

El mercado del jamón curado en Argentina

El mercado del jamón curado en Argentina

Este estudio ha sido realizado por Paloma Aguirre Larraz bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Buenos Aires

Marzo 2006

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR	6
2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	6
III. OFERTA	7
1. TAMAÑO DEL MERCADO	7
2. PRODUCCIÓN LOCAL	7
3. IMPORTACIONES	8
4. COMPETENCIA	10
IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	12
V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	14
VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	16
VII. DISTRIBUCIÓN	17
VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	19
IX. ANEXOS	21
1. EMPRESA	21
2. FERIAS	26
3. PUBLICACIONES DEL SECTOR	27
4. ASOCIACIONES	27
5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS	29

I. CONCLUSIONES

El jamón curado forma parte normal de la dieta de los argentinos. Recordemos que gran parte de la población argentina es descendiente de inmigrantes italianos y españoles que trajeron al país sus costumbres gastronómicas desde finales del siglo XIX.

Con anterioridad a la crisis existía una tendencia hacia la importación de este producto, favorecido por la política de tipo de cambio (1 peso argentino era igual a 1 dólar americano). Sin embargo, los niveles de importación se redujeron drásticamente tras la devaluación que tuvo lugar a finales del año 2001 y que afectó de manera importante al poder adquisitivo del argentino.

Esta situación benefició a las empresas locales y a las empresas extranjeras (fundamentalmente de capital español) que contaban con plantas de producción instaladas en el país, y que pudieron ofrecer un jamón curado de distintas calidades (desde baja hasta media/alta) a precios competitivos, generalmente a través del canal de la gran distribución. La crisis mencionada favoreció asimismo las importaciones de jamón desde Brasil, cuya oferta se basaba fundamentalmente en un producto con características similares al producto nacional de calidad baja y media/baja. Actualmente existe una oferta de producto nacional bastante inelástica procedente de empresas con pocos recursos financieros, que impiden la producción de jamones de mayor calidad a través de un mayor estacionamiento del producto.

En cuanto a la demanda, se encuentran en el país algunos nichos de mercado con un elevado poder adquisitivo. Se trata de segmentos de la población con gusto por los productos importados y con una menor sensibilidad a las variaciones en el precio.

Por otro lado, la recuperación económica del país y la estabilidad del tipo de cambio está favoreciendo un incremento del consumo en general, y también del volumen de jamón curado importado. Asimismo, el tipo de cambio del peso argentino con respecto al dólar ha favorecido el desarrollo del turismo en los últimos años, especialmente del turismo de alto nivel, siendo continuas las aperturas de hoteles de 4 y 5 estrellas y restaurantes de tipo gourmet.

Este desarrollo de la demanda potencial de jamón curado importado podría suponer una oportunidad para las empresas españolas interesadas en exportar este producto a Argentina tras la reciente reapertura de sus fronteras al jamón español en marzo de 2005.

A pesar de que todavía el nivel de jamón español importado está muy alejado del que se alcanzó antes de la crisis (apenas un 10%), el único producto español que compite en el mercado (jamón “Los tres toricos” con diferentes estacionamientos), alcanzó en el último año una cuota de mercado de casi el 23% sobre el total de jamón importado.

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

A la hora de acceder al mercado argentino es recomendable hacerlo a través de un intermediario que cuente con el sistema logístico adecuado para su correcta distribución y que realice todos los trámites relativos a la documentación necesaria para la importación, además de soportar el riesgo financiero.

II. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El objetivo de la siguiente nota sectorial es dar a conocer de manera general el mercado del jamón curado en Argentina. El nombre con el que se identifica este tipo de jamón en el país es el de “Jamón Crudo”, distinguiéndose asimismo algunas variedades, como Jamón crudo tipo Parma o tipo Serrano.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Para la realización de este estudio se ha utilizado la nomenclatura común MERCOSUR. Este sistema de clasificación arancelaria coincide en sus 6 primeras cifras con el sistema armonizado de aranceles europeo TARIC en todas las partidas arancelarias. No es posible, en cambio, hacer comparaciones entre ambos sistemas con una desagregación mayor, ya que por lo general las nomenclaturas no son coincidentes.

El siguiente cuadro indica las partidas arancelarias que abarca el presente estudio

PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCION
0210.11	Jamones, paletas y sus trozos sin deshuesar
0210.19	Los demás (jamones, bondiola, los demás)

III. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

El tamaño de mercado, o consumo aparente, es igual a la suma de la producción nacional y los productos importados del exterior, menos la producción destinada a la exportación.

En este caso, no es posible conocer de manera exacta el tamaño del mercado de jamón curado en Argentina ni su evolución en los últimos años, ya que actualmente no existen datos sobre producción nacional. No obstante, se puede hacer una estimación de la misma a partir de su clasificación. En Argentina el jamón curado pertenece a la categoría de las “Salazones Secas”, junto con la bondiola. Esta categoría supone aproximadamente el 3% de la producción de embutidos, lo cual representa a unas 8.700 toneladas en 2004, según datos estimados por la Cámara Argentina de la Industria de Chacinados y Afines (CAICHA).

La importación de jamón creció de manera lenta en los últimos años, siendo Brasil el mayor exportador de jamón crudo. Recientemente, en Mayo de 2005, se reabrieron las fronteras a la importación de jamón curado español, la cual estuvo prohibida desde 2001 debido al brote de peste porcina clásica que tuvo lugar en aquel año.

En cuanto a las exportaciones del producto, éstas siguen una tendencia ascendente desde los tiempos de la crisis. Las medidas proteccionistas del sector favorecieron el desarrollo de un empresariado local con capacidad de exportación. Según CAICHA, el estancamiento del consumo de jamón en Argentina propició asimismo esta salida al exterior. Los compradores de jamón crudo argentino son principalmente países limítrofes, destacando Brasil, Perú, Uruguay y Bolivia. Sin embargo, el aumento de las exportaciones es lento, pues no existe una cultura arraigada de consumo de jamón curado en los países vecinos, potenciales consumidores del producto argentino.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

La producción local de jamón curado en Argentina viene representada por un número reducido de empresas que controlan la gran mayoría de la cuota de mercado.

