

---

# Estudio de Mercado Mariscos y Moluscos en Argentina

Junio 2011

---

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

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Buenos Aires

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	5
<b>1. Arancel General:</b> .....	5
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	5
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	5
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	5
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	6
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	6
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	6
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	7
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	9
<b>1. Estadísticas 2010</b> .....	9
<b>2. Estadísticas 2009</b> .....	9
<b>3. Estadísticas 2008</b> .....	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	13
<b>1. Potencial del producto.</b> .....	13
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	16

<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>17</b>
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto. ....</b>	<b>17</b>
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.....</b>	<b>17</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>18</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>20</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>21</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>23</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>25</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>28</i>

# I. PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

<u>SACH</u>	<u>NCM</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>
03061410	03061410	Jaibas (Cancer spp., Cancer porteri, Cancer edwardsi, Homalaspis plana, Taliepus dentatus, Cancer setosus, Cancer coronatus, Ovalipes trimaculatus), congeladas
03061990	03061990	Los demás crustáceos, incluso pelados, congelados
03072110	030721	Ostiones del norte (Argopecten purpuratus), incluso separados de sus valvas, vivos, frescos o refrigerados
03074990	030749	Las demás jibias (Sepia officinalis, Rossia macrosoma) y globitos (Sepiola spp.); calamares y potas (Ommastrephes spp., Loligo spp., Nototodarus spp., Sepioteuthis spp.), congelados, secos, salados o en salmuera
03075100	030759	Pulpos (Octopus spp.), vivos, frescos o refrigerados
03075910	030759	Pulpos (Octopus spp.) congelados
03075990	030759	Los demás pulpos (Octopus spp.), secos, salados o en salmuera
03079991	030749	Jibias (Dosidicus gigas) en láminas, congelada
16052011	160520	Camarones nailon (Heterocarpus reedi) conservados en recipientes herméticos cerrados

## II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL: **10% ARANCEL GENERAL**

**TASA ESTADÍSTICA DE 0,5%**

**DERECHO DE IMPORTACIÓN EXTRAZONA 10%**

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: **100%**

De acuerdo al AA.P.CE N°35, el producto tiene 100% preferencia arancelaria.

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS: **PAÍSES MIEMBROS DEL MERCOSUR.**

### 4. OTROS IMPUESTOS: **21% IVA**

**15% IVA PERCEPCIÓN (ADICIONAL)**

**3% ANTICIPO DE GANANCIAS.**

**INGRESOS BRUTOS: Neuquén, Misiones, Tierra del Fuego, Chaco y Entre Ríos** se establece que a los contribuyentes y/o responsables del impuesto que no presenten ante la DGA el CVDI expedido por la AFIP, se les aplicará una alícuota del **3%**. **Para la Ciudad de Buenos Aires se establece una alícuota del 2,25%, a partir del 01/12/08.**

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

### 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No existen Barreras Para- Arancelarias para este producto.

# III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

## 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

SENASA interviene en materia de cumplimiento de normas higiénico-sanitarias en forma previa a su ingreso a plaza (Decreto N° 815/99; Inst. Gral. DGA N° 95/99).

En el lugar de ingreso de las mercaderías al territorio aduanero, SENASA inspecciona las características físicas del producto (certificado sanitario aprobado, aspectos visuales, temperatura, etc).

Además, los embarques que ingresen en Embalajes de Madera: deben cumplir con lo establecido en la Res. SENASA N° 19/02, que establece que las maderas de embalaje, soporte y acomodación, usadas para transportar todo tipo de mercaderías que ingresen al país, deberán encontrarse libres de corteza, insectos y daños producidos por éstos.

Luego del ingreso al país, estas mercaderías siguen su trascurso a un depósito del importador (aprobado por SENASA) donde se le practicarán los análisis organolépticos y los controles de residuos, de acuerdo a lo establecido por el Plan CREHA.

### Del exportador:

Las plantas procesadoras deben estar autorizadas por SERNAPESCA para exportar, 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); [www.senasa.gov.ar](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. (se adjunta)

### Del importador:

Los importadores de productos de mar deben estar inscriptos 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. Resolución SENASA 492/01

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>

**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

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

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

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

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

**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.

<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.anmat.gov.ar](http://www.anmat.gov.ar)

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

El etiquetado de productos, es en general bajo el sistema de conserva en lata. Asimismo, se encuentran las presentaciones del producto en sistema de congelado a través del sellado en vacío y la presentación de manera fresca.

Los moluscos bivalvos vivos se embalan en buenas condiciones de higiene. Los recipientes o contenedores no pueden alterar sus características organolépticas, ni transmitir sustancias perjudiciales para la salud pública. Todos los embalajes para este tipo de producto que constituyan envases unitarios de venta al consumidor, deben estar cerrados desde su salida del centro de expedición hasta su presentación a la venta al minorista o consumidor final.

Los mariscos vivos se mantienen a una temperatura entre cuatro y siete grados centígrados y su embalaje no puede estar en contacto con el piso de la cámara.

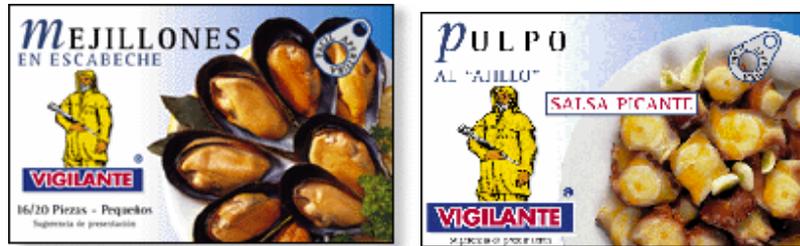
Para el caso de los moluscos bivalvos vivos a consumo, los embalajes de cada envío llevan un rótulo (impermeable y con tinta indeleble) aprobado por la autoridad sanitaria que permita identificar en todo momento el origen de los productos. Los rótulos deben contener al menos los siguientes datos:

- Origen: nombre de la zona de producción y/o centro de depuración (si correspondiere); e indicación si proviene de captura o de cultivo.
- Especie de moluscos bivalvos (nombre común).
- Identificación del centro de expedición.
- Fecha de embalado (día y mes).

