



Embajada de la
República Argentina
República de Corea

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

ESTUDIO DE MERCADO ALIMENTOS PARA MASCOTAS COREA DEL SUR

JULIO 2018

INDICE

CONTENIDO	Página.
I. Introducción	3
II. Mercado coreano	4
III. Estadísticas de importación	11
IV. Acceso al mercado	17
V. Productos Orgánicos	22
VI. Precios	24
VII. Ferias	27
VIII. Nómina de importadores	28
ANEXOS	33

Perfil del Mercado Coreano de Alimentos para Mascotas

I. Introducción

Según lo publicado por el *Euromonitor* (www.euromonitor.com) casi uno de cada cinco surcoreanos poseía un gato o un perro en 2017, y cada vez más personas incluyen a sus mascotas en el sistema de familia nuclear. Se trata de una nueva tendencia para la población del país, con el aumento en el número de hogares individuales y parejas sin hijos, por lo que se advierte un crecimiento en el mercado de alimentos, accesorios y servicios para mascotas.

En un contexto de creciente afecto a las mascotas, han surgido en la sociedad coreana varias start-ups innovadoras que ofrecen servicios relacionados -desde el transporte hasta funerales de mascotas-. "Petner" es un servicio de cuidado de mascotas lanzado por un ex veterinario que hace coincidir a los cuidadores de mascotas con los propietarios a través del sitio web. "Petner" permite que sólo los estudiantes de veterinaria y los veterinarios actuales se registren como cuidadores de mascotas. "Pet Me Up" es un servicio de taxi para mascotas.

El servicio funerario para mascotas es relativamente nuevo en Corea. En 2013 la enmienda de la Ley de Protección Animal definió las funerarias y los crematorios para animales como instalaciones que deben cumplir con las normas gubernamentales para registrarse como negocios. Actualmente, hay 23 empresas registradas que dirigen funerales y cremación para mascotas.

Resulta interesante también que como nuevo mercado potencial, la industria de mascotas de Corea ha desarrollado una gama de nuevos servicios como aromaterapia y seguro. En Corea existe la Asociación Internacional de Aromaterapia de Animales de Compañía (IAC), una organización sin fines de lucro con el propósito de contribuir al desarrollo y la mejora del servicio de aromaterapia y el bienestar general de los animales de compañía.

<i>Petner</i>	https://petner.kr/
<i>Pet Me Up</i>	https://www.petmeup.co.kr/
<i>Aromaterapia</i>	http://www.iacaroma.com/web/content01/index1.php

Por otra parte, numerosas compañías de seguros coreanas han introducido productos de seguros dirigidos a los dueños de mascotas, entre ellas Lotte Insurance, Samsung Fire & Marine Insurance y Hyundai Marine & Fire Insurance. El plan de seguro 'My Pet' de Lotte Insurance cubre perros y gatos, mientras que el plan de seguro médico para mascotas 'Familiaris' de Samsung Fire & Marine Insurance proporciona gastos médicos y compensaciones por lesiones provocadas de peleas con otros animales.

Según los datos publicados de la Asociación de Alimentos para Mascotas de Corea (*Korea Pet Food Association* <http://kopfa.kr>) unos 5,6 millones de hogares, lo que representa el 28,8% del total, criaron mascotas en 2017. Se estima que se crían alrededor de 6,6 millones de perros y 2,1 millones de gatos.

(en miles)

Perros	Gatos	Pescados	Hámsteres	Pájaros	Reptiles
6.660	2.070	230	120	90	80

Observación: 4,4 millones de hogares los cuales tienen perros crían 1,5 perros por Hogar y 1,1 millones de hogares crían 1,9 gatos aproximadamente.

Corresponde informar que a partir del 1 de enero de 2014 entró en vigencia un sistema de Registro (Código estándar internacional de 15 dígitos) de mascotas (perros) para efectivizar su control. Pero según el Animal Protection Management System (www.animal.go.kr) solo un tercio de los hogares que tienen perros se registran de acuerdo al sistema.

En Corea, existe una preferencia por los cachorros. Las razas de perros más populares con 24.9% son los maltés, seguidos de los perros Shih-Tzu (15.3%), Poodle miniatura (9.7%), Yorkshire Terriers y Jindo, una raza local coreana. Una de las razones de la preferencia por los perros pequeños deriva de las condiciones de vida de los coreanos que viven en las ciudades densas con edificios de apartamentos.

Se observa que los sectores principales de la industria de mascotas son los alimentos y la atención médica. En 2016, el sector de productos alimenticios generó el 33% mientras que los sectores de atención médica y de salud alcanzaron al 31%. Otros sectores incluyen suministros (alrededor del 20%), servicios (alrededor del 10%) y otras transacciones, incluidas las ventas de mascotas (alrededor del 6%).

Se analiza que el mercado coreano de mascotas sólo representa un 0,07% del producto interno bruto (PIB). Pero la industria ha crecido a una tasa promedio anual del 25% durante los últimos cuatro años. El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Asuntos Rurales pronosticó que la industria de mascotas crecerá cerca de 6 billones de wones (más de 5 mil millones de dólares estadounidenses) para 2020.

Actualmente el mercado coreano de alimentos para mascotas se estima en unos 700 mil millones de wones (u\$s 636 millones de dólares), y considerando la mayor proporción que en otros países de ventas de golosinas, el mercado neto de alimentos para mascotas tiene un valor de 400 mil millones de wones (u\$s 365 millones de dólares).

II. Situación del mercado coreano de los alimentos para mascotas

El crecimiento de los ingresos y la popularidad de la propiedad de mascotas, especialmente los perros ha aumentado la demanda de alimentos en Corea del Sur. La

importación total de Corea registró un crecimiento promedio anual del 16,5% en los últimos tres años (2015-2017). El crecimiento en términos de volumen fue del 13% durante el período considerado.

Cabe destacar que en 2017 Corea importó un total de 210 millones de dólares de alimentos para perros y gatos acondicionados para la venta al por menor, constituyendo un aumento del 147% con respecto a 85 millones en 2010. China tuvo la mayor participación de mercado importador de Corea en términos de valor (28% a \$ 59 millones), seguido por los Estados Unidos (23% a u\$s 49 millones), Francia (13% a u\$s 27 millones), Tailandia (10% a u\$s 21 millones) y Japón (5% a u\$s 11 millones).

La clasificación tarifaria local de alimentos para mascotas fue dividida a partir del año 2009 entre los alimentos específicamente destinados a perros y los elaborados para gatos. Actualmente los alimentos para perros abarcan un 70% del mercado importador. Pero debido a la creciente población que crían gatos y los mayores precios, la importación coreana de alimentos para gatos en términos de valor se está incrementando notablemente en los últimos años. Se analiza que los alimentos para perros, especialmente la comida seca, enfrenta una saturación del mercado. La importación coreana de alimentos para perros mostró un crecimiento del 16,4% en 2017 en comparación con 2016 mientras que la importación de alimentos para gatos registró un aumento de 39%.

Respecto a los orígenes, China fue del principal proveedor de los alimentos para perros con el 38% de participación en 2017 seguido por EE.UU. con el 21%. En lo que se refiere a la comida para gatos, EE.UU. tuvo una cuota del 28% del mercado importador coreano y Japón compartió el 15% del mercado en el período considerado. Se destaca que los envíos de Japón mostraron un crecimiento del 435% en 2016 y el 126% en 2017 respectivamente.

Cabe señalar que el mercado coreano estuvo casi monopolizado por las principales empresas globales y los productos nacionales se vendieron por un tercio del precio de los productos importados. Según el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Asuntos Rurales la cuota del mercado de marcas extranjeras se acerca al 70%. Mars Petcare, con sede en los EE. UU., ocupa más de un cuarto del mercado coreano con sus marcas Royal Canin, Cesar y Pedigree, seguido de Nestlé Purina con 11.5% y TFP Nutrition con 6.9% y ANF con 6.9%.

Pero últimamente, la preferencia de los consumidores se ha desplazado a las marcas domésticas, cuya calidad ha mejorado significativamente. Recientemente, LG Household & Healthcare (LG H & H), Korea Ginseng Corp. (KGC), CJ CheilJedang, Pulmuone y otras grandes compañías de alimentos entraron en la industria de los alimentos para mascotas de calidad Premium.