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

En los años 90 el sector experimentó un importante cambio tecnológico y de gerencia. Mediante la intensificación de los sistemas de producción, la mejora genética y la formulación de raciones equilibradas se logró mejorar los índices productivos y obtener productos diferenciados con alta eficiencia productiva.

Al integrarse hacia atrás la industria con la producción primaria, también se modificó la organización de la cadena productiva comercial. Este proceso implicó importantes inversiones, tanto en infraestructura, como en instalaciones y equipos destinados al confinamiento, que fueron provistos por empresas extranjeras especializadas que se radicaron en el país.

Existen dos importantes empresas con tradición y know-how español instaladas en el país desde antes de la crisis de 2001. Espuña funciona con capital español mientras que Campo Austral nació como filial de la española Campofrío, pero actualmente pertenece a propietarios uruguayos. Ambas compañías ofrecen jamón curado de diferentes calidades, desde media/alta hasta alta, y cuentan con un buen posicionamiento e imagen de marca en el mercado.

Por otro lado, la utilización de una política comercial proteccionista con altos aranceles e incluso prohibiciones a la importación ha favorecido la aparición de otros competidores locales que cuentan asimismo con una buena receptividad por parte del consumidor argentino. Empresas como Torgelón o La Octava compiten tanto en precios como en calidad con Espuña y Campo Austral, en los diferentes segmentos del mercado.

Sin embargo, el sector todavía tiene que superar algunas barreras para su desarrollo. Por un lado, en Argentina el precio del porcino es elevado, ya que la producción interna es deficitaria, llegando a ser necesaria la importación de cerdo de Brasil. Este elemento condiciona de manera relevante los precios de venta al público, que resultan a menudo elevados para un consumidor argentino con escaso poder adquisitivo.

Otros obstáculos están relacionados con la regularización del sector, así como con problemas de orden financiero que impiden un estacionamiento más prolongado del jamón curado, haciendo inviable la elaboración de un producto de mayor calidad. En el mercado existen productos nacionales cuyo estacionamiento va desde 3 a 15 meses, aunque para ser considerado un producto de calidad media/alta y alta se estima un período de maduración de 9 a 12 meses.

3. IMPORTACIONES

La declaración de default en 2001 y la devaluación del peso argentino sumió a Argentina en una profunda crisis que afectó al consumo en general y a las importaciones en particular, ya que los precios de los productos provenientes del exterior, especialmente los de la zona euro, estaban fuera de mercado en el país.

Es necesario destacar que antes de la devaluación el peso cotizaba a uno a uno con el dólar, pasando a ser tres a uno en 2001. En Diciembre de 2005 el valor medio fue de 3,02449 pesos por cada US dólar. Y es importante destacar que se ha mantenido relativamente estable alrededor de los 3 pesos por dólar durante los últimos años.

Es necesario tener en cuenta asimismo, la pérdida de competitividad europea ante productos provenientes del área dólar, por la apreciación que ha sufrido últimamente el euro con respecto al dólar.

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

En el siguiente cuadro se muestra la evolución del valor de las importaciones de jamón curado en Argentina en los últimos 5 años, expresadas en US\$:

	2.005	Cuota	2.004	Cuota	2.003	Cuota	2.002	Cuota	2.001	Cuota
Italia	721.298	41,99%	187.395	38,46%	601.191	70,15%	890.432	73,96%	7.241.283	57,14%
Brasil	612.435	35,66%	299.894	61,54%	255.820	29,85%	65.968	5,48%	576.423	4,55%
España	383.855	22,35%							4.041.436	31,89%
Francia							247.473	20,56%	678.976	5,36%
Otros									135.698	1,07%
TOTAL	1.717.588	100,00%	487.289	100,00%	857.011	100,00%	1.203.873	100,00%	12.673.816	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas INDEC

Es notable el efecto devastador de la crisis en los montos de las importaciones de jamón curado. En 2002 éstas pasaron a ser una décima parte de los volúmenes registrados el año anterior. La importación de jamón curado siguió disminuyendo durante los años 2003 y 2004, mientras que en 2005 se inicia una recuperación notable de la compra de jamón curado al exterior (incremento de más del 250% con respecto a 2004). Actualmente, las importaciones argentinas representan en volumen el 13,5% de lo que supusieron antes de la crisis.

En relación a los países de origen de las importaciones, es importante mencionar la desaparición de productos de algunos países, como por ejemplo Francia (en 2001 tenía una cuota del 5,36%), quedando el mercado actualmente repartido entre Italia, Brasil y España. Las posiciones de estos tres países han variado en los últimos años.

Mientras que en 2001 Brasil estaba por debajo de Francia en cuanto a sus ventas, actualmente es el segundo competidor más importante, por detrás de Italia. En 2005, el valor de las importaciones desde Brasil superó los niveles de 2001. Es necesario mencionar que el jamón curado brasileño importado es de la marca Sadia, empresa brasileña que cuenta con una filial en Argentina. Se trata de un producto con una relación calidad precio media/baja y suele ser importado en lonchas y envasado. La asociación de productores argentinos de embutidos está denunciando un posible caso de dumping por considerar los precios excesivamente económicos en relación al coste.

El jamón italiano ha mantenido el liderazgo del mercado a lo largo de estos años (con excepción de 2004). Sin embargo, su cuota de mercado se ha visto notablemente dañada por el incremento de las importaciones provenientes de Brasil y por la reaparición de España en el mercado. Actualmente, las importaciones italianas representan casi un 10% de las importaciones de 2001.

La posición de España en el sector viene condicionada por la suspensión de importaciones de productos españoles derivados del cerdo, como consecuencia del rebrote de peste porcina que tuvo lugar en 2001, lo que explica la falta de importaciones españolas hasta marzo del 2005, año en el que se permite la importación a un número limitado de empresas. España consiguió posicionarse en el mercado con un 22,35% de cuota en sólo 9 meses, mientras que antes de la crisis representaba un 31,89% de las

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

importaciones, por debajo de Italia. Hoy en día, el total de sus ventas en Argentina no llega al 10% de lo que representaron en 2001.