Los moluscos que vienen sellados al vacío, presentan la siguiente imagen:



Los que vienen en preparaciones de distintos tipos presentan una imagen como ésta:



Los del sistema en conserva, lo podemos visualizar en la presentación que hace la firma La Campagnola de los calamares en conserva.



# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

Para los **SACH 03061410 (Jaibas)**, **03061990 (Crustáceos)**, **03072110 (Ostiones)** y **03074990 (Jibias)**, trabajamos con el **NCM 03074990**

\*En argentina, se utiliza una misma posición para abarcar distintas posiciones chilenas.

## NCM 03074990

### 1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ESPAÑA	310.351,30	644.913,01	56,17%
CHILE	336.748,40	260.353,47	22,68%
PORTUGAL	55.169,22	123.570,40	10,76%
<b>Chile (Posición Nº2)</b>	336.748,40	260.353,47	22,68%
Subtotal	702268,92	905.280,48	89,61
Total	802.188,92	1.148.076,93	100%

### 2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ESPAÑA	255.851,06	460.558,66	58,07%
CHILE	265.028	267.723,58	33,76%
PERÚ	74.336	48.792,93	6,15%
<b>Chile (Posición Nº2)</b>	265.028	267.723,58	33,76%
Subtotal	595.215,06	777.075,17	97,98%
Total	600.680,76	793.128,03	100%

### 3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ESPAÑA	319.321,70	695.839,34	50,48%
ECUADOR	66.110,00	155.358,50	10,45%
CHILE	242.000,00	136.473,21	38,26%
<b>Chile (Posición N°3)</b>	242.000,00	136.473,21	38,26%
Subtotal	627.431,7	987.671,05	99,19%
Total	632.565,70	999.615,71	100%

Fuente: [www.mercosuronline.com](http://www.mercosuronline.com)

Podemos observar que si bien, en los últimos tres años (2008 a 2010) los montos de importación en miles de US\$, de importaciones argentinas desde Chile de Jaibas, Crustáceos, Ostiones y Jibias han aumentado, el porcentaje de participación chilena en el mercado argentino ha disminuido en un 16%. Aunque la participación española ha aumentado a más de un 5%, sus montos han disminuido al ingresar Portugal como proveedor. El tercer competidor ha sido fluctuante y su participación en el mercado no ha superado el 11%.

**Para los SACH 03075100 (Pulpos frescos o refrigerados), 0375910 (Pulpos congelados) y 0307590 (Otros pulpos) , trabajamos con el NCM 030759 (Pulpos)**

\*En argentina, se utiliza una misma posición para abarcar distintas posiciones chilenas.

#### NCM 030759

### 1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ESPAÑA	278.117,08	1.258.452,05	53,54%
CHILE	174.597,64	614.589,43	33,61%
PORTUGAL	53.526,68	283.557,55	10,3%
<b>Chile (Posición N°2)</b>	174.597,64	614.589,43	33,61%
Subtotal	506.241,4	2.156.599,03	97,46%
Total	519.427,90	2.190.000,62	100%

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ESPAÑA	166.785,73	777.072,94	44,91%
CHILE	153.381,46	476.196,45	27,52%
BRASIL	106.545,00	368.440,50	21,29%
<b>Chile (Posición Nº2)</b>	153.381,46	476.196,45	27,52%
Subtotal	426.712,19	1.621.709,89	93,72%
Total	446.251,69	1.730.367,19	100%

## 3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ESPAÑA	188.438,20	1.147.648,08	40,84%
CHILE	139.357,18	678.342,54	30,2%
BRASIL	112.272,90	421.787,68	24,33%
<b>Chile (Posición Nº2)</b>	139.357,18	678.342,54	30,2%
Subtotal	440.068,28	2.247.778,3	95,38%
Total	461.402,78	2.368.264,02	100%

Fuente: [www.mercosuronline.com](http://www.mercosuronline.com)

Las importaciones argentinas desde Chile de pulpo, en sus distintas variedades, se ha mantenido en los últimos años. La participación del pulpo chileno ha tenido un leve aumento en el mercado argentino, sin embargo, las exportaciones han disminuido. Su principal competidor y líder en el mercado argentino es España que, en el transcurso de estos años ha aumentado su participación por más de un 10%, aunque los montos también hayan disminuido. El aumento de participación en el mercado de Chile y España se debe a que la competencia brasilera, que en el 2008 y 2009 rondaba el 20%, ha desaparecido, reemplazándola como tercer competidor Portugal que, en el 2010, solo ha tenido una participación del 10%.

Para el **SACH 16052011 (Camarones)**, trabajamos con el **NCM 160520 (Camarones y Langostinos)**

**1. ESTADÍSTICAS 2010**

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ECUADOR	390.690,00	2.146.316,06	74%
CHILE	30.490,00	320.888,00	11,06%
PERÚ	40.280,00	235.857,38	8,13%
<b>Chile (Posición N°2)</b>	30.490,00	320.888,00	11,06%
Subtotal	461.460	2.703.061,44	93,2%
Total	512.230,00	2.900.321,37	100%

**2. ESTADÍSTICAS 2009**

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ECUADOR	153.788,00	789.720,76	89,12%
CHILE	7.800,00	84.140,00	9,5%
PERÚ	7.180,00	12.258,09	1,38%
<b>Chile (Posición)</b>	7.800,00	84.140,00	9,5%
Subtotal	168.768,00	886.118,85	100%
Total	168.768,00	886.118,85	100%

### 3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
ECUADOR	232.815,00	1.159.520,79	77,4%
ESPAÑA	42.034,00	240.987,82	16,09%
CHILE	5.120,00	56.916,00	1,75%
<b>Chile (Posición N°3)</b>	5.120,00	56.916,00	1,75%
Subtotal	279.969	1.457.424,61	95,38
Total	293.474,00	1.498.026,11	100%

Fuente: [www.mercosuronline.com](http://www.mercosuronline.com)

El principal proveedor de camarones a Argentina es Ecuador que, aunque ha disminuido su participación, continua liderando el mercado argentino, con un amplio margen de distancia respecto a Chile que se encuentra en segundo lugar. De todas formas, es destacable que la participación chilena en el mercado argentino ha aumentado de un 1,75% a un 11,06% entre los años 2008 y 2010, así mismo los montos exportados. De todas maneras, hay que prever que Perú se viene posicionando en tercer lugar, acercándose a Chile, con lo cual la acción con los importadores es muy importante..