Una vez que los consumidores eligen una marca específica, tienden a seguir

comprándola sin prestar atención a marcas alternativas. Sin embargo las marcas domesticas recientemente lanzadas tienen una ventaja sobre las extranjeras en términos de equilibrio nutricional que satisfará las demandas de los dueños de mascotas que buscan alimentos más seguros y saludables para sus animales de compañía. Corresponde señalar que en Corea, la mayoría de los perros tienen menos tiempo para hacer ejercicio que los perros en otros países.

Como pionero de la industria de alimentos para mascotas de Corea CJ CheilJedang, un grupo gigante en el rubro alimenticio, lanzó las marcas premium O'Fresh y O'Nature en 2013 y 2014, respectivamente. La empresa ha logrado una participación de 6,1% en el mercado local.

LG H & H, que comenzó a producir champú para mascotas en 2016, lanzó la marca de comida para mascotas Sirius Will de primera calidad en enero de 2017. El segundo fabricante de cosméticos más grande del país tiene como objetivo desarrollar Sirius en una marca integral de cuidado de mascotas.

KGC ha seguido fomentando la marca de alimentos saludables 'Ginny Pet' desde 2015. Los suplementos nutricionales contienen concentrado de "ginseng rojo" como marca de lujo.

Pulmuone, una de las compañías líderes en el mismo rubro agregó en 2013 una nueva línea de alimento que se destina a mascotas que se llama "Amio".

Harim Group ha lanzado en junio de 2017 una marca de alimentación para mascotas marca "The Real" aplicando un estándar de alimentos humanos a todos los procesos, desde materias primas hasta fabricación y distribución.

Dongwon F & B y Sajo, compañías de latas de atún, ingresaron al mercado de latas enlatadas con atún para gatos y recientemente ingresaron al mercado de alimentación para perros. Dongwon F&B ha entrado en el mercado con el lanzamiento de su marca 'Nutriplan' en 2014. Recientemente, Dongwon lanzó el aperitivo para perros y gatos comercializando los productos a través de su propia sitio en línea

Sajo está compitiendo también en el mercado con sus propias marcas TopPet, Loveat, etc.

Seoul Milk lanzó una leche para mascotas "I pet Milk", desintegrada por completo de los ingredientes de lactosa en 2016.

Corresponde informar que los fabricantes que habían elaborado mayormente los productos de bajo costo en el mercado, como Daehan Feed, Daejoo Ind. y Woosung Feed, no han logrado mucho éxito en el mercado local de alimentos para mascotas acondicionados para la venta al por menor.

CJ CheilJedang	http://www.cj.co.kr/cj-en/brands/onature
LG H & H	http://www.lgcare.com/global/index.jsp
KGC	http://globalkgc.com/
Pulmuone	http://www.pulmuoneamio.com

Harim	http://www.harimgroup.com/en/
Dongwon F & B	http://www.dongwonfnb.com/services/EN/index
Sajo	http://www.sajomall.co.kr
Seoul Milk	http://en.seoulmilk.co.kr
Daehan Feed	https://www.iskhan.co.kr/eng/
Daejoo Ind.	http://www.daejooind.co.kr/
Woosung Feed	http://www.woosungfeed.co.kr/eng/

Cabe destacar que los principales hipermercados y tiendas de conveniencia de 24 horas están prestando creciente atención al mercado de alimentos para mascotas.



E-Mart, el minorista más grande en Corea, lanzó una cadena de tiendas multipropósitos “Molly’ Pet Shop” en 2015. Fue la marca privada más prominente en el mercado que se consideró como "choque cultural" en la industria para mascotas.

Entre una gran variedad de productos, los alimentos de las enormes colecciones para una dieta saludable para mascotas fueron: cartílago de pato, alas de pato, huesos de cordero, goma de cerdo y envolturas de pollo y pasteles de cumpleaños. La tienda también incluye un centro de adopción, un hotel y un café. Actualmente hay 35 sucursales en todo el país.



Homeplus, el segundo hipermercado más grande de Corea con 113 sucursales en el país, empezó recientemente comercializar su propia marca “Good Balance” en cooperación con cadena de TV “Channel A”.

CU, la cadena de franquicias más grande de tiendas de conveniencia de 24 horas en Corea, lanzó una marca 'Howlgo’ un tipo snack en cooperación con “Howpot”, compañía de los suministros de mascotas de primera calidad.

Costco, una cadena multinacional de venta a socios. Se venden diversos productos importados. Posee 14 puntos de venta en Corea.

Lotte Mart, la segunda cadena más grande siguiendo a E-mart.
E-mart <http://mollys.emart.com/index.jsp>
Homeplus <http://www.homeplus.co.kr>
CU <http://cu.bgfretail.com/en/index.do>
Costco <https://www.costco.co.kr>
Lotte Mart <http://www.lottemart.com>

Cabe señalar que la mayor parte de las ventas de los animales para mascotas se realiza a través del comercio minorista por internet (30%), hipermercados (35%), supermercados generales (15%), tiendas de mascotas y centros de venta de clínicas veterinarias (15%). Según los operadores locales, la introducción de una nueva marca requiere de una costosa campaña publicitaria entre los comercios especializados.

Las principales plataformas de mercado abierto on linea en el mercado coreano son:

11STREET <http://global.11st.co.kr/>
Una plataforma de mercado abierto proporcionada por SK Planet, corporación de TI líder en Corea.
GMARKET <http://global.gmarket.co.kr>
Una marca de eBay Corea, líder del comercio electrónico en el mercado local
COUPANG <http://www.coupang.com/>
Una de los minoristas en línea más grande de Corea, con más de \$ 3 mil millones en ventas anuales

En Corea los alimentos secos representan casi 90% del mercado. La comida húmeda todavía se considera como un producto premium y su precio es más alto que la comida seca. Sin embargo, la tendencia está cambiando y los alimentos húmedos, junto con otros productos alimenticios premium como los alimentos orgánicos, comenzaron a acumular una mayor participación de mercado cada año, gracias a las actividades de comercialización de los proveedores y distribuidores de alimentos.

La “Premiumización” es una tendencia clave. Existe una mayor demanda relativa en el mercado local de productos con un alto nivel de especialización en sus resultados, como por ejemplo, los alimentos que aseguran mayor suavidad y brillo al pelaje del animal, alimentos dietéticos o altamente digeribles, destinados a una raza específica o para “estómagos sensibles”, y hasta efecto de desintoxicación. También se comercializan diversos productos diseñados como complementos dietarios para añadir nutrientes a la dieta del animal según la etapa de vida en la que se encuentren.

Según los operadores locales, las ventas de alimentos para mascotas de primera calidad dominan casi 60% de las ventas totales. Las ventas de alimentos “premium” alcanzaron los 186 millones de dólares en 2015 y llegaron a unos 200 millones de dólares en 2018.

Sin embargo, corresponde señalar que de acuerdo con la tendencia de salud y bienestar de las mascotas, algunos propietarios también están optando por preparar comida casera para perros. Esto podría limitar latentemente la demanda de productos alimenticios para mascotas empaquetados.

Categorización del mercado

El mercado coreano categoriza los alimentos para mascotas en 5 “grados”: Organic ➤ Holistic ➤ Super Premium ➤ Premium ➤ Grocery Brand. Los alimentos más demandados para mascotas son de los de grados súper premium y premium.

- *Organic*: Productos que contienen el 70% o más de materias orgánicas
- *Holistic: Human grade*. No contiene organismos genéticamente modificados (OGM).
- *Super Premium*: No utiliza subproductos de origen animal, harina de carne ni hueso. No emplea antioxidantes como BHA (butylated hydroxyanisole), BHT (butylated hydroxytoluene), EQ (ethoxyquin), ni conservantes químicos como ácido sórbico o sorbato de potasio.
- *Premium*: Utiliza subproductos de origen animal, harina de carne y hueso y grasa animal.
- *Grocery Brand*: Utiliza colorantes y saborizantes.

Las marcas importadas de alimentos para mascotas generalmente tienen líneas de productos separadas para los hipermercados, venta minorista en internet, clínicas veterinarias y canales de tiendas de mascotas.

