 999/03.04.99.00.919.A	Las demás carnes de salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), congeladas
0305.41.60	0305.41.00.000 F	Filetes de salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), ahumados
0305.41.90	0305.41.00.000 F	Los demás salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio

1604.11.10	1604.11 00	Preparaciones o conservas de salmón ahumado, entero o en trozos, excepto picado
1604.11.90	1604.11 00	Los demás salmones preparados o conservados, enteros o en trozos, excepto picados

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

El mercado argentino tiene aproximadamente 43 millones de habitantes, de los cuales se estima que cerca de un 97% es de origen europeo (principalmente español e italiano). Este es un dato importante a la hora de entender sus preferencias de consumo, que en muchos ámbitos se aproximan más a Europa, que a los de los otros países latinoamericanos.

Si bien se destaca por tener una amplia variedad gastronómica, con aportes europeos y reciente desarrollo de la cocina asiática y gourmet, el plato por excelencia sigue siendo el asado. En efecto, se comen cerca de 120 kg. anuales per cápita de carne.

Según datos de los gremios vinculados a cada sector, durante 2015 el consumo de carne bovina fue de 59,54 kilogramos por habitante por año; en tanto el de carne de pollo se ubicó en 45,8 kilogramos por habitante; el de cerdo aumentó a 11,5 kilos por habitante y el de pescado se ubicó en 8,3 kilogramos. Durante el mismo año, el consumo de pescado por habitante por año fue de 7.1 kilogramos, sufriendo un descenso de 14,5% respecto del año anterior.

El consumo de pescado aún se encuentra en niveles muy bajos si se lo compara con otras proteínas, inferior a la ingesta recomendada de aproximadamente 26 kilogramos por habitante al año.

Algunos especialistas atribuyen el bajo consumo de pescado en Argentina al hecho de que no forma parte de la tradición gastronómica del país; su precio es mayor comparado con otros productos cárnicos de origen animal, como la carne vacuna o aviar; su menor capacidad de saciar respecto de otras proteínas. A lo anterior se suma que en el último año tuvo una amplia difusión en los medios de comunicación locales, el cuestionamiento realizado por algunos chefs de reconocido prestigio respecto al consumo de pescado, especialmente salmón, por los procesos productivos utilizados.

Respecto del salmón, en los últimos años Chile ha liderado el mercado argentino, siendo desde el 2012 a la fecha el único proveedor de salmón fresco y congelado. Para las exportaciones chilenas, Argentina representa 1,6% del total exportado en valor, teniendo un gran potencial de crecimiento en este mercado. Si bien la demanda de producto es alta en este mercado, tiene que competir con Estados Unidos y Japón y el creciente potencial del mercado brasileño, que ha ofrecido mejores precios para el producto chileno.

A partir de las restricciones a la importación que implementó Argentina desde el año 2010 (Declaración Jurada Anticipada de Importación - DJAI), donde el gobierno flexibilizaba las importaciones de insumos para la industria, los importadores locales aumentaron las compras de salmón entero refrigerado para industrializar, disminuyendo las de filetes y productos procesados. Es así como hoy el salmón chileno se encuentra en los supermercados de zonas con alto poder adquisitivo, procesados en subproductos como rebozados, ahumado, hamburguesas, entre muchos otros, con las marcas argentinas de los cuatro principales importadores.

En la actualidad la demanda de Salmón en Argentina está creciendo considerablemente. Importadores locales estiman que está por un 20% arriba de la oferta existente, lo que presenta una escasez de producto. Esto es a causa del aumento del valor del salmón. Por ejemplo, en febrero de 2016 compraban el kilo de salmón a US\$ 4 y hoy no lo consiguen a menos de US\$ 8. Eso se explica porque los proveedores en Chile tienen las producciones vendidas. Sin embargo, estiman que a partir del segundo semestre de este año la situación se verá normalizada y los precios se estabilizarán en valores razonables, lo que colocará a Argentina en un lugar más potente para negociar.