## V. POTENCIAL DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

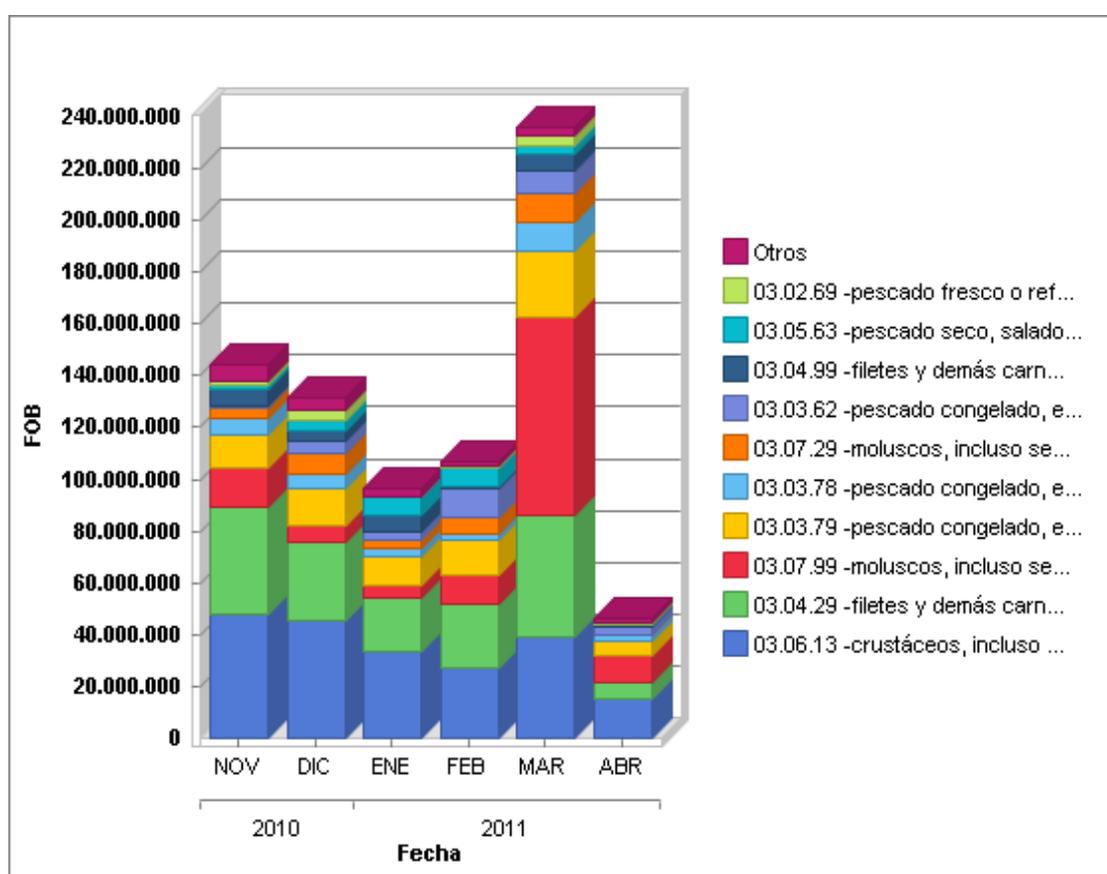
Argentina es un país cuyas costas se benefician en gran medida por la presencia del océano Atlántico Sur que le permite tener una gran cantidad de productos provenientes del mar. Sin embargo, estos frutos que el mar les brinda no son de un alto consumo local, pues el 95% de sus extracciones son exportados hacia otros destinos. Asimismo, cuenta con una significativa estructura de extracción y procesamiento industrial además de una marcada dependencia del mercado internacional para la comercialización de sus productos pesqueros. En ese contexto, la actividad pesquera ha experimentado cambios estructurales de gran importancia en los últimos años como consecuencia de las modificaciones en la participación relativa en las capturas de las distintas especies explotadas y la composición de las flotas en operación. Desde el punto de vista cuantitativo a partir de la gran expansión de los desembarques, y desde una visión cualitativa con la incorporación de nuevas modalidades tecnológicas de captura y procesamiento que permitieron la explotación de nuevas especies y cambios en la composición de las mismas.

Las principales exportaciones de moluscos son: Calamar Illex, Vieiras cuyos principales destinos están dirigidos a España, EE.UU, Brasil, Alemania, Países Bajos, Israel, China, Italia, República de Corea, Francia, Polonia, Uruguay y Colombia.

En el Gráfico N°1 podemos observar el nivel de exportaciones que durante los últimos meses Argentina ha realizado respecto de **Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos**:

**GRÁFICO N° 1**

**EXPORTACIONES DE ARGENTINA-ÚLTIMOS MESES: Evolución de FOB por Meses de las 10 mayores Posiciones (Subpartidas) 03 Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos**