Aunque se venden bajo la misma marca que los disponibles en otros canales, los productos distribuidos a través de clínicas veterinarias generalmente tienen "Uso Veterinario" o términos similares impresos en sus empaques que proporcionan una mejor percepción a los clientes “royal” que están dispuestos a pagar productos de alta calidad con precio alto. Los surcoreanos están muy interesados en productos alimenticios para mascotas orientados a la salud. Estos incluyen marcas terapéuticas, que generalmente se venden a través de clínicas veterinarias.

Según fuentes de la industria local, Royal Canin Korea registró ganancias operativas de 22.800 millones de wones (u\$s 20,7 millones de dólares) en 2017 con un total de ventas de 79.863 millones de wones (u\$s 70,6 millones de dólares). Estas cifras mostraron que sus ventas se duplicaron durante los últimos dos años y el beneficio operativo durante el mismo período se ha triplicado.

Royal Canin Korea ha sido el líder en el mercado coreano con un fuerte reconocimiento de marca como una compañía francesa y una sólida red de ventas en clínicas de animales que sirven como puerta de entrada para alimentar las ventas. Cabe destacar también el marketing que comenzó desde finales de 2015 a través de

comerciales de televisión. Royal Canin Korea planea empezar la operación de su planta en Kimje, provincia de Jeollabukdo en la segunda mitad de este año en la cual que ha invertido 65 mil millones de wones.

Según lo publicado por el Consejo Nacional de Organizaciones de Consumidores de Corea (<http://consumer.or.kr>) en febrero del corriente año, los precios locales de los alimentos para perros y gatos fueron marcadamente más elevados que en los países de origen de las marcas globales.

El precio promedio de las ventas fuera de línea del producto de 1,5 kg de Royal Canin caniche adulto fue 23.000 wones en Corea mientras que el mismo se ha vendido a 4.346 wones en Francia. En comparación de los precios de cuatro productos importados desde los EE. UU., el precio promedio de la venta en este mercado fue 2,4~3,4 veces más caro que los EE.UU.

El precio local del “whiskas pocket fish 1,2kg” de la firma MARS fue el 1,75 veces más caro que los de otros 10 países analizados.

En una encuesta de 532 compradores por la misma organización, el 42,1% de ellos compró principalmente productos importados y respecto al origen, el 29,1% elogió los productos estadounidenses. Se observó que el 48,7% consideró principalmente la proporción de ingredientes en la compra.

Participación argentina en el mercado coreano

Por otra parte, corresponde informar que Argentina comenzó a colocar alimentos para perros acondicionados para la venta al por menor en el mercado coreano en 2004, abasteciendo el 2,73% de la demanda local. Dicha participación disminuyó a 1,87% en 2005, 0,12% en 2006, 0,16% en 2007 y 0,02% en 2008.

Los productos provenientes de Argentina que se comercializaron a través de Purina Korea se consideraron en el mercado coreano como alimentos de grado “grocery Brand” que contienen subproductos de origen animal y harina, grasas animales y colorantes, etc., vendiéndose a precios económicos en supermercados y a través de Internet. Uno de ellos es por ejemplo el siguiente

Marca: Puppy Chow

Origen: Argentina

Importador: Purina Korea

Contenido neto y precio al nivel consumidor: 15 kg /43.000 wones

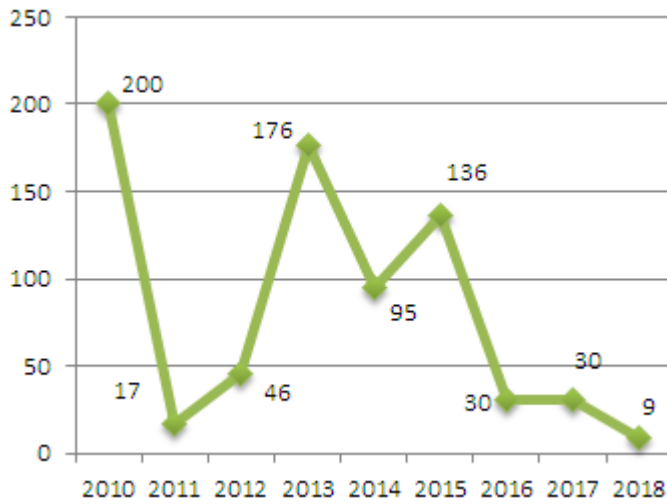
Composición: Proteína cruda 27%, grasa curda 13%, fibra cruda 5%

Ingredientes: Maíz amarillo molido, harina de gluten de maíz, harina de subproductos de pollo, digesto animal (pollo), fosfato dicalcio, suero seco, carbonato de calcio, sal, cloruro de potasio, B-12, D-3, sulfato de manganeso, etc.

A partir de 2009 la Argentina no efectuó exportación a este mercado bajo la clasificación tarifaria local 2309.10 (alimentos para perros acondicionados para la venta al por menor).

Si bien este informe se focalizó en dicha partida arancelaria, se detectó que existen exportaciones argentinas de preparaciones para la alimentación de animales bajo la partida 2309.90 (alimentaciones suplementarias para animales; principalmente sobre la base de sustancias inorgánicas o minerales, y otros).

Importaciones coreanas de Argentina de la partida 2309.90



AÑO	u\$s'000 CIF
2010	200
2011	17
2012	46
2013	176
2014	95
2015	136
2016	30
2017	30
2018	9

Unidad: en u\$s'000 CIF
2018 hasta mayo

Cabe destacar que recientemente la empresa argentina Bio Producciones S.A. introdujo en el mercado coreano su marca “The Green Dog”.



Según la información provista por el importador “Interpet Korea” la importación se realizó bajo la partida 2309.90 y la venta constituyó un contenedor de 40 pies por un valor aproximado de u\$s 50.000.

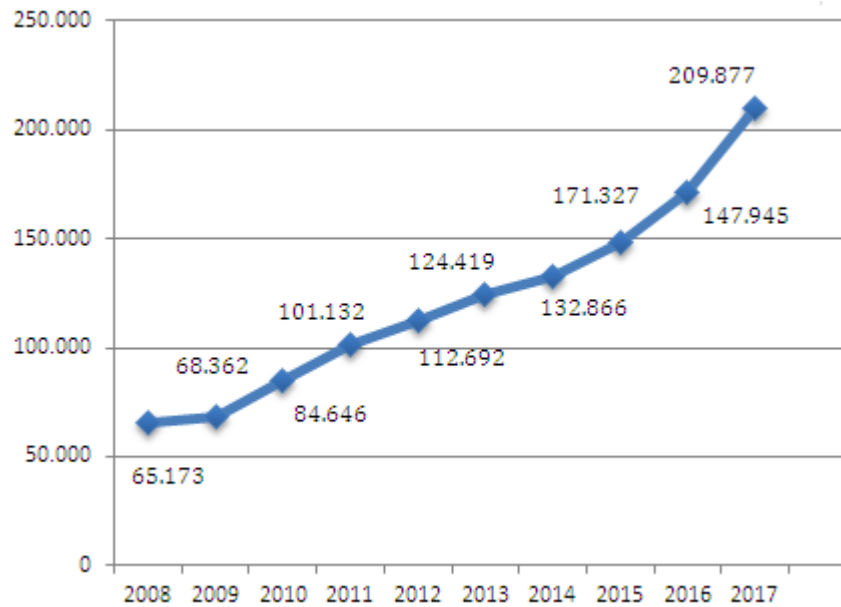
Se trata de un alimento de proteínas vegetales al 100%. Una bolsa de 3 kg se vende a un precio aproximado de u\$s18,5 dólares a través de internet.