4. COMPETENCIA

A la hora de analizar la competencia, es importante considerar varios segmentos de actuación, relacionados con las distintas calidades del producto.

Por un lado, existe un segmento de calidad media/baja, donde compiten fundamentalmente alguna marca de jamón curado argentino (El Artesano, Los Ángeles) con el jamón brasileño, importado principalmente por la empresa brasileña Sadia. El período de estacionamiento de esta clase de producto no suele superar los tres meses, y los precios suelen ser bajos. Sadia comercializa fundamentalmente su jamón curado a través de mayoristas, en general en lonchas y utilizando su propia marca.

Por otro lado, existe otro segmento de calidad media que se distribuye fundamentalmente a través de supermercados e hipermercados. Dentro del mismo, los competidores principales son empresas españolas instaladas en el país, Espuña y Campo Austral (ésta última vendida recientemente a inversores uruguayos). Estas dos empresas cuentan con una ventaja competitiva importante, al beneficiarse de un proceso de producción a costos locales con un know how español.

Espuña comenzó exportando a Argentina en el año 1992. Desde 2001 fabrica en el país tanto jamón curado, como panceta, bondiola o cabeza de lomo. La empresa goza además de una excelente imagen de marca al relacionarse su producto con la imagen de “jamón español”, la cual cuenta con una buena receptividad por parte del consumidor argentino. La mayor parte de su producción se vende en supermercados e hipermercados (aproximadamente el 70%), y el resto al sector HORECA (hoteles, restaurantes y catering) y en algunas tiendas especializadas.

Campo Austral nació en 1994 como filial del Grupo Campofrío, comercializando una gran variedad de embutidos. Desde finales de 2002 inicia la producción de jamón curado y de otros embutidos en su fábrica de Buenos Aires. En 2005 la empresa española vendió su participación a los grupos uruguayos American Finance y Dimarans. Campo Austral se vende tanto en supermercados, como en tiendas delicatessen. También están presentes en hoteles y restaurantes a través de un distribuidor, aunque recientemente anunciaron su intención de trabajar directamente con estos clientes.

Por otro lado, existen algunas empresas de capital argentino que participan en este segmento, como pueden ser Torgelón o La Octava. Estas compañías cuentan con productos competitivos de diferentes variedades, incluyendo en su oferta jamón tipo parma y tipo serrano.

Este último aspecto constituye una de las preocupaciones de España e Italia a la hora de exportar al país. Ambos países emprendieron sin éxito acciones contra la utilización de la denominación “Tipo Parma” o “Tipo Ibérico” en jamones crudos muy distintos al genuino italiano y español. En 2000 se aprobó una nueva ley sobre “Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen para Productos Agrícolas y Alimentarios”(Ley 25.380) que pretendía regular el proceso de registro de denominaciones de origen así como propiciar acuerdos bilaterales o multilaterales para la protección y promoción de las mismas. Sin embargo, esto no ha solucionado el problema anterior, puesto que el jamón argentino utiliza la palabra “Tipo”, y no la denominación original.

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

Por último, en relación a la oferta local, conviene tener en cuenta la posible entrada en el sector de nuevos competidores, como Cagnoli o Bocatti, empresas ya asentadas en el mercado de los embutidos.

El producto importado compite en un segmento de calidad media/alta y alta. Los principales productos importados son italianos y españoles, y eventualmente productos franceses o belgas. Estos jamones son reconocidos en el mercado con marca genérica.

En este sentido, la mayoría del jamón italiano se comercializa como “jamón crudo italiano tipo parma” con la marca de la distribución o bien con la marca del importador. La mayoría del jamón italiano compite en segmento de calidad alta, gozando de una imagen muy positiva en el mercado argentino. Cuenta, además, con otra ventaja competitiva en el sector de la restauración, puesto que existe un gran número de restaurantes italianos que utilizan los productos del país.

Actualmente, tras la anulación de la prohibición a la importación de jamón español en Mayo de 2005, aparece alguna empresa española en el mercado. “Los tres toricos” es sin duda la de mayor presencia en la actualidad.

La empresa turolense comercializa jamón serrano y se dirige tanto a la gran distribución como al sector delicatessen con productos de diferentes calidades que van desde media (compitiendo con la producción local) hasta alta. También se encuentran otras marcas en el mercado como “Ducado de Irazo” o “Sierra de Albentosa”, que pertenecen también a la empresa española.

Otras empresas españolas se encuentran en la actualidad en negociaciones con empresas argentinas para tratar de introducir sus productos en el país.

IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

El consumo de jamón curado o crudo en Argentina se encuentra muy generalizado entre la población. Recordemos que se trata de un producto típicamente mediterráneo, y que la mayoría de los argentinos son descendientes de emigrantes italianos y españoles. Esto hace que los embutidos en general y el jamón crudo en particular formen parte de la dieta argentina.

La demanda de jamón curado en Argentina está constituida por tres grandes grupos: el sector HORECA (hoteles, restaurantes y servicios de catering), los consumidores de jamón crudo de una calidad media que acude a grandes superficies de distribución (“consumidor masivo”) y los consumidores de productos de tipo gourmet o de una calidad mayor.

El sector HORECA (hoteles, restaurantes y catering) representa una parte importante de la demanda. Se trata de un sector en plena fase de crecimiento promovido por el incremento del turismo en el país en los últimos años.

En el ámbito de la restauración existe una gran diversidad en la oferta, tanto en precios como en tipo de comida ofrecida. También se caracteriza por un mayor grado de exigencia en cuanto a calidad y servicio, especialmente en restaurantes de alto nivel o gourmet. Es destacable asimismo la importancia de los restaurantes étnicos en Argentina, siendo la gran mayoría italianos y españoles (representan aproximadamente un 15% de la oferta de restaurantes en Capital Federal). La oferta gastronómica ha sufrido un importante crecimiento, principalmente en Capital Federal y Gran Buenos Aires, concentrándose la misma en unas 5 zonas geográficas de la ciudad (Puerto Madero, Palermo Hollywood, Palermo Viejo, Recoleta y San Isidro)

El incremento masivo del turismo ha permitido igualmente el desarrollo del sector hotelero, especialmente de alto nivel en Capital Federal y Gran Buenos Aires. Existen actualmente unos 20 hoteles de 5 estrellas y 40 de 4 estrellas, y se prevén nuevas aperturas. Este segmento es un importante cliente potencial de productos gourmet.