El desarrollo de la gastronomía internacional en Argentina en los últimos años, de la mano de la cocina peruana y la asiática —que abarca la cocina china, japonesa, india y tailandesa— que, a pesar de que todas poseen su propia marca, comparten un ingrediente común: el pescado en sus distintas variedades y presentaciones. Esto ha aumentado la demanda de salmón especialmente.

Asimismo, el mercado argentino no se comporta distinto a las tendencias de los mercados mundiales, que demuestran una creciente diversificación en el consumo de proteínas cárnicas, con una disminución porcentual del consumo de carne vacuna, dada una menor oferta y aumento en los precios de los distintos cortes. Esto ha traído un fuerte incremento en la demanda de sustitutos como el pollo y cerdo, de costo más económico. Esta tendencia podría inclinarse para los productos pesqueros, pero dependerá de la evolución de los precios. Factor que es relevante para los consumidores argentinos en general a la hora de adquirir un producto.

3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.

El mercado argentino tiene mucho potencial y es necesario innovar en algunas prácticas comerciales, como por ejemplo las cadenas de distribución, para poder efectivizar los procesos y bajar los costos de comercialización. Hoy los envíos chilenos se realizan a Buenos Aires y desde allí el producto se distribuye para todo el país, incluso para las provincias limítrofes con Chile.

Con el escenario actual, el mercado del salmón deberá apuntar a otro público objetivo, considerando a sectores de alto poder adquisitivo y ciudades con alto desarrollo turístico y nivel poblacional como son Buenos Aires (13, 6 millones de habitantes), Córdoba (1,4 millones de habitantes) y Rosario (1,2 millones de habitantes).

A raíz de los cuestionamientos realizados en el último tiempo por algunos chefs de reconocido prestigio respecto al consumo de pescado, especialmente salmón y los procesos productivos utilizados (y que no fueron respondidos por la industria), sería recomendable realizar campañas de promoción de las cualidades nutricionales y de los procesos productivos chilenos en los medios locales, en forma conjunta con supermercados e importadores y/o impulsar las promociones por auspicio, de cara al consumidor final.

Al mismo tiempo, el foco en el consumidor final podría sustentarse en promocionar el salmón chileno, con la idea de destacar sus características de inocuidad, calidad y adaptación de su sabor al gusto y dieta argentina (hamburguesas, salmón a la parrilla, etc.).

EL 75% del producto exportado por Chile hacia Argentina, es salmón entero o solamente descabezado, destinado a ser cortado y procesado por empresas locales, las que identifican el origen para cumplir con regulaciones internas de etiquetado. De ese total, más del 90% es fresco.

Por lo mencionado, una estrategia viable y necesaria sería prospectar económicamente la posibilidad de enviar trozado algún volumen de las importaciones y/o negociar que sea destacado con los importadores y procesadores locales para resaltar el origen, darle algún tipo de valor agregado en presentación, características del envase, tipo de corte, packs, especias complementarias, etc.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

El salmón en Argentina es consumido en general por grupos socioeconómicos medios altos y altos, sin embargo, por el auge de la comida japonesa se logró la expansión del consumo a otros estratos más bajos, con curiosidad de probar sabores nuevos. Lo anterior se ha visto disminuido por el alza de precio del último tiempo y la inflación local, que afecta directamente al bolsillo del consumidor final.

En la medida de que existen productos alternativos como son los demás tipos de carnes más económicas, tales como cerdo, ave y también productos sustitutos como otros pescados (merluza y atún), la disminución de su consumo demuestra de que éste, como un bien que no es de primera necesidad, tiene una curva de demanda con un cierto grado de elasticidad-precio.

En resumen, fortalecería la presencia de salmón chileno en Argentina, la adopción de estrategias como las identificadas más arriba, sumando un cierto grado de coordinación entre los actores chilenos (privados y gremio) en la estrategia de abastecimiento del mercado y la introducción de salmón en presentaciones más económicas.

5. Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none"> • Contar con estrategia a nivel sectorial desarrollando la marca sectorial Salmón Chile • Formular e implementar una estrategia de marketing para el reposicionamiento del producto y su inocuidad. • Ofrecer presentaciones y productos más económicos, adaptados al mercado argentino (hamburguesas, bastones, etc.) • Realizar campañas de promoción en forma conjunta con actores locales. 		Factores Internos	
		Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> • Cercanía geográfica. • Preferencia arancelaria del 100% en marco del ACE N° 35 • Único proveedor. 	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> • Eco negativo en prensa respecto de sistemas productivos y uso de antibióticos y colorantes. • Precio elevado.
Factores Externos	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Posibilidades de expansión en el área de comercialización al resto de las provincias argentinas, sin necesidad de centralizar en Buenos Aires. • Posibilidad de explorar otras presentaciones. • Bajo consumo de pescado en Argentina. • Cambio en los hábitos alimenticios hacia productos saludables (omega 3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Estimular más el consumidor final a comprar salmón a través de promoción y degustación en los puntos de venta. • Promoción en medios de comunicación usando tanto redes sociales como diarios y revistas, resaltando las propiedades del Salmón 	
	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Niveles altos de inflación. • Alto consumo de producto de producto sustituto como la merluza (buena relación precio calidad) 	<ul style="list-style-type: none"> • Invitación a periodistas especializados a Chile para que conozcan los procesos productivos en las salmoneras. 	

III. Acceso al Mercado

1. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Código SACH	Código NCM	Arancel Chile/MERCOSUR	Arancel Competidores
0302.13.10	0302.13 00 000 G	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0302.14.10	0302.14.00	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0303.12.10	0303.12.00.000 N	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0303.12.20	0303.12.00.000 N	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0303.13.10	0303.13.00	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0303.13.20	0303.13.00	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0304.41.20	0304.41.00.000 M	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0304.81.10	0304.81.00.000 U	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0304.81.20	0304.81.00.000 U	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0304.99.44	0304.99.00 999/03.04.99.00. 919.A	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0305.41.60	0305.41.00.000 F	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
0305.41.90	0305.41.00.000 F	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	10%
1604.11.10	1604.11 00	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	16%
1604.11.90	1604.11 00	Preferencia 100% (ACE N°35 Chile-Mercosur)	16%

2. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

- Tasa Estadística: 0,5%. Las Mercaderías originarias de la República de Chile no pagan tasa estadística (Res. MEOSEP N° 232/96).
- Impuesto al Valor Agregado (IVA): 21%
- IVA Percepción (Adicional): 20%
- Anticipo de Impuesto a las ganancias (renta): 6%
- Ingresos Brutos: 2,5%

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

Las plantas exportadoras:

- Para poder concretar la exportación, las plantas procesadoras deberán elaborar una monografía que incluya una descripción del proceso productivo del producto que están comercializando, firmado por un responsable de la empresa y avalado por SERNAPESCA. Esta información deberá ser presentada por el importador argentino ante el SENASA (Coordinación de Importación de Productos de Origen Animal), junto

con un proyecto de rótulo, donde se especifique el nombre del importador, el establecimiento de origen, cantidad y peso, fecha de elaboración y fecha límite de consumo.

- Luego de la evaluación de la información por parte de la autoridad y posterior aprobación, mediante nota de autorización, estarán en condiciones de concretar el envío, cumpliendo con el certificado sanitario acordado por SENASA y SERNAPESCA.
- RES. SENASA 816/02. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=78588>

Productos:

- Los productos que ingresen al país, deben ser acompañados por un Certificado Sanitario acordado con Chile, el que debe ser avalado por el SERNAPESCA.
- Productos, subproductos y derivados de origen animal (no alimentarios); principios activos y formulaciones de aplicación en medicina veterinaria:

El libramiento a plaza de estas mercaderías queda sujeto a la previa autorización emitida por el Servicio Nacional de Sanidad Animal (SENASA) y su intervención debe practicarse en el lugar de ingreso de las mercaderías al territorio aduanero.

La Inst. Gral. DGA Nº 46/01 incorpora nómina de posiciones con intervención del SENASA a los fines de disminuir el riesgo de ingreso al país de Encefalopatías Espongiformes Transmisibles.