III. Estadísticas de importaciones

Fuente: Korea International Trade Association (KITA www.kita.net)

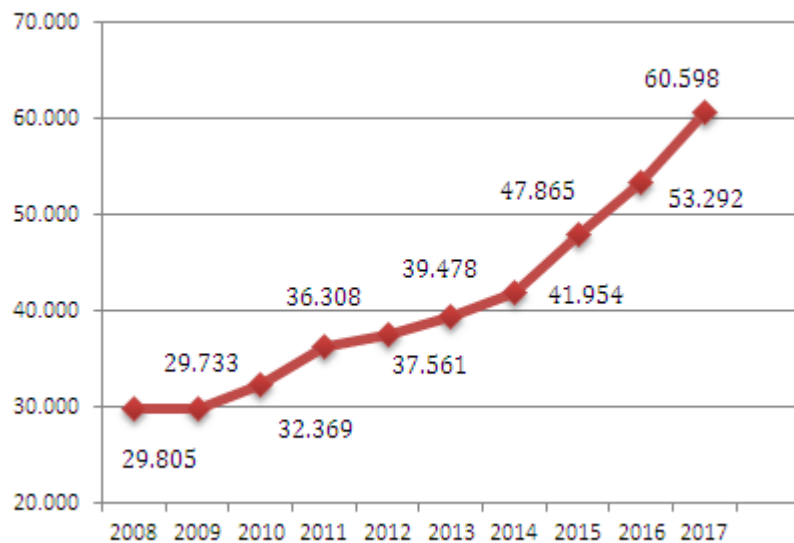
Evolución de importaciones totales de Corea de alimentos para mascotas por valor CIF (en U\$S'000)

AÑO	u\$S'000 CIF	Crecim. (%)
2008	65.173	12,1
2009	68.362	4,9
2010	84.646	23,8
2011	101.132	19,5
2012	112.692	11,4
2013	124.419	10,4
2014	132.866	6,8
2015	147.945	11,3
2016	171.327	15,8
2017	209.877	22,5



Evolución de importaciones totales de Corea por volumen (en tonelada)

AÑO	tonelada	Crecim. (%)
2008	29805	-0,2
2009	29.733	-0,2
2010	32.369	8,9
2011	36.308	12,2
2012	37.561	3,5
2013	39.478	5,1
2014	41.954	6,3
2015	47.865	14,1
2016	53.292	11,3
2017	60.598	13,7

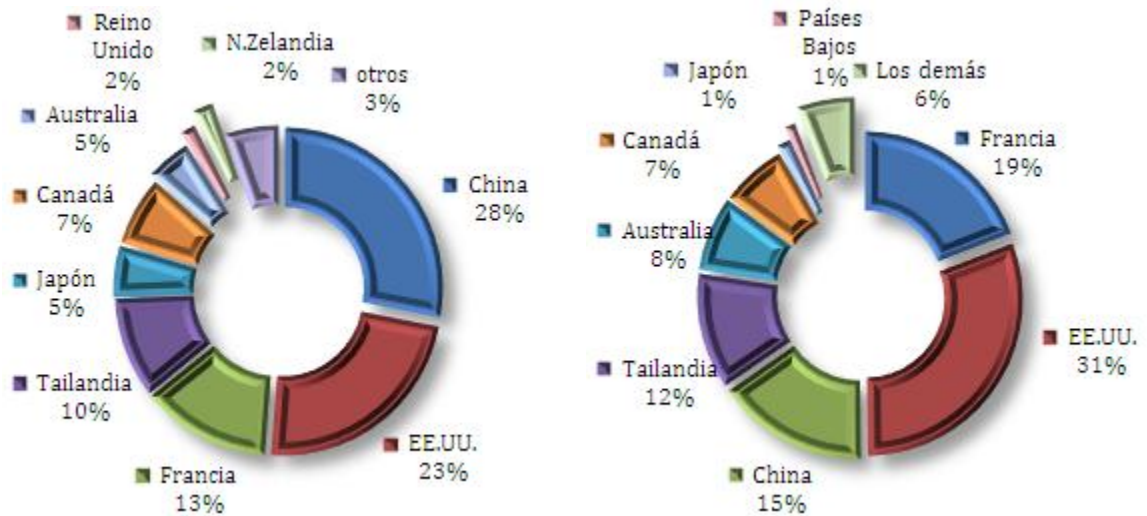


Principales países proveedores en el mercado local de alimentos para mascotas durante los últimos cinco años (2014-2018) en u\$s'000 CIF

	2014	2015	2016	2017	2018*
China	37.255	43.271	49.448	58.849	25.874
EE.UU.	34.009	39.862	41.891	48.644	21.702
Francia	22.802	19.352	21.015	27.394	19.331
Tailandia	14.617	15.744	17.427	21.214	8.916
Canadá	5.515	8.120	12.040	14.772	6.309
Japón	1.193	1.889	5.733	10.939	8.824
Australia	9.735	9.188	9.560	9.554	4.214
N. Zelanda	1.423	2.149	3.093	4.277	1.807
Reino Unido	483	990	1.621	3.110	1.937
Alemania	911	1.561	2.040	2.167	651
Países Bajos	1.839	2.094	2.049	2.086	1.430
Austria	953	959	1.309	1.938	669
Italia	603	672	865	1.133	547
Bélgica	47	540	879	944	366
Lituania	0	39	251	530	297
Irlanda	4	358	158	510	148
Brasil	337	731	1.130	411	385
Islandia	0	9	0	271	119
Taiwán	57	59	0	199	86
Vietnam	45	59	255	196	72
Los demás	1.038	299	563	739	703
Total	132.866	147.945	171.327	209.877	104.387

* 2018 hasta mayo

Participaciones (%) de los principales países proveedores en el mercado importador coreano



Participaciones (%) en el mercado local por valor en 2017

Participaciones (%) en el mercado local por volumen en 2017

Estructura del mercado importador coreano en 2017 por valor y volumen

	u\$s'000 CIF	Particip. (%)	TM.	Particip. (%)
Total	209.877	100	60.598	100
China	58.849	28,0	9.446	15,6
EE.UU.	48.644	23,2	18.546	30,6
Francia	27.394	13,1	11.636	19,2
Tailandia	21.214	10,1	7.270	12,0
Canadá	14.772	7,0	4.089	6,7
Japón	10.939	5,2	884	1,5
Australia	9.554	4,6	4.653	7,7
N. Zelanda	4.277	2,0	488	0,8
Reino Unido	3.110	1,5	449	0,7
Alemania	2.167	1,0	361	0,6
Países Bajos	2.086	1,0	631	1,0
Austria	1.938	0,9	798	1,3
Italia	1.133	0,5	244	0,4

Bélgica	944	0,4	322	0,5
Lituania	530	0,3	212	0,3
Irlanda	510	0,2	154	0,3
Brasil	411	0,2	195	0,3
Islandia	271	0,1	67	0,1
Taiwán	199	0,1	33	0,05
Vietnam	196	0,1	31	0,05

Evolución de importaciones coreanas de alimentos para perros por valor CIF (en U\$S'000)

	2016		2017		2018*	
	u\$S'000 CIF	Var. %	u\$S'000 CIF	Var. %	u\$S'000 CIF	Var. %
China	47.053	13,9	55.410	17,8	24.367	10,0
EE.UU.	26.828	5,2	30.433	13,4	13.373	-4,0
Francia	14.397	7,1	18.243	26,7	12.530	66,6
Canadá	9.017	46,8	10.683	18,5	4.440	15,2
Australia	9.102	1,3	9.019	-0,9	3.888	-3,2
Tailandia	6.713	11,6	6.807	1,4	2.755	-5,1
Reino Unido	1.348	61,3	2.629	95,0	1.691	150,5
N. Zelandia	2.694	52,7	3.544	31,6	1.621	25,3
Países Bajos	1.868	-2,4	1.964	5,1	1.281	46,1
Japón	1.479	35,2	1.341	-9,3	894	63,4
Italia	756	33,1	995	31,6	468	25,1
Austria	771	43,4	1.091	41,6	349	-4,5
Alemania	578	49,1	512	-11,3	318	126,4
Brasil	901	41,6	301	-66,6	309	402,5
Bélgica	742	59,4	832	12,0	306	37,6
Lituania	207	87,2	470	126,9	284	55,1
Irlanda	158	-55,9	510	223,3	148	2,0

Islandia	-	-	159	-	117	191,6
Nepal	93	42,1	126	35,6	97	86,2
Dinamarca	127	47,9	111	-12,8	90	253,2
Total	125.292	13,6	145.878	16,4	69.678	16,8