El sector de servicios de catering atiende principalmente a empresas (47%), escuelas (13%), hospitales (27%), aerolíneas (10%) y eventos (1%). Aproximadamente unas 20 firmas efectúan servicios de alto nivel, posibles demandantes de productos delicatessen.

El sector HORECA presenta unas características específicas en cuanto al aprovisionamiento de productos y requiere una gestión de stock “just in time” más eficiente, rápida y controlada. Es por ello que conviene que la venta de productos importados al canal HORECA se realice a través de un intermediario local.

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

Dentro del sector de la restauración, una parte del consumo de jamón se destina fundamentalmente a la elaboración de bocadillos o sándwiches, cuyo consumo está bastante extendido en el país. En este sentido el uso del jamón curado sería como el de cualquier otro embutido, como el jamón cocido, el salame o la mortadela. En estos casos se suele utilizar un jamón de bajo coste y calidad media. También es común la venta de jamón en lonchas de una mayor calidad para la elaboración de las llamadas “picadas”, o surtidos de fiambres, que se consumen tanto en bares y restaurantes como en el hogar.

Por otro lado existe un consumidor medio que fundamentalmente realiza la compra de jamón crudo en supermercados y que antepone el precio a la calidad del producto, lo que se identifica con un tipo de consumidor “masivo”.

Asimismo es importante destacar la presencia de un nicho de mercado formado por los consumidores de productos de alta calidad, incluyendo los productos importados. Este segmento, aunque dañado por la crisis, se caracteriza por una menor sensibilidad al ciclo económico y a los precios de estos productos. Se trata de un consumidor de elevado poder adquisitivo con gusto por los productos delicatessen y también extranjeros. La demanda de productos delicatessen sigue una tendencia creciente en Argentina. Consciente de ello, la gran distribución ha optado por incluir en su oferta productos de mayor valor añadido e importados.

En relación al formato de venta directa al público en supermercados e hipermercados, el jamón se suele comprar en lonchas, envasado por el mismo distribuidor, con un pequeño rótulo que incluye la denominación del producto; el contenido neto o la indicación "venta al peso"; el nombre y la dirección del elaborador; los números de registro de identificación-tanto del producto como del establecimiento-; la fecha de vencimiento; las condiciones de mantenimiento y, finalmente, la lista de ingredientes y aditivos. También es posible comprar directamente en el espacio reservado a charcutería de estos establecimientos, donde los mismos charcuteros realizan los cortes. Estos dos formatos de venta se encuentran también en las tiendas delicatessen. Adicionalmente, en ocasiones especiales como la Navidad, se puede encontrar la pieza entera de jamón con hueso a la venta, junto con un kit de corte de la misma.

V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Para el cálculo del precio final de venta hay que tener en cuenta diversos aspectos que dependen fundamentalmente del número de eslabones en la cadena de distribución.

Generalmente, el precio de venta al importador o representante es FOB, por lo que todos los gastos de transporte y de aduanas, así como los trámites relativos a la documentación necesaria corren por cuenta del mismo. Los precios se suelen fijar por pieza entera sin hueso, que es la forma en la que se suele exportar el producto. Por lo general, el importador suele recibir un margen aproximado del 30% sobre el precio de venta. El margen medio de la gran distribución varía, asimismo, entre el 30 y el 35%, mientras que el sector delicatessen recibe márgenes más amplios, normalmente superiores al 50%.

El medio de pago a utilizar depende generalmente del grado de confianza que exista entre importador y exportador, aunque en general suele ser a través de carta de crédito con un plazo de alrededor de los 45 días.

El precio representa un elemento importante a la hora de entrar en el mercado argentino en caso de posicionarse en el segmento de calidad media. En este segmento, la evolución del tipo de cambio y su estabilidad condiciona de manera determinante las decisiones de compra de jamón extranjero por parte de los importadores. Se busca, en lo posible, que el jamón pueda competir en precios con el producto nacional, al menos en el ámbito de la gran distribución.

En el segmento premium, o de calidad alta, el consumidor es menos sensible a las variaciones en el precio, y por lo tanto no supone un factor tan relevante a la hora de ejercitar la decisión de compra como pudiera ser el prestigio o la imagen. Este consumidor compra normalmente el producto en tiendas especializadas y asocia precios altos a calidad alta.

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

Tras un relevamiento realizado durante el mes de Diciembre de 2005 en varios supermercados y tiendas delicatessen, la oferta de jamón presenta los siguientes precios, en dólares americanos* por kilogramo:

	CARREFOUR	JUMBO	COTO	AL QUESO QUESO
España				
(diferentes estacionamientos)	28,33 / 31,66	22,33 / 24,66 / 28,66 / 30	-	-
Campo Austral	-	17,66	18,33	-
Torgelón	-	18,33	-	26,66 / 33,33 / 40
La Octava	-	-	-	-
Los Tres Toricos				
(diferentes estacionamientos)	-	-	18,33	53
Swift Armour Parma	-	60	-	-
Swift Armour San Marino	-	32,66	-	-
San Daniele	-	-	-	63,33
Fiorucci (con sello Parma / sin sello Parma)	-	-	-	83,33 / 50
Marca Blanca	13,33	25,66	-	-
Marca Blanca Oferta	9,66	12,66	-	-
Paleta Jamón Entera (Kit)	-	109,66	-	-

Fuente: Realización propia

* El tipo de cambio medio en el periodo de realización del relevamiento de precios (1 al 15 de Diciembre) fue de 3,00971 pesos argentinos por 1 US\$ y de 1,17873 US\$ por 1 € mientras que el tipo de cambio cruzado € peso argentino fue de 3,54765.

VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En Argentina existe una percepción positiva del jamón curado español, favorecida principalmente por las empresas establecidas en el país con anterioridad a la crisis económica sufrida en 2001.