Referencias: Res. ANA Nº 2012/93 - Res. ANA Nº 2609/97

- Por Decreto Nº 815/99 establece para determinadas mercaderías una intervención del SENASA en materia de cumplimiento de normas higiénico-sanitarias en forma previa a su ingreso a plaza.
Por Inst. Gral. DGA Nº 95/99 se establece que a partir del 23/11/99 las mercaderías comprendidas en los capítulos 3 y 16 de la NCM, cuando se presenten acondicionadas o no para su venta directa al público (y cuya estabilidad esté o no asegurada), serán fiscalizadas en materia de cumplimiento de normas higiénico-sanitarias, en forma previa a su ingreso a plaza, por el SENASA.
- Resolución-116-2016-SENASA - Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria. MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA- Bs. As., 23/03/2016
<http://www.senasa.gob.ar/tags/importacion>
- Embalajes de madera. Todo embalaje de madera que arribe, o arribe y transite por el país, debe estar descortezado, libre de insectos y/o signos de actividad biológica, tratado y certificado mediante la marca en el caso que corresponda, de acuerdo a lo establecido en el Sistema Integrado de Gestión de Embalajes de Madera de Importación en la Res. SNSCA Nº 614/15.

Importadores:

- Estar inscritos en el Registro de Importadores y/o Exportadores: de animales, vegetales, material reproductivo, productos, subproductos y/o derivados de origen animal, mercaderías que contengan entre sus componentes ingredientes de origen animal y/o vegetal. Decreto N 815/1999.
- Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones (SIMI):

Los empresarios que deseen importar estas mercaderías con destinación de importación definitiva para consumo, deberán tramitar Licencias Automáticas de Importación, en el Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones (SIMI): <http://www.afip.gob.ar/simi/>

Referencias: Res. Gral. AFIP N° 3823/15 Aprueba el Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones (SIMI). Res. SC N° 523/17 Establece Régimen de Licencias Automáticas.

Tránsito:

- Por Resolución 116/2016 del SENASA, del 23 de marzo de 2016, se aprueban los requisitos sanitarios adicionales referidos a la Anemia Infecciosa del Salmón (ISA), que deben cumplir los interesados en importar productos de la salmonicultura provenientes de la República de Chile a la República Argentina, transitar con dichos productos por la zona libre de enfermedades de los salmónidos de la República Argentina y transitar con productos de la salmonicultura y material acuícola de riesgo, por la República Argentina, fuera de la zona libre.
- Se mantiene el estado de alerta sanitario en las Provincias del Neuquén, de Río Negro, del Chubut y de Santa Cruz de la República Argentina, con motivo de la presencia de nuevos casos de ISA en la República de Chile.
- Pasos Fronterizos habilitados para el tránsito e ingreso, Pino Hachado e Integración Austral.

4. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

- Todos los productos pesqueros que ingresen a Argentina en envases primarios y secundarios, deben estar acompañados de un rótulo en el que se especifique el nombre del importador y número de inscripción, el establecimiento de origen con número de habilitación Sernapesca, cantidad y peso, fecha de elaboración, fecha límite de consumo, temperatura de mantenimiento y número de lote.
- Este rótulo debe ser aprobado por SENASA y se presenta en el momento de inscripción de la planta, en forma conjunta con la monografía de proceso, bajo la denominación "Proyecto de rótulo".
- Resoluciones Conjuntas ex-SPRyRS y ex-SAGPyA Nros 149/2005 y 683/2005; 150/2005 y 684/2005; 49/2007 y 106/2007; 38/2007 y 74/2007; 710/2009 y 85/2009; y sus modificaciones.
www.infoleg.gob.ar/

5. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

- En Argentina solo se exige certificación sanitaria, avalada por el servicio sanitario oficial del país de origen, en este caso SERNAPESCA.

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

La pesca en Argentina representa cerca del 2% del Producto Bruto Interno.

La plataforma continental argentina se prolonga casi hasta las 200 millas de Zona Económica Exclusiva y sus costas se extienden por más de 4.700 kilómetros en el Océano Atlántico. La biomasa total de los recursos ictícolas se estima en unas 8,5 millones de toneladas.