Fuente: <http://www.nosis.com.ar>

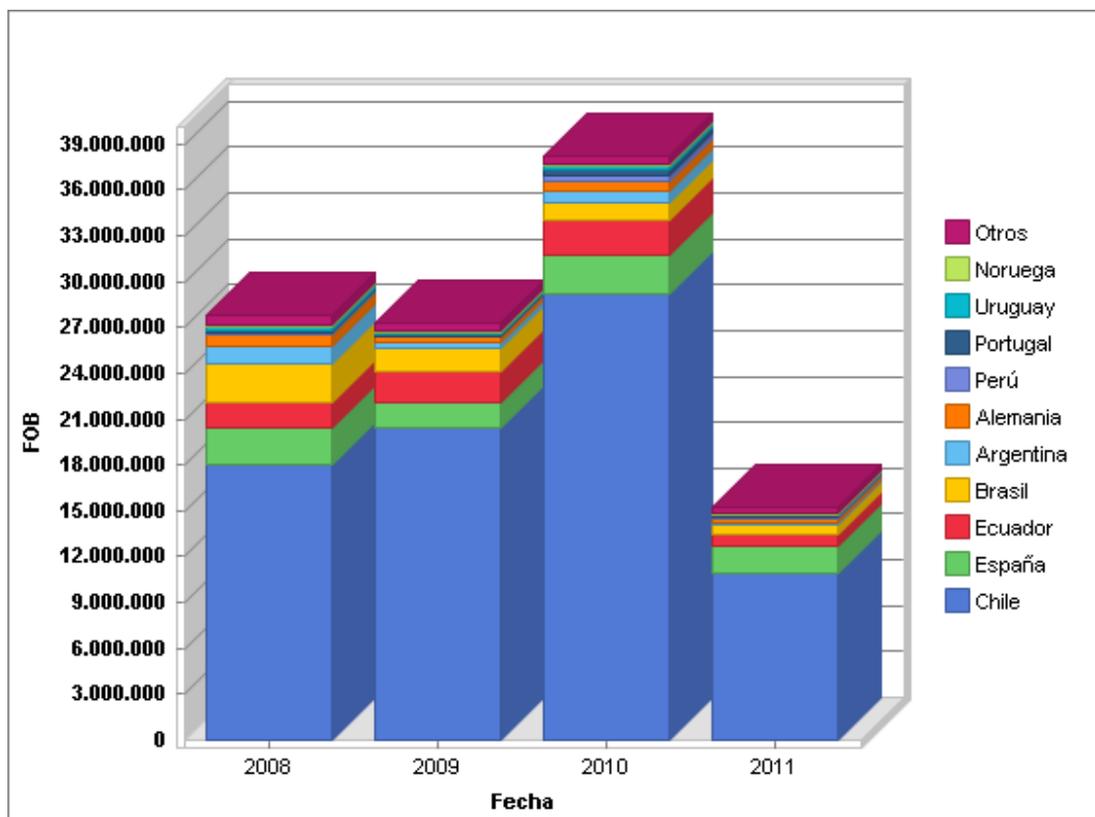
El mercado de mariscos es un mercado aún a desarrollar en Argentina. Existen pocos proveedores de mariscos vivos y frescos. Esta situación ha derivado que la alternativa de adquirir los productos bajo la modalidad congelada

que es “la” alternativa con que cuentan actualmente los mayoristas, supermercados, restaurantes y hoteles y que además, le permiten tener mayor seguridad en términos de salubridad de los productos para sus clientes.

Respecto de las Importaciones que se realizan desde Argentina, podemos señalar que existe una escasez de variedad de productos del mar que han transformado a Chile en el principal destino de sus demandas de productos marinos. A continuación, podemos observar las importaciones de mariscos que Argentina realiza al mundo respecto de **Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos**.

**GRÁFICO Nº2**

**IMPORTACIONES DE ARGENTINA-ÚLTIMOS AÑOS: Evolución de FOB por destinación de las 10 mayores Posiciones (Subpartidas) destino Consumo Posiciones03 -pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos**



Fuente: <http://www.nosis.com.ar>

Los mariscos frescos vivos son un producto de nicho. Los consumidores finales de estos productos son principalmente personas de poder adquisitivo medio/alto que al igual que los mayoristas y grandes consumidores de mariscos están dispuestos a probar nuevos productos que el mar pueda ofrecer. Esta necesidad constante de innovar las cartas de menú de hoteles y restaurant de primer nivel permite presentar potenciales clientes que ante todo pueden cancelar un precio más elevado.

Lo anterior, nos permite concluir que el escenario y las condiciones permiten introducir Jaibas, Ostiones, Camarones, Calamares, Jibia y sus derivados para insertarlos en un mercado cada vez más exigente respecto de sus sabores y gastronomía dado el consumo creciente que los mariscos y pescados han experimentado este último tiempo en aras de una alimentación más saludable.

El mercado argentino valora ante todo:

- Calidad del producto respecto de su traslado y mantención de su cadena en frío
- Continuidad de la Oferta,
- Homogeneidad en la calidad

Todas estas condiciones pertenecen al mercado chileno y por consecuencia, el gráfico N°2 nos demuestra la preferencia que el mercado argentino tiene respecto del mercado chileno al momento de importar mariscos y moluscos.

Hoy, el Gobierno de Argentina ha impulsado a través de su Jefa de Estado el consumo de pescados y mariscos con el programa “Pescado para todos”. Esta campaña apunta a modificar los hábitos alimenticios de los argentinos a través de la difusión de recetas y preparaciones para que la familia pueda acceder a una buena alimentación a bajo costo. Esta Iniciativa abre un importante potencial para el ingreso de mariscos y moluscos poco conocidos y comercializados en este país y que Chile está en condiciones de poder exportar dada su condición de gran país pesquero. Por tanto, se siguen abriendo nuevos nichos y puertas para que los productores de este rubro continúen en el proceso de introducir nuestros productos del mar.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Los moluscos y mariscos son consumidos de distintas formas. Existen variadas formas de prepararlos y dependerá del gusto del consumidor y tipo de comida que quiera degustar.

Los moluscos y mariscos se consumen en general fresco o congelado, o en conserva al natural y sin agregado de conservante alguno. También se pueden consumir en productos conservados en escabeche. Pueden ser el acompañamiento perfecto de cualquier carbohidrato como puré, pastas o arroz. Su consumo además se puede hallar como patés, salsas, aderezos, cremas, rellenos de masas, sopas, ensaladas, rebozados o como cualquier comida que el cocinero considere relevante incluir en su receta.

Ante la gran cantidad de restaurantes italianos por la gran inmigración italiana y españoles, se consumen muchos mariscos en preparaciones como paellas o risottos de mar. El pulpo se consume cada vez más en preparaciones españolas, peruanas tanto a la plancha, en guisos.

Se consume asimismo algo de marisco en conserva, poco por la poca oferta existente. Este es un nicho para explotar pero con degustación en puntos de venta.



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

La comercialización de los mariscos y moluscos se realiza a través de distintos sistemas y puntos de venta donde puede el consumidor comprarlos.

Los principales medios de comercialización, se encuentran en el Mercado Central de cada provincia de Argentina, las ferias libres de distintos puntos de cada ciudad, supermercados, marisquerías, pescaderías y distribuidores mayoristas o minoristas. Sin embargo, el acceso a los moluscos y mariscos dejó de estar excluido sólo a este tipo de lugares.