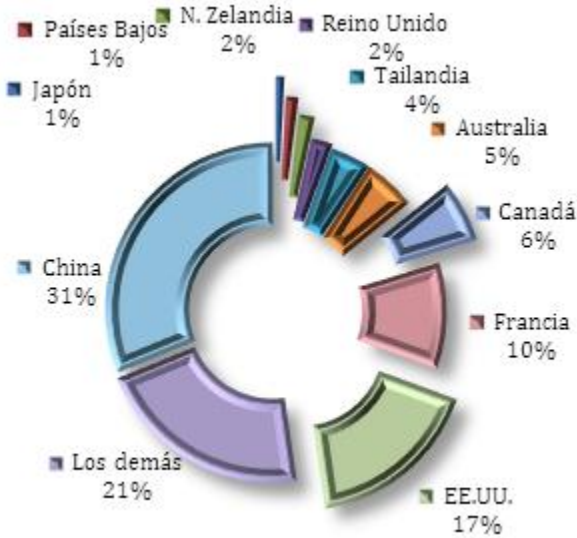
* 2018 hasta mayo

Evolución de importaciones coreanas de alimentos para gatos por valor CIF(en U\$S'000)

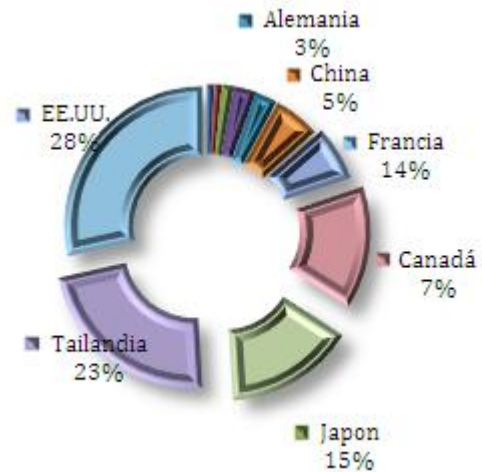
	2016		2017		2018*	
	u\$S'000 CIF	Var. %	u\$S'000 CIF	Var. %	u\$S'000 CIF	Var. %
EE.UU.	15.063	4,9	18.211	20,9	8.328	8,9
Japón	4.254	435,2	9.598	125,6	7.930	166,4
Francia	6.618	12,0	9.151	38,3	6.800	78,8
Tailandia	10.714	10,1	14.407	34,5	6.162	19,5
Canadá	3.023	52,8	4.089	35,3	1.869	40,0
China	2.395	22,2	3.438	43,5	1.507	22,0
Alemania	1.462	24,6	1.655	13,1	333	-50,9
Australia	459	129,7	535	16,6	327	29,8
Austria	538	27,7	847	57,5	320	7,4
Reino Unido	273	77,1	480	76,3	246	63,8
N. Zelandia	400	3,8	733	83,4	186	-26,6
España	68	29,1	68	-0,3	169	149,5
Países Bajos	181	1,1	122	-32,7	149	98,5
Suecia	23	66,2	42	82,7	90	0,0
Italia	108	4,1	138	27,3	80	39,8
Brasil	229	139,9	110	-51,8	76	85,9
Bélgica	137	83,3	112	-18,0	60	73,6
Eslovenia	24	236,1	26	7,9	28	343,5

Lituania	44	146,9	61	37,4	13	-9,4
Taiwán	7	-18,7	16	142,1	13	-10,9
Total	46.035	22,4	64,000	39,0	34,709	43,9

* 2018 hasta mayo



Participaciones (%) en el mercado local de los alimentos para perros en 2017



Participaciones (%) en el mercado local de los alimentos para gatos en 2017

IV. ACCESO AL MERCADO

1. Clasificación tarifaria local (CTL) y denominación

Partida 2309	Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales.
2309.10	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor.
2309.10.1000	Alimentos para perros.
2309.10.2000	Alimentos para gatos.

2. Régimen legal de importación y regímenes preferenciales (% ad valorem)

	General	Chile	Asean	India	UE	EFTA	Perú	EEUU	Turquía	Australia	Colombia	Canadá	Nuev Zel.	China	Vietnam
2309.10.1000	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,6	0
2309.10.2000	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,6	0

ASEAN: Brunei, Camboya, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Tailandia y Vietnam

EFTA: Islandia, Noruega Suiza y Liechtenstein

Fuente: Korea Customs Service

Otros gravámenes (% ad valorem): 10% de IVA

3. Restricciones no arancelarias para el ingreso

- 3.1. Se requiere la presentación de una declaración[®] de importación ante las “National Agricultural Cooperative Federation”, “Korea Feed Association” o “Korea Feed Ingredients Association”, las agencias de inspección acreditadas por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Asuntos Rurales (MAFRA) para su ingreso.

Plazos:

- Documentos: 3 días
- Encuesta de muestras: 18 días

- 3.2. Según la Ley de Administración de los Alimentos para Animales de Corea (*Korea Feed Management Act* www.law.go.kr), regulada por el MAFRA, los importadores de alimentos para animales (incluidos los alimentos para mascotas) deben presentar los documentos necesarios para el registro de ingredientes de piensos al gobernador del gobierno provincial (hay ocho gobiernos provinciales en Corea) o al alcalde de la ciudad para poder vender el producto en Corea.

Los importadores coreanos deben enviar los documentos requeridos (lista de ingredientes, información de la etiqueta en idioma coreano y lista de contenidos de medicina veterinaria) al gobierno provincial (o al gobierno de la ciudad) para vender los productos en Corea.

- 3.3. Se requiere la aprobación de la Animal and Plant Quarantine para el ingreso de los alimentos para mascotas que contienen ingredientes de origen animal.

Certificados requeridos para el ingreso de los productos argentinos que contienen ingredientes de origen animal:

- Certificado de origen
- Certificado sanitario^② expedido por SENASA
- Certificado de libre de BSE^③ (Encefalopatía Espongiforme Bovina) expedido por SENASA
- Certificado de productos ecológicos cuando corresponda
- Certificado de Non-GMO (Organismo modificado genéticamente) cuando corresponda
- Certificado de registro de ingredientes^④ de alimentos para ganado
- Certificado de análisis y de proceso de producción
- Certificado de lista de contenidos de medicinas veterinarias añadidas

Observaciones:

① Documento para la declaración de importación (en inglés): ANEXO I.

② Certificado sanitario (en castellano) acordados entre Argentina y Corea (09/07/2014): ANEXO II.

En el Certificado sanitario debe manifestarse que la materia prima de origen animal con la que se elaboró el producto fue sometida a una temperatura en el centro de 70°C durante un tiempo no menor a 30 minutos.

Han sido elaborados mediante un proceso de extrusión térmica y sometidos a una temperatura 121°C (calor húmedo) durante al menos de 20 minutos.

③ En el Certificado de libre de BSE: ANEXO II.

En el certificado debe manifestarse que el producto no deriva de materiales asociados a los siguientes productos prohibidos procedentes de los países designados (37 países):

- *animales rumiantes, carne y órganos y los productos de origen rumiante*
- *semen bovino, embriones y óvulos bovinos*
- *harina de carne y hueso, plasma deshidratado y otros productos de sangre, proteína hidrolizada, harina de pezuña, harina de cuerno, harina de víscera aviar, harina de pluma, harina de pescado, chicarrones desecados*
- *fosfato dicálcico, gelatina y otras mezclas (alimento, aditivos alimentarios, y premezclas que contenga los productos listados)*

④ En el certificado de registro de ingredientes deben registrarse los siguientes seis elementos:

Cantidad mínima (%): Proteína cruda / Grasa cruda / Calcio

Cantidad máxima (%): Ceniza cruda /Fibra cruda /Fósforos

Nota: La utilización de la palabra “cruda” responde a que la cantidad mínima o máxima que se especifica está determinada por ensayos de laboratorio y no por la cantidad ingerida por el animal. En consecuencia, las cifras que aparecen en los análisis garantizados no indican necesariamente un nivel de equilibrio nutricional o características del producto.

Entidades intervinientes:

National Agricultural Cooperative Federation (NACF)
<http://www.nonghyup.com>

Korea Feed Association (KOFEED)
<http://www.kofeed.org>

Korea Feed Ingredients Association (KFEEDIA)
<http://www.kfeedia.org/>

Animal and Plant Quarantine Agency (APQA)
<https://www.qia.go.kr>

National Agricultural Products Quality Management Service (NAQS)
<http://www.enviagro.go.kr>

Legislación correspondiente:

- Ley de Administración de los alimentos para animales (Ley 14476, 27/12/2016)
- Notificación 2009-15 del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Asuntos Rurales (22/03/09)
- Ley de Prevención de epizootias

3.4 Norma del etiquetado

Ley de Administración de los alimentos para animales (Ley 14476, 27/12/2016)

La rotulación en idioma coreano debe estar adherida al producto antes de iniciarse el proceso de su nacionalización. Es posible aplicar etiquetas adhesivas antes del despacho en aduanas. Prácticamente los importadores envían las etiquetas al exportador de acuerdo al requerimiento local para aplicarlas en origen.