Las principales especies del mar argentino son la merluza hubbsi, la polaca, la merluza de cola, la corvina, el abadejo y la anchoíta. Entre los moluscos, se destaca el calamar illex y entre los crustáceos el langostino.

Las capturas marítimas sumaron 699 mil toneladas durante el año 2016, un 8,9% menos que las 768 mil toneladas obtenidas en el año 2015. Exhibieron mermas en la pesca de moluscos y peces, aunque el langostino, principal recurso de los crustáceos, alcanzó un nuevo récord histórico en sus capturas.

La especie hubbsi, característica del Mar Argentino, representa alrededor de la mitad de las capturas en todos los puertos de Argentina, algo así como 330.000 toneladas descargadas en los puertos el año pasado, según datos hasta el 27 de diciembre de 2016. El segundo en importancia es el langostino, con 167.287 toneladas, un 16,7% por encima de las capturas del año anterior. Le siguen el calamar, con 60.315 toneladas (-52,5% respecto de 2015) y la corvina, con 31.813 toneladas (1,5% por encima de 2015).

Durante el mismo año, el consumo de pescado por habitante fue de 7.1 Kilogramos, sufriendo un descenso de 14,5% respecto del año anterior.

Más allá de la pesca, hay otro universo que hasta ahora parece prácticamente inexplorado que son los criaderos. Esta actividad es desarrollada por emprendedores e innovadores y se aporta cerca de 4.000 toneladas. En la zona sur hay una mínima producción de salmón y trucha (alrededor de 1.400 toneladas) y en el norte el resto, con especies de río como el pacú.

El sector pesquero argentino atravesaba un fuerte estancamiento desde el año 2011. Sin embargo, durante el 2016 enfrentó un año positivo, por la recuperación de la rentabilidad y las exportaciones récord, con un alza anual del 15,9%, al alcanzar los US\$ 1.699 millones.

El incremento estuvo determinado principalmente por las mayores ventas al exterior de crustáceos, que cuentan con una participación del 59,9% de las ventas totales.

El principal destino de las exportaciones de productos pesqueros argentinos en 2016 fue España, con una participación del 28,2% del valor total, US\$ 479 millones.

China ocupó el segundo lugar, con el 16,3% y US\$ 277 millones; Estados Unidos, el tercer puesto, con el 8,8% del valor total exportado y US\$ 150 millones; mientras que Italia se ubicó en el cuarto lugar, con US\$ 136 millones y el 8% del total.

En cuanto al origen de las importaciones en valores, dos se destacan notoriamente: Chile, con el 39% y Ecuador, con 34,4% (en ambos casos, concentrados en crustáceos en frescos y en conservas).

Las perspectivas para el año 2017 son positivas fundamentalmente por la mejora del negocio exportador ya que, a las medidas adoptadas el año pasado, se suma la ampliación del esquema de reintegros para las exportaciones, el cual producirá una mayor competitividad externa para el sector.

2. Importaciones

Importaciones argentinas por posición arancelaria (NCM)

Posiciones	2014		2015		2016	
	FOB USD	KILOS NETOS	FOB USD	KILOS NETOS	FOB USD	KILOS NETOS
03.02.14.00.100.Z -pescado fresco no filete - 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)	29.023.513	4.834.797	27.514.483	5.682.498	35.661.155	5.635.828
03.04.41.00.000.M -filetes de pescado - 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)	11.796.807	1.394.742	14.558.239	2.106.332	12.976.015	1.458.139
03.04.81.00.000.U -filetes de pescado - filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados. - --filetes congelados de los demás pescados: - ---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)	3.203.318	377.969	3.256.014	462.708	2.027.411	279.035