La tecnología ha dado un importante soporte a los consumidores en este sentido, permitiendo que los productores, supermercados y mayoristas distribuidores puedan acercar la oferta. Existen varios sitios webs donde es posible acceder a la oferta de estos productos tales como: [www.regente.com.ar](http://www.regente.com.ar), [www.jumbo.com.ar](http://www.jumbo.com.ar), [www.regente.biz](http://www.regente.biz), [www.sales-seafood.com.ar](http://www.sales-seafood.com.ar), [www.lacrevette.com.ar](http://www.lacrevette.com.ar), [www.lacampagnola.com](http://www.lacampagnola.com), [www.congeladosartico.com.ar](http://www.congeladosartico.com.ar), entre otros.

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

Los principales importadores de camarones y langostinos, reconocen que la calidad chilena de estos productos es superior a la ecuatoriana, sin embargo prefieren comprar a Ecuador por una cuestión netamente comercial – menor precio - ya que, de todas maneras, la calidad del calamar y langostinos ecuatorianos cumplen con las expectativas del consumidor argentino.

En cuanto al pulpo, todos los importadores coinciden en que la calidad que ofrece España es más blanda pero mucho más caro. Hay demanda para el pulpo español y para el pulpo chileno. Según ellos mismos dicen el pulpo chileno, con adecuada cocción puede ser tan tierno como el español, por lo cual tiene potencial. SE debe lograr que el SENASA apruebe una mayor cantidad de plantas procesadoras de pulpo para aumentar la oferta exportable. Los

importadores de estos productos comparten la opinión de que no han tenido inconvenientes con los proveedores chilenos y que se sienten a gusto comerciando con ellos.

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

La mayor temporada de consumo se da en semana santa; sin embargo existe un consumo promedio durante todo el año que se ve en general empañado por la escasez y continuidad de oferta de los productos del mar. El consumo promedio de los argentinos per cápita es del orden de los 8,4 kilos por año, comparado con los 24 kilos que consume Perú, y los 7 a 10 kilos anuales que se consumen en Chile, frente a un consumo mundial según la FAO de 17 kilos por año por habitante..

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

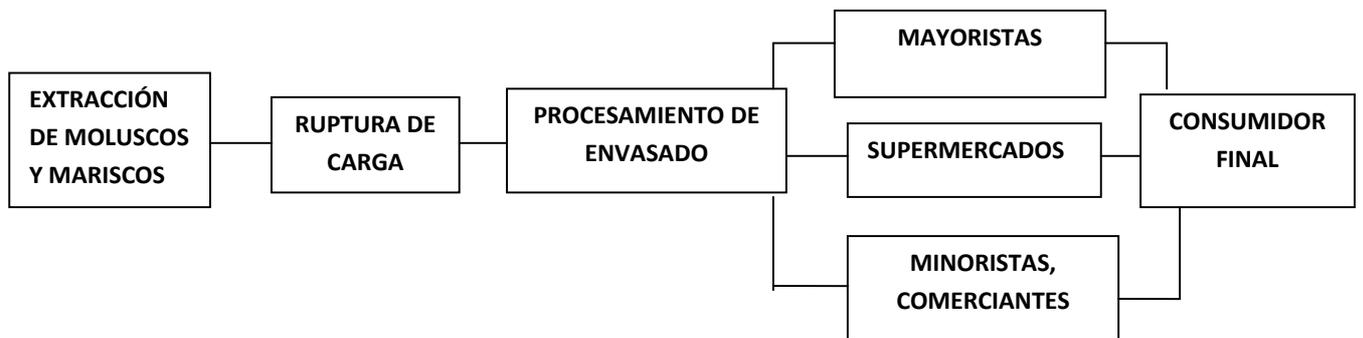
Las principales zonas de consumo de mariscos y productos del mar en Argentina se encuentran en la provincia de Buenos Aires. En esta provincia, los partidos de La Matanza, de Avellaneda, la Zona Norte y Capital Federal constituyen los centros de consumo de mayor importancia para los distribuidores que sobre la base de la densidad de población, el nivel socio-económico y la población total de cada partido resultan ser buenos indicadores de los centros de consumo. Mar del Plata es hoy el principal abastecimiento para los frigoríficos de productos marinos de la zona de Buenos Aires.

Otra de las zonas importantes de consumo se encuentra en la ciudad de Mar del Plata, la provincia de La Plata y la región de la Patagonia que se caracteriza por tener una gastronomía rica en productos del mar.

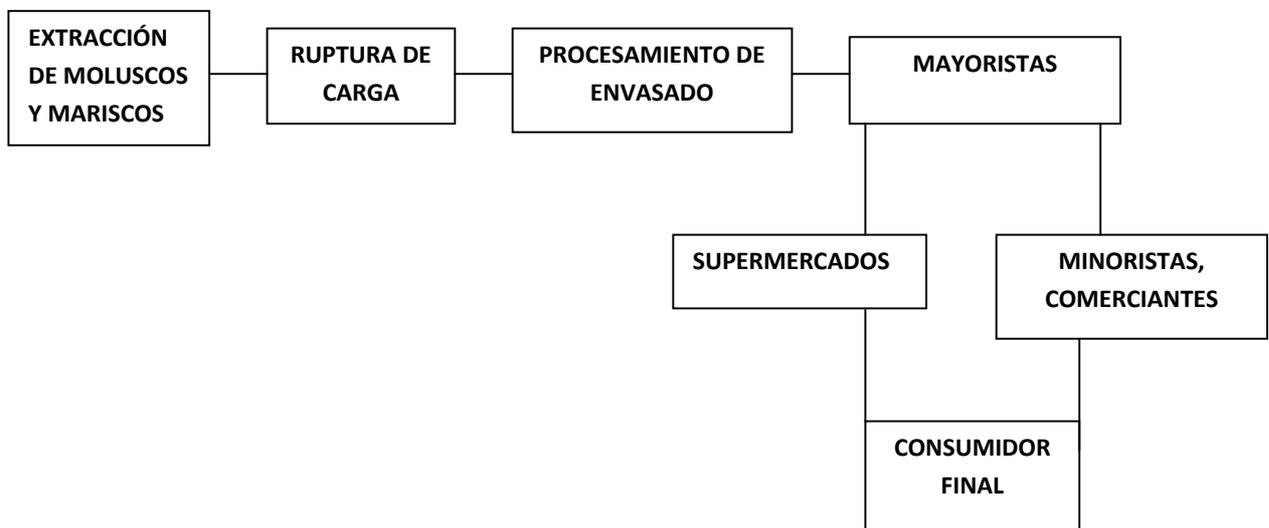
## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los mariscos y moluscos al ser extraídos del mar, requieren un grado de procesamiento y ser congelados antes de llegar al consumidor final debido a los procesos enzimáticos y al crecimiento de microorganismos que provocan su pérdida de calidad original. Esta situación conduce a que la cadena en frío en el cual son comercializados y distribuidos los productos esté siempre presente, a través de registradores térmicos que permitan controlar la temperatura adecuada que en general debe ser menor a los -18°C.