Una parte de la inmigración argentina de principios de siglo XX fue española, por lo que la gastronomía del país forma parte de la dieta argentina y los alimentos españoles suelen gozar de una muy buena reputación, especialmente el jamón curado. A pesar de que actualmente no existe el producto de alta calidad “ibérico español”, queda en la mente del consumidor el recuerdo de “un jamón de alta gama español” que se encontraba en el mercado antes de la crisis.

El consumidor argentino no logra distinguir las diferentes variedades de jamón curado, si bien lo asocia con un producto de alta calidad, comparable al Jamón italiano tipo Parma. Es por ello que, tras la reapertura del mercado a las importaciones españolas, este tipo de jamón podría tener demanda, al existir nichos de mercado en busca de estos productos gourmet cuyas necesidades no están satisfechas.

Por otro lado, algunas empresas españolas (como España o Los Tres Toricos) aprovecharon esta imagen para posicionarse en un segmento de calidad inferior a precios menores, y gozan de una buena receptividad por parte del consumidor argentino. Sin embargo, la marca individual no es de gran importancia en el mercado, ya que es más conocida la marca genérica “jamón español”.

Es de destacar que existen empresas locales (La Octava, Torgelón) que comercializan asimismo “jamón serrano” como una variedad del jamón curado, y que gozan en general de una buena posición y reconocimiento en el mercado. En general el consumidor argentino no asocia el concepto de “Serrano” con España, sino más bien con una variedad de jamón curado.

VII. DISTRIBUCIÓN

Existen tres canales diferenciados para la comercialización del jamón curado en Argentina, siendo en general necesaria la figura de un intermediario o importador para el acceso a los mismos

En primer lugar, los mayores volúmenes son comercializados por la gran distribución. El sector ha sufrido en los últimos años un proceso de concentración, tras la incorporación de Norte a Carrefour y con la reciente fusión entre Jumbo y Disco, quedando reducido el número de competidores (tres empresas controlan casi el 70% de la cuota de mercado). Esta es una de las razones por las cuales la gran distribución goza de un importante poder de negociación en cuanto al establecimiento de precios de venta y de acondicionamiento logístico. En general cobran a sus clientes al contado y pagan a sus proveedores a un plazo de entre 45 y 60 días. El margen de beneficio suele ser del 30-35%.

Es destacable la tendencia que están siguiendo supermercados e hipermercados de incorporar productos gourmet, muchas veces aglutinándolos en un sector especialmente diseñado con ese objetivo, para satisfacer algunos nichos de mercado con un elevado poder adquisitivo y con gusto por los productos de alta calidad, también importados.

Las principales cadenas de supermercados y sus respectivas cuotas de mercado se muestran en el siguiente cuadro:

Gran Distribución	Cuota	Nº Establecimientos
Carrefour + Norte	30%	198
Jumbo + Disco	23%	203
Coto	16%	102
Walt Mart	5%	11
La Anónima	4%	104
Otros	22%	-
Total	100%	-

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas con agentes del sector.

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

En cuanto a las importaciones de jamón curado que realiza la gran distribución, la mayoría de éstas son llevadas a cabo a través de importadores. De hecho, en 2005 Supermercados Coto fue el único en importar directamente producto italiano (Alicisa Spa).

Esta práctica atiende a distintas causas. En primer lugar, las características físicas del producto condicionan la necesidad de frigoríficos y de un sistema logístico adecuado para su correcta conservación. Asimismo, la complejidad de las tramitaciones y la documentación necesaria para la importación hacen que las grandes cadenas de supermercados prefieran comprar directamente a importadores o representantes que asuman el riesgo de la importación. La mayoría de los grandes establecimientos comercializan además productos de marca blanca de distintas calidades. Jumbo, por ejemplo, vende productos con marca propia fabricados localmente por España, mientras que Carrefour trabaja en un segmento de calidad inferior con jamón nacional fabricado por El Artesano.

Otra posibilidad de llegar al consumidor final es a través de las tiendas de productos delicatessen. El sector ha ganado importancia a medida que se avanza en la recuperación económica del país. Este canal de distribución incorpora cada vez más productos importados, al existir nichos de mercado que demandan esta clase de productos.

La venta a través de este canal precisa asimismo la necesidad de un importador, por las razones anteriormente citadas en el caso de la gran distribución. Algunos de los negocios delicatessen de mayor importancia, concentrados en Capital Federal y Gran Buenos Aires son Valenti y Al queso queso. Ambos cuentan hoy en día con producto italiano, español y nacional, todos ellos de gama alta.

Una tercera vía de comercialización está constituida por almacenes (pequeñas tiendas de autoservicios) y mayoristas (como Makro o Maxiconsumo). Este canal de distribución representa aproximadamente un 60% del mercado del jamón curado en Argentina.

Por otro lado, en cuanto a las empresas importadoras que trabajan en el mercado argentino, existen solamente tres empresas que compran jamón curado. Swift Armour importa y comercializa desde hace años jamón italiano en piezas de distintas calidades (Parma, Filo y San Marino) con su propia marca a la gran distribución, a minoristas y a tiendas delicatessen. También distribuye jamón crudo nacional, a través de su marca Gourmet. Mirabrás Argentina, en cambio, importa y vende en exclusiva jamón español con la marca “Los tres toricos”. Se trata del único importador que trabaja actualmente con jamón español de distintos estacionamientos (desde 10 meses hasta 24 meses, con o sin hueso) y vende tanto a la gran distribución (la mayoría de las diferentes cadenas de supermercados y mayoristas) como al sector delicatessen en un porcentaje del 80% y 20% respectivamente.

Adami Alimenticia se dedica a la importación de productos tipo gourmet, fundamentalmente italianos. Tras la devaluación, las importaciones de jamón parma fueron prácticamente nulas. Sin embargo, éstas se recuperaron en 2005, año en que los volúmenes de importación crecen de manera considerable. La empresa vende jamón curado con su marca originaria (Casa Montorsi) al comercio mayorista o directamente a tiendas delicatessen y restaurantes, con una porcentaje aproximado del 50% para cada canal.

VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

A la hora de exportar jamón curado a Argentina es necesario tener en cuenta diversos aspectos relativos al organismo regulador de las importaciones de alimentos y a los distintos aranceles e impuestos aplicables a este producto.

El organismo que regula las importaciones de jamón es el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA). Para poder vender productos importados en Argentina, el importador deberá registrarse como tal en dicho organismo. Una vez aprobado el producto se le otorga un Número de Registro de Aprobación de Productos Alimenticios. Todos los trámites relativos a las homologaciones y certificaciones requeridas para la comercialización del producto deberán ser llevadas a cabo por el importador. El SENASA utiliza su propio reglamento, que contiene especificaciones en cuanto a los establecimientos (de producción y de comercialización) y a los productos específicos.

En este caso es necesario advertir de la prohibición de la importación de jamones curados con hueso cuyo proceso de maduración sea inferior a 270 días, jamones curados sin hueso cuyo periodo de maduración sea inferior a 190 días y paletas curadas con un proceso de maduración menor de 150 días.

A raíz del último rebrote de peste porcina clásica que tuvo lugar en España en 2001, la importación de productos cárnicos españoles en Argentina estuvo prohibida hasta marzo del 2005, año en el que el SENASA autorizó a un listado taxativo de 41 empresas españolas la venta de productos cárnicos porcinos al país. Para la elaboración de dicho listado se tuvo en cuenta la relación de empresas que exportaban a Argentina con anterioridad a la prohibición. Se encuentra en negociaciones la aprobación por parte del SENASA del Servicio Sanitario Español, lo que permitiría delegar las autorizaciones en el organismo español para este tipo de producto.

Por otro lado, existen una serie de aranceles e impuestos a tener en cuenta a la hora de comercializar jamón curado en el país.

Estos aranceles se muestran en la siguiente tabla (el porcentaje es aplicado sobre el valor CIF de la mercancía) :

PARTIDA ARANCELARIA	ARANCEL (%)
0210.11	10
0210.19	10

Fuente: Elaboración propia

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

Existe asimismo un coste adicional del 0,5% como Tasa Estadística para todas las operaciones de importación, cuyo importe sea inferior a 100.000 dólares. Para operaciones de mayor monto, se cobrarán como máximo 500 dólares. Estos porcentajes se aplican sobre el valor CIF de la mercancía.

Además de este coste adicional será necesario tener en cuenta algunos impuestos para la formación del precio final de venta al consumidor. Estos impuestos son el IVA, que es del 21% y el IVA adicional al consumo del 10%. Ambos impuestos se calculan sobre el valor de la mercancía más el arancel y la tasa estadística. El IVA es, además, recuperable por el importador a través del sistema de crédito y débito fiscal.

Asimismo, al momento de ingresar el producto en el país, el importador deberá adelantar un 3% adicional en concepto de anticipo del Impuesto de las Ganancias.

IX. ANEXOS

1. EMPRESA

- **FABRICANTES**

CAMPO AUSTRAL S.A.

Calle 12. Lote 2. Pque. Ind. Pilar.

(1629) Buenos Aires

Tel: +54 02322 496542

Fax: +54 02322 496200

Página web: <http://www.campoaustral.com.ar>

Email: info@campoaustral.com.ar

EL ARTESANO S.A.

Lisandro de la Torre1 764

(1440) Capital Federal Buenos Aires

Tel:+5411 4687 2305

Fax: +5411 4686 5623

Página web: <http://www.productoselartesano.com.ar>

Email: info@productoselartesano.com.ar

ESPUÑA S.R.L.

Ruta 32 km 1,5 Parque Industrial Pergamino

(2700) Buenos Aires

Tel/fax: +54 0247 443753

Página web: <http://www.espuna.es/>

Email: mgibert@espuna.es

DON JORGE S.A.

25 de Mayo 626

Ciudadela (Buenos Aires)

Tel/fax: +5411 4653-2975/7173 4657-4699/6995

Página web: <http://www.donjorges.com.ar>

Email: donjorge@donjorge.com.ar

EL LENGUE S.A.- MUTTI

Calle 11 lote9B Parque.Industrial Pilar

(1929) Buenos Aires

Tel/ fax: +54 02322 496000

Página web: <http://www.mutti-sa.com.ar>

Email: mutti@mutti-sa.com.ar

ESTABLECIMIENTO LOS CALVOS S.R.L.

J. B. Alberdi 5401

(1440) Capital Federal de Buenos Aires

Tel/fax: +5411 4635 2342

Página web: <http://www.loscalvos.com>

Email: loscalvos@loscalvos.com

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

FELICIANO PAZOS S.A.

Av. Monteverde 1745 (1846)
Adrogué (Buenos Aires)
Tel/fax: +5411 4297 862
Email: pazossa@ciudad.com.ar

FRIGORIFICO ANSELMO S.A.

Ruta 228 y Av. de los Constituyentes
(7500) 3 Arroyos (Buenos Aires)
Tel/fax: +54 0298 3427052
Email: anselmo@3net.com.ar

FRIGORIFICO BUENOS AIRES SA (TORGELÓN)

Avenida Teniente Gnal Donato Álvarez 1152
(1416) Capital Federal Buenos Aires
Tel: +5411 4581-1509 / 4581-4294 / 4581-8310
Fax: +5411)4581-9442 / 4583-9969
Página web: <http://www.torgelon58.com.ar>
Email: info@torgelon58.com.ar

FRIGORIFICO EL BIERZO S.A.

Bragado 6759/81
(1440) Capital Federal de Buenos Aires
Tel: +5411 4687 8787
Fax: +5411 4687 3173
Página web: <http://www.elbierzo.com.ar>
Email: info@elbierzo.com.ar

FRIGORIFICO EL NAHUEL S.R.L.

Victorino de la Plaza 1383
(1650) San Martín (Buenos Aires)
Tel/fax: +5411 4752 4256 / 4755 8356
Página web: <http://www.elnahuel.com.ar>
Email: admin@elnahuel.com.ar

FRIGORIFICO LA POMPEYA S.A.