03.05.41.00.000.F -pescado procesado - pescado seco, salado o en salmuera; pescado ahumado, incluso cocido antes o durante el ahumado; harina, polvo y <<pellets>> de pescado, aptos para la alimentación humana. --pescado ahumado, incluidos los filetes, excepto los despojos comestibles de pescado: (previos ncm) ----arenques (clupea harengus, clupea pallasii) (previos ncm) -----arenques (clupea harengus, clupea pallasii) ---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)	516.537	22.583	1.065.986	65.504	1.716.309	115.518
03.03.13.00.900.Z -no filete de pescado congelado - 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)	264.593	43.357	250.011	39.634	197.261	34.502
03.04.99.00.999.B -filetes de pescado - filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados. - --los demás, congelados: - (previos ncm) ----harina, polvo y <<pellets>> de pescado, aptos para la alimentación humana - (previos ncm) -----harina, polvo y <<pellets>> de pescado, aptos para la alimentación humana			75.216	8.006	118.193	15.428
16.04.11.00.900.X -pescado procesado - preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado. --pescado entero o en trozos, excepto el pescado picado: (previos ncm) ----preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, moluscos, demás invertebrados acuáticos. - (previos ncm) -----preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, moluscos, demás invertebrados acuáticos. - ---salmones - (previos ncm) -----preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, moluscos, demás invertebrados acuáticos. - (previos ncm) ----preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, moluscos, demás invertebrados acuáticos.	110.340	9.977	138.854	12.730	53.280	4.896
03.04.99.00.919.A -filetes de pescado - filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados. - --los demás, congelados: - (previos ncm) ----harina, polvo y <<pellets>> de pescado, aptos para la alimentación humana - (previos ncm) -----harina, polvo y <<pellets>> de pescado, aptos para la alimentación humana - -----en rodajas y/o en trozos (r.420/99 meyo sp)			176.457	27.693	26.283	6.880
03.03.12.00.000.N -no filete de pescado congelado - 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 gorbuscha, oncorhynchus keta, oncorhynchus tshawytscha, oncorhynchus kisutch, oncorhynchus masou y oncorhynchus rhodurus)			184.694	43.976		
Subtotal	44.915.107	6.683.424	47.219.955	8.449.082	52.775.907	7.550.226
Total	44.915.107	6.683.424	47.219.955	8.449.082	52.775.907	7.550.226

Fuente: NOSIS

Importaciones argentinas por origen

País	2014		2015		2016	
	FOB USD	KILOS NETOS	FOB USD	KILOS NETOS	FOB USD	KILOS NETOS
Chile	44.915.107	6.683.424	46.997.379	8.424.382	52.657.507	7.535.008
España*			222.576	24.700	118.400	15.218
Subtotal	44.915.107	6.683.424	47.219.955	8.449.082	52.775.907	7.550.226
Total	44.915.107	6.683.424	47.219.955	8.449.082	52.775.907	7.550.226

Fuente : NOSIS

*Argentina no realiza especificación de especie para las posiciones NCN 03.04.99.00.919.A y 03.04.99.00.999.B, estas incorporan trozos y partes de salmón, bacalao, sardina, etc. Argentina importa salmón y subproducto solo de Chile. De España importa bacalao y sardinas.

Chile lidera el mercado argentino. A la fecha es el único proveedor de salmón fresco y congelado. Argentina en el 2015 ocupó el noveno puesto en destino de las exportaciones de salmón. Claramente, este destino ha tenido que competir con los mercados consolidados de Estados Unidos y Japón y el creciente potencial del mercado brasileño, que sin dudas han expresado mejores precios para el producto chileno, lo que se ha traducido en un aumento en la participación en la canasta exportadora de Chile.

Durante el año 2016, Argentina importó 7.535 toneladas de salmón, por un valor récord de US\$ 52,6 millones. Si bien en volumen sufrió una disminución de 10,6%, debido a la aparición de las microalgas, en valor se incrementó un 11,7% respecto del año anterior. Este incremento se explica por el aumento de precios que tuvo el producto. En enero de 2016 los importadores argentinos compraban el producto a US\$ 4,54 el kilo, pero tras la baja de oferta chilena el precio se disparó un 60%, llegando a US\$ 7,2 a fin de año.

Argentina importa principalmente salmón fresco y refrigerado, representando un 94% del total importado durante el año 2016. El resto corresponde a congelado (4%) y ahumado/procesado (2%).