-Nombre del producto

-Número de registro de los ingredientes, expedido por la autoridad coreana

- Denominación del alimento para mascotas
- Forma de presentación: (por ejemp. Extrusión)
- Categorías a las que se destina su uso: (por ejemp. Para gatos de menos de 1 mes de edad)
- Categorías: (por ejemp. Alimentos balanceados orgánicos importados)
- Análisis garantizado de los ingredientes registrados¹
- Lista de ingredientes²
- Peso neto
- Fecha de elaboración (aa.mm.dd)
- Período de conservación (aa.mm.dd)
- Nombre del fabricante
- Nombre, dirección y teléfono del importador
- País origen
- Lugar de cambio o devolución:
- Precauciones (o cuidados especiales)
- Logotipos de reciclaje³

¹ Análisis garantizado: Proteína cruda, grasa cruda, calcio, ceniza cruda, fibra cruda y fósforos. Se permite especificar garantías adicionales tales como las referidas a vitaminas, minerales y aminoácidos.

² Los ingredientes empleados deben citarse en orden de predominio descendiente por peso. Los nombres de los ingredientes en la lista deben aparecer en letras del mismo tamaño, color y tipo. No pueden agregarse referencias sobre la calidad y el grado de los ingredientes. Si se emplea carne y/o sub-productos de carne en la elaboración del alimento para mascotas, se debe indicar su origen (por ejemplo “carne de pollo”)

³ Logotipos de reciclaje

Envases de plástico:



Envases de vinilo:



Envases de latas:



HDPE: Polietileno de alta densidad
LDPE: Polietileno de baja densidad
PP: Polipropileno

PVC: Policloruro de vinilo
철: Hierro o acero 알루미늄: Aluminio
PS: Poliestireno

V. Productos orgánicos

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Asuntos Rurales (MAFRA) implementó el 3 de junio de 2017 el criterio para el etiquetado de alimentos orgánicos para mascotas (limitado a gatos y perros).

National Agricultural Products Quality Management Service
<http://www.naqs.go.kr>

El estándar de certificación orgánico para alimentos para mascotas del gobierno coreano se basa en el estándar del “National Organic Program (NOP)” del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). NOP: <https://www.ams.usda.gov/about-ams/programs-offices/national-organic-program>

Para cumplir con el estándar, las empresas tienen prohibido usar organismos genéticamente modificados y materia prima originada a partir de ellos. Además, deben usar materia prima producida orgánicamente, aditivos alimentarios y coadyuvantes permitidos.

De acuerdo al estándar NOP, los productos que contienen el 70% o más de materias orgánicas se pueden comercializar en el mercado coreano como los alimentos orgánicos para perros y gatos.

Existen 52 certificadoras estadounidenses y 41 agencias en otros países que están acreditadas por el USDA. Entre ellas, las certificadoras las cuales están habilitadas por el Servicio Nacional de administración de Calidad de Productos Agrícolas (NAQS) de Corea son 3 agencias estadounidenses y las siguientes tres organizaciones extranjeras:

Control Union Certifications
Australian Certified Organic
BCS-Oeko Garantie GmbH

<https://certifications.controlunion.com/es>
<http://aco.net.au/>
<http://www.bcs-oeko.de/>

Mientras tanto, el gobierno ha aplazado la aplicación de la norma de etiquetado para los productos certificados como orgánicos por las certificadoras extranjeras hasta el 31 de diciembre de 2018 considerando la preparación de los fabricantes locales y la venta de inventario actual de los importadores

Método del etiquetado de acuerdo al contenido de materia orgánica

Etiquetado	Productos certificados		Productos NO certificados	
	95% o más	70% ~ 94%	70% o más	Menos del 70%
Logotipo "ORGANICO"	O	X	X	X
"ORGANICO" como nombre del producto o parte del nombre del producto	O	X	X	X
"ORGANICO" en el panel principal	O	O	X	X
"ORGANICO" en otro sector del panel principal	O	O	O	X
"ORGANICO" en la nómina de los ingredientes	O	O	O	O

Productos que contienen el 95% o más de materias orgánicas



Se puede etiquetar "ORGANICO" como nombre del producto o parte del nombre del producto



En otro sector del panel principal

Se puede etiquetar "ORGANICO" en el nombre y contenido de los ingredientes

Productos que contienen el 70% o más de materias orgánicas



En el panel principal

Se puede etiquetar “ORGANICO” un producto que utiliza materias primas orgánicas: “Hecho con orgánico” (Made with ORGANIC)

No se puede etiquetar “ORGANICO” como el nombre del producto



En otro sector del panel principal

Se debe etiquetar el contenido total de los ingredientes orgánicos o el contenido de cada ingrediente orgánico

VI. Precio local a nivel minorista

-Cotización del dólar estadounidense del promedio anual de 2018 (02/01/18~04/07/18): 1.076,44 wones por unidad

-Los precios son los registrados en Internet.

-Está incluido IVA (10%)

-No está incluido el costo de entrega (2.500~3.000 wones aprox.)

Alimentos para perros

Detalle	Origen y Marca	Precio
1 kg. ADULT (1-7 años) Carne de pollo, maíz, papa, torta de soja	Doméstico LG H & H SIRIUS WILL	15.000 wones

60 gr x 3 unidades Carne bovina, carne de pollo, hígado de pollo, hongo	Doméstico LG H & H SIRIUS WILL	11.700 wones
7,5 kg Carne de cordero, harina de pollo, harina de trigo procesado	Australia Nestlé Purina	42.500 wones
8 kg. Menos de 1 año Carne bovina, maíz, trigo, arroz, torta de soja	Tailandia Nestlé Purina	29.900 wones
6 kg. Carne de pollo, grasa de pollo, aceite de salmón (Grain free) Libre de OGM, Antibióticos, Insecticida, Droga de la hormona, Colorante artificial, Preservativo sintético	Reino Unido Canagan Free Run	80.600 wones
1.5kg Hasta 12 meses Harina de carne de pollo y carne bovina, grasas de pollo, subproducto de granos, levadura de cerveza	Doméstico Daejoo Ind. RUAH Puppy	11.000 wones
5 kg. Subproductos de carne de pollo, carne de pollo, harina de hueso, arroz, maíz	Doméstico Daejoo Ind. Dograng Bronze	11.000 wones
5 kg. (200 gr.x25) Orgánico y 6 Free Carne de cordero, batata orgánica, arroz integral orgánico, cebada orgánica, polvo de pescado, semillas de girasol orgánicas	Doméstico Neu Wave Holistic	40.000 wones
227 gr. L.I.T. (Limited Ingredient Treats) Carne de pollo, harina de carne de pollo, papa, aceite de canola	EE.UU. Natural Balance	12.000 wones
17 kg. Subproducto de pollo, arroz, maíz, harina de carne	Doméstico Woosung Feed Nextop Puppy	30.900 wones
1,2 kg. Holistic Carne de cordero, arroz	Australia Absolute	16.500 wones
400 gr.	China	29.800

Carne bovina (en lata)	Puppy Friend	wones
------------------------	--------------	-------

Alimentos para gatos

11,3 Kg Harina de pescado, hígado, grasa animal, harina de maíz, gluten de maíz	EE.UU. Nestlé Purina Cat Chow	33.200 wones
6 kg. (300 gr. x 20) Harina de carne de pollo, maíz, trigo, pulpa de remolacha, salmón	Doméstico Cargill Agri Purina (Cargill Korea) Bistro	19.900 wones
6 kg. (400 g. x 15) Orgánico Libre de OGM, Antibióticos, Insecticida, Droga de la hormona, Colorante artificial, Preservativo sintético	Doméstico Osp Pet Food ANF Weight Care	43.000 wones
1,36 kg. Harina de carne de pollo, harina de salmón	EE.UU. Natural Balance	21.000 wones
160 gr. Atún, salmón (en lata)	Doméstico Sajo	1.500 wones