Murguiondo 1946
(1440) Capital Federal de Buenos Aires
Tel/fax: +5411 4687 2261
Página web: <http://www.lapompeya.com.ar>
Email: pompeya@lapompeya.com.ar

FRIGORIFICO LOS TRES S.R.L.

Lisandro de la Torre 2669/71
(1440) Capital Federal de Buenos Aires
Tel: +54 4687 9199 / 6325 / 6326
Página web: <http://www.fricorificolostres.com.ar/>
Email: frigorificolostres@speedy.com.ar

FRIGORIFICO SARRIA SRL

Calixto Oyuela 1795
(1676) Santos Lugares Partido: Tres de Febrero (Buenos Aires)
Tel/fax: +5411 4757 1607
Email: sarria@ciudad.com.ar

FRIPASA S.R.L.

Cnel. Pagola 1360
(1752) Lomas del Mirador (Buenos Aires)
Tel: +5411 46554947 / 4220 / 4404
Fax: +5411 4655-4947
Email: cesarsanchez@fripasa.com.ar

INDUSTRIAS ALIMENTICIAS MANDOLESE S.R.L.

San José 979
(1663) Muñiz Capital Federal Buenos Aires
Tel: +5411 4664 0406 / 4667-2602
Fax: +5411 4451 3751
Página web: <http://www.mandolesesrl.com.ar>
Email: ventas@mandolesesrl.com

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

LA NUEVA ASTURIANA S.A.

Pieres 1214 / 1222

(C1440CSJ) Capital Federal Buenos Aires.

Tel/fax: +5411 4635-1032 / 9875

Página web: <http://www.lanuevaasturiana.com.ar>

Email: ventas@lanuevaasturiana.com.ar

LA OCTAVA S.A.

Avda. Emilio Castro 6228

(1440) Capital Federal Buenos Aires

Tel: +5411 4687-9374

Página web: <http://www.laoctava.com.ar>

Email: laoctava@laoctava.com.ar

LOMSICAR

Avda. Directorio 6079

(1440) Capital Federal. Buenos Aires

Tel: +5411 4687 2121 / 2151 / 7860

Fax: +5411 4686 1639

Email: lomsicar@speedy.com.ar

MOLINOS RIO DE LA PLATA S.A.

Chuquisaca 3655

(1688) Villa Tessei (Buenos Aires)

Tel: +5411 4489 6029

Fax: +5411 4205 2848

Página web: <http://www.molinos.com.ar>

Email: atenconsumidor@molinos.com.ar

SELLO DE ORO 45 S.A.

Gral. Eugenio Garzón 6815

(1440) Capital Federal Buenos Aires

Tel: +5411 4687 5305/5405

Fax: +5411 4687 1366

Página web: <http://www.sellooro.com.ar>

Email: info@sellooro.com.ar

TALPAQUE ALIMENTOS S.A.

Lisandro de la Torre 1764

(1440) Capital Federal Buenos Aires

Tel: +5411 4687 2305

Fax: +5411 4686 5623

Página web: <http://www.tapalquealimentos.com.ar>

Email: info@tapalquealimentos.com.ar

TEIDE S.R.L.

Ruta 210. N° 19272

Glew (Buenos Aires)

Tel: +5411 4233 0177/0178

Email: elizabeth@infovia.com.ar

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

▪ DISTRIBUIDORES E IMPORTADORES

ADAMI ALIMENTICIA

R. Castro 2868

(1636) Olivos (Buenos Aires)

Tel.:+5411 4794-5660 4794-5659

Fax: +5411 4794-5659

Importadora de productos gourmet

CARREFOUR ARGENTINA S.A.

Cuyo 3367

(1640)Martínez (Buenos Aires)

Tel: +5411 4003 7000/7300

Fax: +5411 4003 7722

Página web: <http://www.carrefour.com.ar>

Cadena de hipermercados

COTO CICSA

Paysandú 1842

(C1416CDP) Capital Federal de Buenos Aires

Tel:+5411 4586 7777

Fax:+5411 4586 7841

Página web: <http://www.coto.com.ar>

Cadena de supermercados

AL QUESO QUESO

Ramón Castro 2868

Olivos (Buenos Aires)

Tel/fax: +5411 47945660

Página web: <http://www.alquesoqueso.com>

Email: info@alquesoqueso.com

Cadena de tiendas delicatessen en la provincia de Buenos Aires

CENCOSUD S.A. (JUMBO)

Paraná 3617 edificio 200

(B1640FRA)Martínez (Buenos Aires)

Tel: +5411 4733-1400/1100

Fax: +5411 47331432/3

Página web: <http://www.cencosud.com.ar>

Cadena de hipermercados

DISCO S.A.

Larrea 847 1º Piso

(C1117ABA) Capital Federal Buenos Aires

Tel: +5411 4964 8000

Fax:+5411 4964 8039

Página web: <http://www.disco.com.ar>

Email: disco@disco.com.ar

Cadena de supermercados (adquirida por Cencosud/Jumbo)

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

MAXICONSUMO S.A.

Empedrado 2571
(C1416) Capital Federal Buenos Aires
Tel: +5411 401 96666
Página web: <http://www.maxiconsumo.com.ar>
Supermercados mayoristas

MICROPACK/LUCIO DI SANTO

Avda. Circunvalación 1810 bis
(2000) Rosario (Santa Fe)
Tel: +54341 4572020
Página web: <http://www.micropack.com.ar>
Email: informes@micropack.com.ar
Supermercados mayoristas

SUPERMERCADOS LA ANONIMA / IMPORTADORA Y EXPORTADORA DE LA PATAGONIA S.A.

Pérez Quintana 3580
(B1714JPV) Ituzaingo (Buenos Aires)
Tel: +5411 4489 9100
Fax: +5411 4489 9249
Página web: <http://www.laanonima.com.ar>
Supermercados

SUPERMERCADOS NORTE S.A.

Cuyo 3323 (B1640GJA)
Martínez (Buenos Aires)
Tel: +5411 4733 1700/1793/4
Fax: +5411 4733 1722
Página web: <http://www.norte.com.ar>
Cadena de supermercados adquirida por Carrefour

MAYCAR S.A. (VITAL MAYORISTA)

Chorroarin 1002
(C1427) Capital Federal Buenos Aires
Tel/fax: +5411 40144500
Página web: www.vital.com.ar
Email: recepcion@vital.com.ar
Supermercados mayoristas

MIRABRAS ARGENTINA S.A.