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

La importación se concentra en cuatro principales importadores, que representan el 76% de las compras totales a Chile.

Ellos fraccionan, procesan y distribuyen a cadenas de supermercados, hoteles y distribuidores del interior del país.

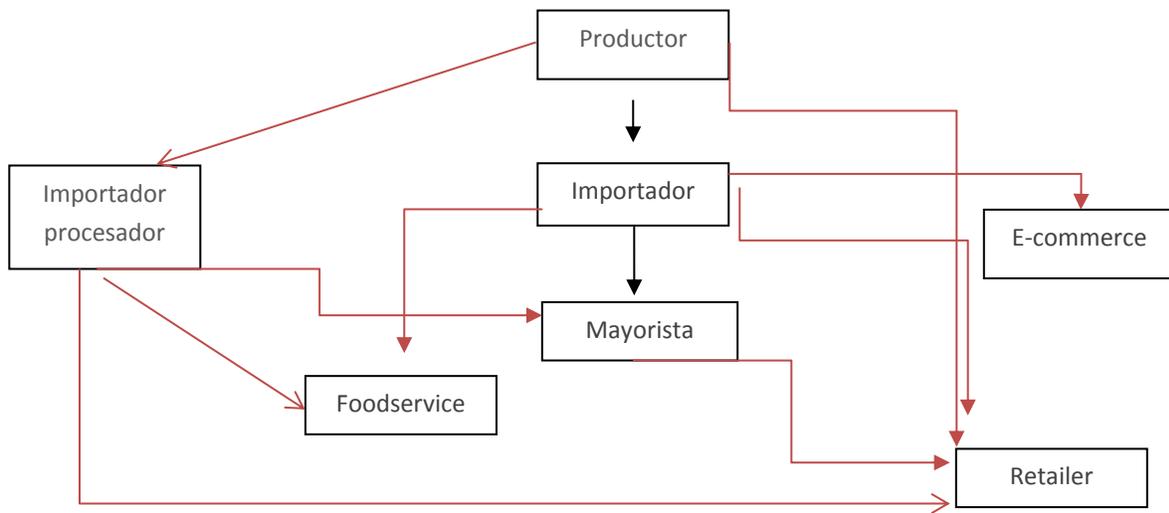
Durante el año 2016, un solo supermercado importó directamente para comercializar dentro de sus locales.

Todos los frigoríficos, pescaderías y supermercados que importan productos de mar, necesitan la habilitación del Servicio Nacional Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).

Como expresamos en puntos anteriores, dados los requisitos de importación que existían en Argentina hasta el año 2015, la importación se canalizó a través de grandes importadores, que adaptaron las compras a productos con menor valor agregado (salmón entero) para realizar los procesos localmente. Ellos fueron los encargados de distribuir al resto de la cadena. Creemos que, a partir de la flexibilización de las medidas, podrían aparecer nuevos actores en la importación, que hoy se encuentran en eslabones intermedios de la cadena.

Hoy, el 80% de la importación llega a Buenos Aires y desde allí se distribuye al resto de las provincias. Es algo que se podría modificar, para hacer más eficiente la distribución.

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



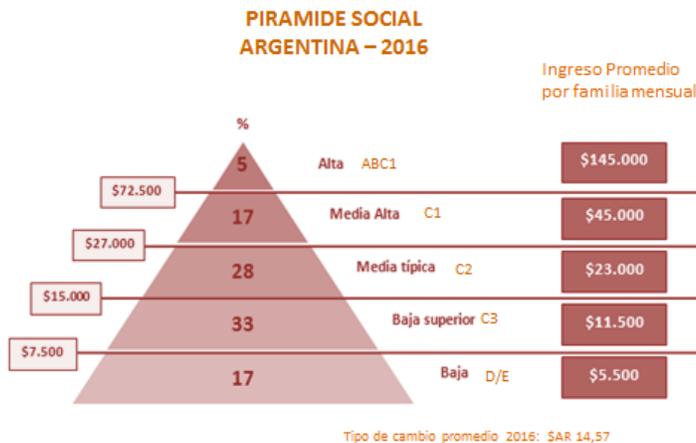
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).