VII. Ferias & exposiciones

K Pet Fair
www.k-pet.co.kr
 Lugar: SETEC (Seoul Exhibition & Convention Center)
 Seoul
 Fecha de realización: 7 - 9 de abril de 2019
 Ente organizador: Korea Pet Food Association
 Contacto: Mr. Kevin Cha
 e-mail: withkpet@naver.com
 Tel: (82-2) 3397-0517



Daegu Pet Show
<http://www.petshow.co.kr>
Fecha de realización: 12 - 14 de octubre de 2018
Lugar: Exco(Exhibition & Convention Center), Daegu
e-mail: pet@exco.co.kr
Tel: (82.53) 601-5395



Busan International Companion Animal Show
<http://www.bicas.co.kr>
Fecha de realización: 18 - 20 de octubre de 2018
Lugar: BEXCO (Busan Exhibition & Convention Center)
e-mail: bicas3000@naver.com
Tel: (82.51) 583-9242



Import Goods Fair
www.igf.co.kr
Tipo de evento: internacional
Lugar: COEX, Seoul
Fecha de realización: junio de 2019
Ente organizador: Korea Importers Association
e-mail: igf@igf.co.kr
Tel: (82-2) 6677-1312



VIII. Nómina de los importadores locales

OSP Co., Ltd.
<http://www.osppetfood.com>
Mr. Tae Jun KIM
President
e-mail: onestopp1@hanmail.net
Domicilio: 860-3, Wonbuk-ri, Seungdong-myun, Nonsan-si, Chungnam (32925) ,
Korea
Tel: 82-41-734-8445 Fax. 82-41-734-8449

Daisan & Company
<http://www.daisan1.com>
Mr. Gun Hoon LEE
President
e-mail: anfpetcare@gmail.com
Domicilio: 9 fl., 508, Taeheran-ro, Gangnam-gu, Seoul

Tel: 82-2-548-8186

Interpet Kora Co., Ltd.

<http://www.interpetkorea.com>

<http://minishop.gmarket.co.kr/interpetkorea>

Mr. Eun Mo GOO

Manager

e-mail: emgoo@interpetkorea.com

interpetkorea@interpetkorea.com

bbkweon@interpetkorea.com

Domicilio: 3~4fl., 45, Seowun-ro, Seocho-gu, Seoul, Korea

Tel: 82-2-575-1583 Fax: 82-2-575-1584

<http://minishop.gmarket.co.kr/interpetkorea>

ARK P&C

<http://www.totalkorea.co.kr/y5/>

Mr. Sunkil NO

President

e-mail: 1totalkorea@naver.com

56-24 Machi-ro 284beon-gil, Hwado-eup, Namyangju-si, Gyeonggi-do

Tel: 82-70-7716-1985

Tel: 031-576-1985 Fax: 031-576-1984

CCPET Co. Ltd.

<http://www.ccpet.co.kr/>

Mr. Yong Gyun JUNG

President

e-mail: info@ccpet.co.kr

Domicilio: 591, Anyang-ro, Manan-gu, Anyang-si, Kyunggi

Tel: 82-31-474-0474 Fax: 82-31-474-0473

Eagle Vet

http://www.eaglevet.co.kr/main/html.php?htmid=goods/now_dog.html

Mr. Tae Sung KANG

President

Domicilio: Room 705, Eagle Town, 20, Gwangnaruro 2-gil, Sungdong-gu, Seoul

Tel: 82-2-464-2031 Fax: 82-2-469-0409

Natural Balance Korea

<http://www.naturalbalance.co.kr>

Mr. Yong Hyun KIM

President

e-mail: info@naturalbalance.co.kr

Domicilio: 4 fl., 79-9, Wonchun-dong, Youngtong-gu, Suwon, Kyonggi-do,

Tel: 82-2-1644-5055

JM Trading

<http://www.bunnyworld.co.kr/>

Mr. Changno PARK

President

e-mail: jmpet@daum.net

Domicilio: 27, Sukbayu-ro, Nam-gu, Incheon

Tel: 82-32-875-4471

Fax: 82-32-875-4473

Shine PET

<http://stores.auction.co.kr/shineplus11/List?Category=45110000&DisplayType=LargeImage&SortType=AuctionRank>

Mrs. Jumi KIM

President

e-mail yoona1228@naver.com

Domicilio: Room 107, 1 fl., Cresin Tower BD, 375 Ahasan-ro, Kwangjin-gu, Seoul

Tel: 82-70-4230-2084

SEOHAE

<http://www.11st.co.kr/product/SellerProductDetail.tmall?method=getSellerProductDetail&prdNo=1645457194>

Mrs. Eun Jung SONG

President

e-mail korajnj@hanmail.net

144, Deukda-gil, Hwasung-si, Suwon, Kyonggi-do

Tel: 82-70-4772-0003

TAECHU BIO

<http://petshopmall.co.kr/service/index.php>

Mr. Yong Gon KIM

President

e-mail: shryu@taechubio.co.kr

31-12, Nonggongdanji-gil, Samseung-myeon, Boeun-gun, Chungcheongbuk-do

Tel: 82-2-877-0993 / 82-43-542-5550 Fax: 82-2-877-0998

Good Friend

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

Mr. Hong Kwan SEO

President

e-mail: rok97@naver.com

Domicilio: 87-20, Deuksang-ro 99-gil, Seo-gu, Ilsan, Goyang

Tel: 82-31-923-2202 Fax: 82-31-923-2201

Dream Pet Food
<http://dreampetfood.com/>
Mr. Yeup CHUNG
President
e-mail: dreampetfoods@naver.com
Domicilio: 67, Sinnam-ro, Paju-si, Kyonggi
Tel: 82-31-924-2870 Fax: 82-31-911-8280

Nature's Variety Korea
<http://www.naturesvariety.co.kr/>
Mr. Young Sik IM
President
e-mail: info@naturesvariety.co.kr
430, Yangji-ri, Yangji-mteon, Cheuin-gu, Yongin-si, Kyonggi
Tel: 82-31-332-5885 Fax: 82-31-332-5884

DOGGY PARK
<http://www.doggypark.net/>
Mr. Sung Jin KIM
President
e-mail: doggy7450@naver.com
5, Nogok-il Yangsung-myon, Ansong-si, Kyonggi
Tel: 82-31-674-4489 Fax: 82-31-671-3389

Sung Bo Pet Nutrition Center
Mr. Deuk Joon AHN
President
e-mail: sbah@sbc.co.kr
Room 802, 100, Ahasan-ro 78 gil, Kwangjin-gu, Seoul
Tel: 82-2-2671-6932 Fax: 82-2-2671-6935

CHANNEL PET
Mr. Jong Kwan SEO
President
e-mail: online@chpet.kr
25-4, Opo-ro 871-gil, Gwangju-si, Kyonggi
Tel: 82-80-074-0074 Fax: 82-31-718-2996

ANEXO I

[Form No.5]

Import Declaration of Feedstuff			Term	Approval of document: 3 days Sample survey: : 18 dias		
① Declaration	1. Safety and Quality 2 BSE			② Clasification	1. Feed ingredients 2. Supplementary feeds 3. Mixed feeds	
③ No.				④ Date	Year Month Day	
⑤ Declarer	Business Registration No				President	
⑤ Declarer	Company name				Business type	
⑤ Declarer	Address				☎ - - (FAX:)	
⑥ Manufacturer	Business Registration No				President	
⑥ Manufacturer	Company name				Business type	
⑥ Manufacturer	Address				☎ - - (FAX:)	
⑦ Feeds	Products name			⑧ Ingredients registration No,	⑨ HSK No.	
⑦ Feeds	Name in Korean			⑩ Gross weight/ Amount	kg/ US\$	
⑪ Tipo de producto			⑫ Use			
⑬ Ingredients & contents						
⑭ Validity	From yy/mm/dd (Elaboration date) to yy/mm/dd		⑮ No of lot or Elaboraton			
Country of production				Export country		
Manufacturer	Company name			Address		
Exporter	Company name			Address		
Name of carrier			Port of clearance		Date arrival	yy/ mm / dd
Warehouse	(☎)	Warehouse No.			B/L No. of Airway Bill No.	
<p>I declare as above according to the Art. No.19 of Animal Feeding Management Law.</p> <p style="text-align: center;">Year Month Day</p> <p style="text-align: center;">Declarer: (Signature of Seal)</p>						

ANEXO II

República Argentina Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria	COREA DEL SUR País de destino/Country of destination
--	--