San Lorenzo 3061 (1651)
(1636) San Andrés (Buenos Aires)
Tel: +5411 47546241
Fax: +5411 47523170
Email: mirabras@ciudad.com.ar
Importador de jamón "Los tres toricos"

SUPERMERCADOS MAYORISTAS MAKRO S.A.

R. Gutierrez 3647 Avenida Panamericana (B1605EHC)
Olivos (Buenos Aires)
Tel: +5411 47560081/ 47562220
Fax: +5411 4756-2332
Página web: <http://www.makro.com.ar>
Supermercados

SWIFT ARMOUR ARGENTINA S.A.

Ing. Enrique Butty 240 8° Piso
(1001) Ciudad de Buenos Aires
Tel : + 5411 4130-1400
Fax. + 54-11-4130-1475
Página web : <http://www.swift.com.ar>
Email : info@swift.com.ar
Empresa fabricante de embutidos y fiambres. Importadora de jamón curado.

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

VALENTI ESPECIALIDADES S.A.

Posadas 1245

(1001) Capital Federal de Buenos Aires

Tel: +5411 815-3080/3090

Página web: <http://www.valenti.com.ar/>

Distribuidor de productos gourmet

WALT MART ARGENTINA S.A.

Bolivia 5831 (C1419EZY)

Capital Federal Buenos Aires

Tel: +5411 4573-6700/ 766

Fax: +5411 4573 6725

Página web: <http://www.walt-mart.com.ar>

Cadena de hipermercados

2. FERIAS

- **6º SALON INTERNACIONAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE MERCOSUR (SIAL MERCOSUR)**

Fechas de realización: 23 al 25 Agosto (última edición). Próxima edición por determinar

Predio: Predio Ferial La Rural de Palermo (Buenos Aires)

Auspicia: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos

Periodicidad: Bienal

Organizador:

EXPOSIUM AMERICA LATINA

Pellegrini 1149 9º Piso, C1009ABW Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Tel: +54.11.4328.5886

Fax: +54.11.4328.5859

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

- **EXPO EL GOURMET**

Fechas de realización: 28 Julio al 3 Julio (última edición). Próxima edición por determinar.

Predio: Hotel Sheraton Buenos Aires (última edición)

Periodicidad: anual

Organizador: ELGOURMET Canal de televisión y Sitio de Internet

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

ALIMENTOS ARGENTINOS

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos
(SAGPYA)

Paseo Colón 922 2º piso

(C1063ACV) Capital Federal Buenos Aires

Tel: +5411 43492253

Fax: +5411 43492097

Páginaweb: www.alimentosargentinos.gov.ar

INDUSTRIA CARNICA LATINOAMERICANA

PUBLITEC ARGENTINA S.A.

Av. Honorio Pueyrredón 550

(C1405BAP) Capital Federal Buenos Aires

Tel.: +5411 4903-9600/1

Fax: +5411 4904-0449

Email: info@publitec.com.ar

LA ALIMENTACIÓN LATINOAMERICANA

PUBLITEC ARGENTINA S.A.

Av. Honorio Pueyrredón 550

(C1405BAP) Capital Federal Buenos Aires

Tel.: +5411 4903-9600/1

Fax: +5411 4904-0449

Email: info@publitec.com.ar

AUTOSERVICIOS, SUPERMERCADOS & ALMACENEROS

EDITORIAL MORENO S.R.L.

Av. Julio A. Roca, 733. Pisos 4º y 5º

(1067) Capital Federal

Tel./Fax: +5411 4331-6682 y 4334-8857/58

SUPERMERCADOS & AUTOSERVICIOS

Editorial EDICIONES ESPECIALES DE MERCADOS
S.R.L.

San José, 377, 2º B

(1076) Capital Federal

Tel.: +5411 4381-1396

Fax: +5411 4383-6950

CATERING HOTEL & RESTAURANT

Av. del Libertador, 7336, 1º B

1429 - Capital Federal

Tel./Fax: +5411 4702-6001

4. ASOCIACIONES

EL MERCADO DEL JAMÓN CURADO EN ARGENTINA

- **CAMARA ARGENTINA DE LA INDUSTRIA DE CHACINADOS Y AFINES - CAICHA**
Bacacay 2576 (C01406) Capital Federal Buenos Aires
Tel: +5411 4611 7117/325
Fax: +5411 4613 6388
Página web: <http://www.caicha.org.ar>
Email: caicha@sinectis.com.ar

- **CAMARA ARGENTINA DE SUPERMERCADOS (CAS)**
FEDERACION ARGENTINA DE SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS
Viamonte, 342 - 2º piso
C1053ABH - Capital Federal
Tel: +5411 4510 1799
Fax: +5411 4510 1798
E-mail: cas-fasa@arnet.com.ar
Página Web: <http://www.cas.com.ar>

- **CAMARA ARGENTINA DE DISTRIBUIDORES Y AUTOSERVICIOS MAYORISTAS (CADAM)**
Linneo 1959 (1416)
Capital Federal Buenos Aires
Tel: +5411 4583-9600
Fax: +5411 4583-7900
Página web: <http://www.cadam.com.ar>

- **COORDINADORA DE LAS INDUSTRIAS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS (COPAL)**
Florida 537 2º piso oficina 513 (1005)
Capital Federal Buenos Aires
Tel: +5411 43258644
Fax: +5411 43251483
Página web: <http://www.copal.com.ar>

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

- **SERVICIO DE SANIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA – SENASA**

Avenida Paseo Colón 367 (C1063ACD) Capital Federal de Buenos Aires

Tel: +5411 4331 - 6041 al 6049

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

Email: cdocei@senasa.gov.ar

- **SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y ALIMENTOS**

<http://www.sagpya.mecon.gov.ar/>

- **CLARÍN (periódico nacional)**

<http://www.clarin.com>

- **LA NACIÓN (periódico nacional)**

<http://www.lanacion.com>