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



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



Los productores con distribución nivel nacional o provincial en Argentina, 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, quienes 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 los 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 GBA 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.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Existen precios promedios de determinados productos del mar. A continuación se señalan los precios de retail que los supermercados componen en sus canastas de presentación de productos del mar, expresados en kilos, en pesos argentinos y su equivalencia en dólares.

NOMBRE PRODUCTO	PRECIO por kg.	EQUIV EN US\$
Almeja Blanca chilena	\$51,57	US\$12,89
Almeja macha chilena	\$82,83	US\$20,70
Anillas de Calamar	\$69,99	US\$17,49
Berberechos pelados cocidos	\$64,85	US\$16,21
Cachete de abadejo	\$73,83	US\$18,45
Calamar entero	\$17,90 a \$20,23	US\$4,50 a US\$5,10
Calamar tubo	\$58,75	US\$14,70

Calamarete entero	\$30,93	US\$7,73
Calamaretti español (puntillas)	\$31,99	US\$7,99
Callo de vieira	\$106,89	US\$26,72
Camarón pelado cocido Ecuador	\$82,29 a \$87,99	US\$ 20,57 a US\$21,99
Camarón cocido pelado chileno	\$199,96	US\$49,99
Camarón pelado cocido	\$96,19 a \$151,96	US\$24,24 a 37,99
Cangrejo entero crudo	\$21,29	US\$5,32
Caracol entero	\$105,93	US\$26,48
Cigalas entera	\$138,03	US\$34,51
Langosta entera	\$266,43	US\$66,61
Langostino carabinero español	\$373,43	US\$93,35
Langostino entero cocido grande	\$96,19	US\$24,05
Langostino entero crudo	\$74,79	US\$18,70
Langostino entero cocido	\$49,9 a \$64,45	US\$12,48 a US\$16,11
Langostino entero crudo grande	\$69,90	US\$17,48
Langostino crudo pelado	\$138,76	US\$34,69
Langostino pelado cocido	\$103,96	US\$25,99
Mejillón ½ valva chileno	\$31,03 a \$35,99	US\$7,75 a US\$8,99
Mejillón pelado cocido chileno	\$31,67 a \$55,16	US\$ 7,91 a US\$13,79
Mejillón pelado	\$45,96	11,49
Mejillón pelado congelado	\$29,99	US\$7,50
Navajas entera española	\$64,09	US\$16,02
Nécora entera cruda española	\$80,15	US\$20,04
Ostión ½ valva	\$85,49	US\$21,47
Ostra congelada	\$24,50	US\$6,13
Ostra cultivo	\$28,79	US\$7,20
Pulpito español	\$53,39	US\$13,35
Pulpo chileno	\$59,99	US\$15
Pulpo español grande	\$138,03	US\$34,51
Pulpo español	\$106,89	US\$26,72
Raba tiernizada congelada	\$58,75	US\$14,69
Sepia entera	\$69,90	US\$17,48
Tentáculos de calamar	\$26,49 a \$27,73	US\$6,62 a US\$6,93

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

Las principales distribuidoras mayoristas y de comercialización de los productos del mar, poseen una escasa promoción de consumo de estos productos y sólo se limitan a presentar su oferta a través de los sitios webs que cada una de ellas posee. Ejemplo de lo anterior, lo podemos visualizar en las páginas de los distintos supermercados que presentan su oferta de productos, como es la página del hipermercado Coto:

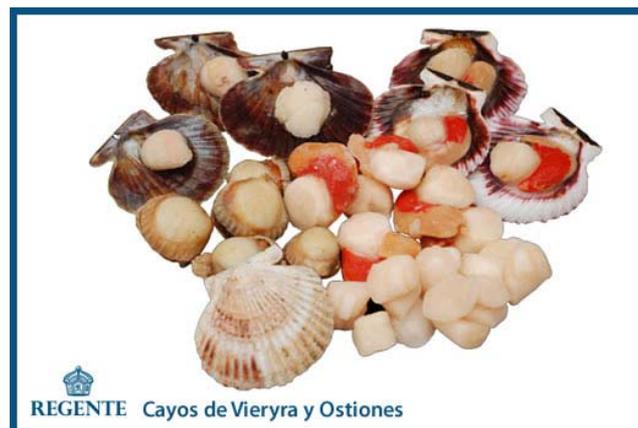


kg.  [Almeja blanca chilena x kg](#) \$51,57 equivalente a u\$ 12,89



kg.  [Almeja macha chilena x kg](#) \$82,83 equivalente a US\$ 20,70

Regente, es uno de los principales distribuidores y líder en la comercialización de pescados y frutos de mar en Argentina. Bajo las marcas **Regente, Imperial y Tres sietes**, la compañía provee productos seleccionados, de la más alta calidad, a las principales cadenas de supermercados y restaurantes. Su sitio web presenta sus productos de esta forma:



Es importante destacar la campaña que el año 2010 impulsó el gobierno de Argentina para el consumo de pescados y mariscos es un enorme empujón a la promoción de consumo de este tipo de productos. La idea que llevó a impulsar esta medida, fue el excesivo precio del producto en las góndolas de los supermercados. Esta iniciativa, ha aumentado la demanda de productos del mar en forma notable en cada una de las ciudades donde se ha implementado esta promoción gubernamental.

Los camiones recorren todo el país llevando los productos a precios de costo, lo que permite la llegada a lugares del territorio en donde generalmente los precios son altos por la distancia al mar. Ya este Programa ha llegado a

casi medio millón de argentinos, el cual fue implementado desde julio del año pasado por el Gobierno. El programa es coordinado y articulado por la Secretaría de Comercio Interior de la Nación.



## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

El cambio en las costumbres de vida y consumo de artículos de primera necesidad obligó a adaptar los materiales y tipo de envases. La mayor movilidad de las poblaciones, la mayor participación de la mujer en la actividad económica, el poco tiempo que se dispone en jornada laboral para alimentarse, las dificultades para encontrar un lugar de estacionamiento en las ciudades, refuerzan la tendencia a comprar en autoservicios, supermercados e hipermercados. Por lo que podemos afirmar que seguirán aún más creciendo el número de productos envasados y por ende el “packaging”.

La tendencia actual y futura en cuanto a alimentos congelados se refiere sin duda al “Quality Convenience Food”. Los productos congelados cuentan con la irrestricta confianza del consumidor en lo que se refiere a calidad y salud. Conveniencia en la preparación así como en el envase, desde el freezer hasta el horno y más aún hasta el horno de microondas.

Los productos preparados presentados en bandejas plásticas, resistentes a la esterilización, selladas y a la vez fáciles de abrir, también están en crecimiento.

Esta situación unida a la necesidad de presentar cada vez un producto en las condiciones más frescas y naturales posibles para el consumo de los productos del mar, hacen que los moluscos y mariscos sean presentados en envases tales como:

- Bolsa esterilizable
- Productos de valor agregado presente en conservas, congelados
- Envases semirigidos esterilizables
- Envases Flexibles
- Envases tipo AM que permiten el sistema de congelado envolviendo los productos al natural, pre-procesados para ser consumidos
- Envases herméticos
- Envases de vidrios
- Envases de aluminio



## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

El actual mercado argentino ha presentado una tendencia a diversificar su gastronomía y dieta alimentaria impulsada por el actual Gobierno, además de la popularidad que ha adquirido la comida japonesa, la comida peruana, la comida gourmet y de delicatessen en el país.

Se ha buscado disminuir el consumo de carne, y lo están logrando y esto se reemplaza en parte por pescados y mariscos.

El potencial que existe es enorme para continuar con la promoción y penetración de los moluscos y mariscos chilenos principalmente por las deficiencias que el propio mercado argentino presenta al carecer de variedad y de oferta sostenida en el tiempo con la misma calidad y cantidad de productos. A lo anterior, podemos mencionar además la falta de un servicio consolidado de transporte para la distribución de las cargas.

Resulta necesario mencionar que este potencial existente de poder penetrar y consolidar la actual oferta chilena de productos debe enmarcarse en una fuerte campaña de promoción y difusión de las bondades y cualidades de los productos que poco conoce la población argentina por rasgos de consumo cultural. Esto conlleva a informar a los clientes no sólo sus formas de preparación y manipulación, sino también a las medidas de salubridad que debe involucrar el consumo de los productos del mar.

Los consumidores de pescado, presentan un interés real en los productos del mar a través de los platos que permitan degustarlos. El consumo de mariscos y moluscos ha aumentado principalmente por la tendencia mundial en comer más sano y por la variedad que el mar nos proporciona con sus distintos productos que lo hacen no sólo accesible para muchos sino también de un costo significativo menor al de otro tipo de productos al no distinguir el origen de la materia prima.

La realización de Street Days, las visitas a importadores, las degustaciones que incluyan estos productos, y toda acción de promoción impulsará el aumento de un producto que, además, no tiene ningún tipo de restricciones a las importaciones.

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

## **SALON DEL VINO DE CÓRDOBA**

Salón del Vino Córdoba

**FECHA:** Junio 2- 4, 2011

**LUGAR:** Salón del Vino Córdoba, Córdoba

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

[info@salondelvinocordoba.com.ar](mailto:info@salondelvinocordoba.com.ar)

**TEL:** 54 0351 - 4284646

## **FERIA CUISINE-VINS EXPO 2011 BUENOS AIRES: EXPO VINOS Y GOURMET**

Exposición comercial de vinos y productos gourmet más sofisticada de Argentina

**FECHA:** Junio 8- 10, 2011

**LUGAR:** Palacio Paz, Buenos Aires

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

## **FITHEP MERCOSUR 2011**

**FECHA:** Junio 13- 17, 2011

**LUGAR:** Centro Costa Salguero

[http://www.publitec.com/fithep\\_2011/](http://www.publitec.com/fithep_2011/)

## **EXPO RURAL ARGENTINA**

Expo Rural, Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria Internacional

**FECHA:** Julio 21, 2011

**LUGAR:** La Rural Predio Ferial, Buenos Aires

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

[exposiciones@ruralarg.org.ar](mailto:exposiciones@ruralarg.org.ar)

**TEL:** +54 (11) 4777-5500

**CAMINOS Y SABORES**

Caminos y Sabores, Alimentos Regionales, Artesanías y Turismo de Argentina.

**FECHA:** Agosto 11, 2011

**LUGAR:** La Rural Predio Ferial, Buenos Aires

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

[infocaminosysabores@caminosysabores.com](mailto:infocaminosysabores@caminosysabores.com)

**TEL:** +54 (11) 4309-7663

**EXPO RURAL CÓRDOBA 2011**

Exposición rural Córdoba 2011 un evento que recoge la información sobre productos Agropecuaria, Industrial y Comercial

**FECHA:** Agosto 19 al 21, 2011

**LUGAR:** Predio Ferial de Malagueño en Córdoba

[info@socruralcordoba.org](mailto:info@socruralcordoba.org)

**HOTELGA**

Internacional de Equipamientos, Productos y Servicios para la Gastronomía y Hotelería

**FECHA:** Agosto 29, 2011

**LUGAR:** La Rural Predio Ferial, Buenos Aires

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

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

**Tel/Fax:** (54-11) 4394-1113

**LAS JORNADAS DE SUPERMERCADISMO**

Jornadas del Supercadismo Argentino

**FECHA:** Agosto 31, 2011

**LUGAR:** La Rural Predio Ferial, Buenos Aires

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

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

**SIAL MERCOSUR**

Feria Internacional de Alimentación en América Latina en la que se presentan productos alimenticios y tecnologías

**FECHA:** Agosto 31, 2011

**LUGAR:** Costa Salguero Exhibition Center, Buenos Aires

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

[info@sial-mercosur.com.ar](mailto:info@sial-mercosur.com.ar)

**Tel/Fax:** 54.11.5787.0257

**EXPO FORMOSA**

Exposición Nacional de Ganadería, Agricultura, Industria, Granja, Comercio y Turismo

**FECHA:** Septiembre 06, 2011

**LUGAR:** Predio Ferial Vuelta Formosa, Formosa.

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

**VINOS Y BODEGAS 2011: FERIA DE BODEGAS, VINOS Y GASTRONOMÍA**

Vinos y Bodegas 2011 es la exposición de vinos más importante del país, orientada a la promoción del vino argentino y a propagar el conocimiento y la cultura del vino.