CERTIFICACIÓN SANITARIA/ HEALTH CERTIFICATE
 para la exportación de alimentos para animales que contienen ingredientes de origen animal/ for the exportation of pet food containing animal origin ingredients

I. IDENTIFICACIÓN DE LA MERCADERÍA / I. IDENTIFICATION OF GOODS						
I.1. Especie animal: I.1. Animal species:		I.2. País de origen República Argentina I.2. Country of origin República Argentina		I.3. Tipo de embalaje: I.3. Type of packaging:		
I.4. Cantidad de bultos I.4. number of packages	I.5. Descripción de la mercadería I.5. Description of goods	I.6. Fabrica I.6. Processing plant	I.7. Nº de Lotes I.7. Lot N	I.8. Kg. Netos I.8. net kilos	I.9. Kg. Brutos I.9. Gross kilos	
/						
I.10. Total / es/ Total						
I.11. Marca/s: I.11. Mark:			I.12. Número de registro del producto: I.12. Number of registration of the product			

II. ORIGEN DE LA MERCADERÍA/ ORIGIN OF GOODS			
II.1. Fábrica: II.1. Processing plant	Nombre:/name	Dirección:/Address	
Nº:			
II.2. Nombre del exportador/Name of exporter			
II.3 Dirección/ Address		Código postal /Postal Code	Tel:/Tel:
/			

III. DESTINO Y TRANSPORTE DE LA MERCADERÍA/ DESTINATION AND TRANSPORT OF GOODS			
III.1. Los productos son expedidos : III.1. The products are shipped from		III.2. País de tránsito: III.2. Country of transit	
(lugar de expedición/place of loading):		III.3. Puesto fronterizo de ingreso : III.3. Border ingress point:	
a:		(País y lugar de destino) / (country and place of destination):	
III.4. por el medio de transporte siguiente: III.4. Means of transport		III.5. Puesta a bordo: III.5. Shipping date:	
(Indique el número de vuelo o el nombre del buque/jetair flight number or vessel name)			
III.6. Número(s) de contenedor(s): III.6. Container(s) number:		III.7. Número de precinto: III.7. Seal number	
III.8. Nombre del destinatario: / Name of consignee			
III.9. Dirección: III.9. Address:		Código postal:/Postal Code	Tel:/Tel:

Certificado número.
Certificate number

IV. CERTIFICACIÓN SANITARIA/ HEALTH CERTIFICATE:

El funcionario oficial abajo firmante certifica: / The undersigned official certifies:

A. DEL PAÍS DE ORIGEN/ COUNTRY OF ORIGIN

1. Que la República Argentina ha sido reconocida libre de Fiebre Aftosa por la O.I.E. / The Argentina is a free country of Foot and Mouth Disease, sanitary status recognized by the OIE.
2. Que la República Argentina es libre de Prurigo Lumbar (Scrapie), Enfermedad de New Castle e Influenza Aviar de alta patogenicidad. / The Argentina is a free country of Scrapie, New Castle and highly pathogenic Avian Influenza.
3. Que la República Argentina ha sido reconocida por la O.I.E. como país de riesgo insignificante respecto a la Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB) / The Republic Argentina has been recognized by the O.I.E. as of insignificant risk regarding the Encefalopatía Bovine Espongiforme (BSE).
4. Que en la República Argentina está prohibida la alimentación a rumiantes con proteínas derivadas de animales mamíferos, con excepción de las proteínas lácteas. / That in Argentine Republic it is prohibited to feed ruminants with proteins derived from mammalian animals, with the exception of proteins of milk origin.

B. DE LOS ESTABLECIMIENTOS ELABORADORES/ESTABLISHMENTS OF PROCESSORS

5. Que están habilitados y auditados por el SENASA para la exportación y para el mercado local. / They are enabled and supervised for the SENASA for the export and for the local market.

C. DE LAS MATERIAS PRIMAS QUE CONFORMAN LOS PRODUCTOS/COMMODITY PRODUCTS THAT MAKE

6. Que derivan de animales que han nacido, fueron criados y faenados dentro del territorio de la República Argentina, en establecimientos habilitados por SENASA. / They derive of animals that have been born, they were raised and slaughtered inside the territory of the Republic Argentina.

D. DE LOS PRODUCTOS/PRODUCTS

7. Que se elaboraron en un establecimiento aprobado por el SENASA y mediante procedimientos que también fueron aprobados por el SENASA bajo condiciones higiénicas adecuadas. / That were produced in a facility approved by SENASA and with procedures were also approved by SENASA under hygienic conditions.
8. Que la materia prima de origen animal con la que se elaboró el producto fue sometida a una temperatura en el centro de 70°C durante un tiempo no menor a 30 minutos. / The animal origin raw material of which developed the product was subjected to a core temperature of 70 ° C for not less than 30 minutes.
9. Que han sido elaborados mediante un proceso de extrusión térmica y sometidos a una temperatura 121°C (calor húmedo) durante al menos 20 minutos. / That have been manufactured applying a thermal extrusion process and subjected to a temperature of, at least, 121°C (steam heat) during 20 minutes.
10. El producto ha sido envasado en envases de primer uso y almacenado respetando las normas higiénicas vigentes inmediatamente después de su elaboración y se han tomado todas las precauciones necesarias para evitar su contaminación. / They have been packed in containers of first use and stored respecting the effective hygienic norms immediately after their elaboration and they have taken all the necessary cautions to avoid their contamination after the treatment.
11. El producto ha sido inmediatamente después de su manufactura envasado en empaques nuevos listos para retail. / The product were immediately packed after manufacture in new packaging ready for retail.
12. El nombre del producto, los ingredientes, fecha de elaboración, el nombre del fabricante y otros datos se especifican en el envase. / That the product name, ingredients, dates of manufacture, manufacturer's name and other data are specified on the package.

Hecho en / done at: _____, el / on: _____

.....
 SELLO Y FIRMA DEL VETERINARIO OFICIAL
 SEAL AND SIGNATURE OF OFFICIAL VETERINARIAN

República Argentina Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria		COREA DEL SUR
--	--	----------------------

ANEXO / ANNEX

Certificación de libre de EEB / BSE Free Certification

El producto exportado no deriva de materiales asociados a los siguientes productos prohibidos procedentes de los países designados en la lista abajo mencionada: / The exported products have not been derived from the materials associated with the following prohibited products from the designated countries listed below:

Productos Prohibidos / Prohibited Products

- 1 - Animales rumiantes, carne y órganos y los productos de origen rumiante / Ruminant animals, meat, organ and their products of ruminant origin
- 2 - Semen bovino, embriones y ovulos bovinos / Bovine semen, Bovine embryo and ova
- 3 - Harina de carne y hueso, harina de carne, harina de hueso, plasma deshidratado y otros productos de sangre, proteína hidrolizada, harina de pezuña, harina de cuerno, harina de viscera aviar, harina de pluma, harina de pescado, chicharrones desecados, fosfato dicálcico, gelatina y otras mezclas (alimento, aditivos alimentarios, y premezclas que contenga los productos listados / Meat and bone meal, Meat meal, Bone meal, Drived plasma and other blood products, Hydrolysed protein, Hoof meal, Horn meal, Poultry offal meal, Feather meal, Dry greaves, Fishmeal, Dicalcium phosphate, Gellatine and their Mixtures (feed, feed additives and premixtures containing the listed products)

Países designados (37 países) / Designated countries (37 countries) :

- Albania, Austria, Bélgica, Bosnia – Herzegovina, Bulgaria, Canadá, Croacia, Rep. Checa, Dinamarca, República de Serbia, República Federativa de Brasil, República de Montenegro, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Rep. Irlanda, Israel, Italia, Japon, Liechtenstein, Luxemburgo, Rep. de Macedonia, Países bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rumania, Rep. Eslovaca, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Reino Unido y los Estados Unidos de Norteamérica. / Albania, Austria, Belgium, Bosnia-Herzegovina, Bulgaria, Canada, Croatia, The Czech Republic, Denmark, Republic of Serbia, Federativa Republic of Brazil, Republic of Montenegro, Finland, France, Germany, Greece, Hungary, the Republic of Ireland, Israel, Italy, Japan, Liechtenstein, Luxembourg, Republic of Macedonia, The Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Romania, The Slovak Republic, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, The United Kingdom and the United States of America.