A partir de las restricciones a la importación que se implementaron en el año 2010 (DJA), donde el gobierno flexibilizaba las importaciones de insumos para la industria, los importadores locales aumentaron las compras de salmón entero refrigerado para industrializar y disminuyeron las de filetes y productos procesados.

Hoy se encuentra salmón en supermercados, principalmente de zonas con alto poder adquisitivo, en presentaciones como rebozados, ahumado, hamburguesas, etc. con las marcas de los principales importadores.

VI. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.



Fuente: Elaboración propia con datos del INDEC

- Según datos oficiales, el 50% de los hogares argentinos pertenece a la clase baja y baja superior. Y más del 50% de aquellos hogares no supera la línea de pobreza.
- La clase media argentina representa el 45% de los hogares.
- Durante el 2016 la clase baja y baja superior han aumentado su proporción en la pirámide social, respecto del año anterior.

Lo anterior explica que, si bien el salmón ha sido durante varios años, el producto estrella en la cocina asiática y gourmet en Argentina, en este último tiempo el consumo ha disminuido en los estratos medios altos, por los valores elevados de comercialización. La merluza argentina es un producto instalado en todos los estratos sociales y de preferencia por sobre el salmón.

Hoy en Argentina el salmón es un producto Premium, consumido por el segmento ABC1.

VII. Benchmarking (Competidores)

1. Principales marcas en el mercado

En Argentina se producen alrededor de 1.400 toneladas anuales de salmón y se comercializa principalmente ahumado (Salmón ahumado Familia Weiss, Salmón ahumado Patagonia).

Chile es el único proveedor de salmón de Argentina. Los supermercados comercializan marca propia, marcas nacionales con producto nacional y marcas nacionales con producto chilenos (Salmón Ahumado Ahumados del Carmen, Superbe/Armadora San Jorge y marcas propias).

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

Fuentes del sector indican lo siguiente:

Que en Buenos Aires comienzan a percibir una alta demanda de salmón desde el interior del país.

El propietario de una tienda especializada en el Barrio Belgrano y que durante años fue comprador de un supermercado, resalta ciertos cambios de conducta en el comprador, directamente relacionado con el valor del producto. Por ejemplo, hoy sus clientes le solicitan que el peso sea exacto, sin excederse en ningún gramo, respecto de lo solicitado.

Los importadores en general, indican que a los costos de importación deben sumarle el costo empresa que lo integra principalmente el personal contratado. Por su parte, un responsable de Pescadería El Delfín, señala que la preferencia del público se orienta hacia el salmón fresco y preparaciones listas para hornear y freír.

Otro ejecutivo de una tienda especializada, proveedora de restaurantes, manifiesta que producto del aumento del precio hubo una baja en las compras en el año 2016 y muchos de sus clientes decidieron cambiar el salmón por merluza para seguir ofreciendo pescado con platos más económicos. Esta situación se ha ido revirtiendo paulatinamente a partir de Semana Santa de 2017, según explica.

Asimismo, en el sector se comenta que en el último tiempo han tenido una demanda de producto que está por encima un 20% de la oferta. “Argentina se encuentra en una situación particular” “no puede cumplir con la demanda ya que los precios de compra han aumentado en 50% respecto de igual período del año anterior”. En febrero de 2016 compraban el kilo de salmón a US\$ 4 y hoy no consiguen a menos de US\$ 8. Sus proveedores en Chile tienen las producciones vendidas.

Ferias de Interés en el mercado:

- ExpoalimentAR: del 8 al 10 de noviembre de 2017- Buenos Aires
<http://www.expoalimentar.com.ar/>
- Feria Internacional de la Alimentación – FIAR – Rosario
<http://www.fiar.com.8ar/>

Links y revistas de interés sectorial en el mercado:

- www.nosis.com

- www.afip.gob.ar
- www.senasa.gob.ar
- www.infoleg.gov.ar
- http://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/ss_pesca_acuicultura/
- <http://www.cira.org.ar/>
- <http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/>
- <http://www.indec.gob.ar/>
- Revista Redes & Seafood.