**FECHA:** Septiembre 13 – 16, 2011

**LUGAR:** La Rural Predio Ferial, Buenos Aires

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

[smithm@nuevacom.com.ar](mailto:smithm@nuevacom.com.ar)

**Tel/Fax:** 54.11.4777-5500

**ENVASE/ ALIMENTEK**

Salón Internacional de Equipos y Máquinas para el Envasado y Embalaje de Alimentos

**FECHA:** Septiembre 20, 2011

**LUGAR:** Costa Salguero Exhibition Center, Buenos Aires

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

- <http://www.afip.gov.ar>
- <http://www.senasa.gov.ar>
- <http://www.alimentosargentinos.gov.ar>
- [www.anmat.gov.ar](http://www.anmat.gov.ar)
- <http://www.minagri.gob.ar/SAGPyA/pesca/index.php>
- <http://www.inidep.edu.ar/home.htm>
- **Las cámaras del sector:**
  - CAPECA. Web site:** <http://fis.com/capeca>
  - CALAPA. Email:** [calapa@calapa.com.ar](mailto:calapa@calapa.com.ar)
  - CAPA. Email:** [capa@roch.com.ar](mailto:capa@roch.com.ar)
  - CEPA. Email:** [cepa@copetel.com.ar](mailto:cepa@copetel.com.ar)
  - CAPIP. Email:** [capi@cpsarg.com](mailto:capi@cpsarg.com)
  - CIPA. Email:** [caarmpro@satlink.com](mailto:caarmpro@satlink.com)
  - CAIP. Email:** [cainpesc@statics.com.ar](mailto:cainpesc@statics.com.ar)

# XIII. INSTRUCTIVO

**Para registrarse como importador y/o exportador** de animales, vegetales, material de reproducción y/o propagación, productos, subproductos y/o derivados de origen animal o vegetal o mercaderías que tengan entre sus componentes ingredientes de origen animal y/o vegetal, en cumplimiento de la **Resolución SENASA 492/01**

- 1) Los formularios pueden retirarse en la **Coordinación de Importación de Productos (CIP)**, ubicada en Av. Paseo Colón 417 – PB (Oficina a la calle), Teléfono: 011-4121-5483/5488/5286.

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>

Los interesados radicados en el interior, los podrán solicitar en la Oficina Local correspondiente, quien los remitirá a la **CIP** junto con la documentación requerida, para que inicie el trámite. Concluido el mismo, se enviará a esa Oficina Local la constancia de registro. En caso de que no se aporte el material necesario será solicitado a los interesados por la misma vía. También pueden enviar la documentación por correo postal directamente a la dirección anterior. En ese caso, la constancia será enviada al domicilio legal declarado en el Anexo I.

- 2) Una vez completados los formularios, se presentan junto con la documentación requerida<sup>(\*)</sup> en **Mesa de Entradas (ME)** - Paseo Colón 379 - PB (oficina a la calle ), para iniciar un Expediente.
- 3) Ese Expediente es remitido por **ME** directamente a la **CIP**. Si la presentación es correcta, se extiende la Constancia de Inscripción que el interesado (o cualquier persona autorizada por él) puede retirar de la **CIP** después de las noventa y seis (96) horas hábiles de iniciado el trámite.
- 4) Cualquier consulta puede efectuarse en forma personal o telefónica en la **CIP**.
- 5) El diligenciamiento solamente puede ser canalizado por el/los titular/titulares o apoderado/s.

---

(\*) Documentación a presentar:

1. Fotocopia de Inscripción ante la **DGI** (constancia de CUIT que baja de la página Web de la AFIP).
2. Fotocopia de inscripción ante la **Dirección General de Aduanas** (Impresión de pantalla del Sistema Registral de la AFIP donde figura como HABILITADO).
3. Firmas de las personas autorizadas para realizar gestiones ante el **SENASA**, según modelo de nota **ANEXO "II"**.

Para Personas Físicas y Sociedades de Hecho (para las sociedades de hecho, esta documentación debe presentarse por cada persona que la compone):

4. Certificado policial original del domicilio real declarado
5. Fotocopia del documento cívico (1º y 2º hoja)

Para Personas Jurídicas y Sociedades de Hecho:

6. Fotocopia del Estatuto ó Contrato Social inscripto en el Órgano de Control Societario (en el caso de las sociedades de hecho, si lo tuvieren)

**TODAS LAS FOTOCOPIAS** deben estar certificadas por: Escribano Público, Juez de Paz, Policía u otro organismo de Seguridad, **NO POR BANCO**.

Para el Anexo II:

No puede faltar en ningún caso. Si no se autoriza a personas, tachar el cuadro correspondiente, pero presentarlo.

Si se incluye a personas, no puede faltar ningún dato de los solicitados (incluida la firma de cada uno).

En todos los casos, la firma al pie debe estar certificada por Escribano Público, Juez de Paz, Policía u otro organismo de Seguridad, **NO POR BANCO**. Esta firma es la **única** que va certificada en todo el trámite.

MEMBRETE PAIS EXPORTADOR

CERTIFICADO SANITARIO PRODUCTOS DE MAR

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:.....  
.....

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

Descripción del producto de la pesca / acuicultura <sup>1</sup>:

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):.....

Por medio de transporte siguiente <sup>3</sup>:.....

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)

Sello del Organismo Oficial .....

Firma y Sello del Veterinario

Oficial

<sup>1</sup> Tachar lo que no corresponda.-

<sup>2</sup> Vivos, refrigerados, congelados, salados, ahumados, en conservas, etc.-

<sup>3</sup> 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.-