

# PMP

## Estudio de Mercado Nueces de Nogal con y sin cáscara en Venezuela

Agosto 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Venezuela- ProChile

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



## TABLA DE CONTENIDO

<b>II. RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>3</b>
1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.	3
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.	3
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.	3
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.	4
5. Análisis FODA	5
<b>III. Acceso al Mercado .....</b>	<b>6</b>
1. Código y glosa SACH	6
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	6
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	6
3.1. Arancel Preferencial Producto Chileno.	6
3.2. Mercado común del sur (MERCOSUR).	7
3.2.1 Acuerdos de complementación económica ACE 63; 68 y 69 en el marco del MERCOSUR.	7
5. Regulaciones y normativas de importación.	13
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.	13
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.	14
<b>IV. Potencial del Mercado .....</b>	<b>14</b>
1. Producción local y consumo.	14
2. Importaciones (valor, volumen y precios promedio) del producto últimos 3 (tres) años por país.	15
Total Importaciones de nueces con y sin cáscara (2010-2012)	15
<b>V. Canales de Distribución y Actores del Mercado .....</b>	<b>16</b>
1. Identificación de los principales actores en cada canal	16
2. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).	17
3. Estrategia comercial de precio.	17
4. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.	17
<b>VI. Consumidor/ Comprador .....</b>	<b>18</b>
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.	18
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias.	18
<b>VII. Benchmarking (Competidores) .....</b>	<b>19</b>
1. Principales marcas en el mercado (locales e importadas).	19
2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, best value, etc).	20
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado.	20
4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.	20
5. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales	21
<b>VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado .....</b>	<b>21</b>
<b>IX. Fuentes de información relevantes (links) .....</b>	<b>21</b>

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

## II. RESUMEN EJECUTIVO

### **Códigos arancelarios SACH y código local país destino.**

Nueces de nogal, con y sin cáscara.

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

Tradicionalmente, Chile ha sido un importante abastecedor de todo tipo de frutos secos para el mercado venezolano. Los mismos son productos considerados prioritarios por el gobierno venezolano, y por lo tanto su importación es constante dentro del país, permitiéndole el acceso a sus exportadores a divisas preferenciales que son administradas por la Comisión de Administración de Divisas de Venezuela (CADIVI).

Las relaciones comerciales entre Chile y Venezuela se rigen principalmente por el Acuerdo de Complementación Económica N° 23, que concede cero arancel para más del 97% de las mercancías intercambiables entre ambos países, en donde se incluyen las nueces en todas sus presentaciones.

Además de las ventajas arancelarias descritas, existen reales oportunidades de introducir nueces de origen chileno en el mercado venezolano, por las siguientes razones:

- En primer lugar, se trata de un producto que no se produce en Venezuela.
- La calidad de las nueces producidas en Chile representan una ventaja para sus exportadores, además de la aceptación por parte del consumidor local considerando el posicionamiento que presentan los frutos secos de origen chileno en este mercado.
- Aunado a lo anterior, resulta conveniente mencionar que durante los últimos años los venezolanos han tomado conciencia sobre la importancia del consumo de alimentos sanos para el beneficio de su salud, junto con el auge de consumidores de comida vegetariana y vegana (personas que incluyen frutos secos en sus dietas) favoreciendo la apertura de establecimientos comerciales y franquicias de comida rápida saludable, razones que serían de provecho para aquellos proveedores de nueces que buscan introducir su producto en el mercado venezolano.
- Asimismo, cabe destacar que dicho producto es altamente demandado para uso industrial (granel) por parte de industrias de fabricación de cereales, panaderías, pastelerías, chocolaterías, restaurantes, entre otros, que lo requieren para venderlos directamente al consumidor o a través de la elaboración de productos que requieren de nueces como ingrediente de los mismos.

### **Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.**

El emprendimiento de misiones comerciales con el fin de obtener reuniones con importadores en el área de alimentos constituye un paso esencial para la consolidación de negocios.

Contar con un asesoramiento adecuado para conocer el tipo de mercado al que se le debe hacer frente, sirve de ayuda a la hora de desenvolverse con los importadores que puedan estar interesados en el producto, para así establecer propuestas, acuerdos, alianzas y contratos para el beneficio a largo plazo de las partes involucradas. Para esto, la oficina de ProChile en Venezuela, se encuentra a disposición para asesorar en todo lo necesario.

Asimismo, una vez evaluado el mercado venezolano, es recomendable que se consideren dos líneas principales de comercialización de las nueces ya sea con o sin cáscara: una primera vía lo constituye el formato *a granel*

(presentación en cajas de 10 kilos,) y un formato *retail* que se realizará con importadores interesados en determinados tipos de empaques (pueden ser: pet, empaques flexibles, de cartón corrugado o en tarros de aluminio) con marcas propias de origen o del importador.

Por otra parte, una vez que el producto haya logrado su introducción en el mercado local, es importante que el mismo conserve un nivel de calidad adecuado, para lograr mantener la preferencia por parte de los consumidores venezolanos.

### **Recomendaciones de la Oficina Comercial.**

- Se recomienda organizar visitas y misiones comerciales con la finalidad de dar a conocer la oferta de Chile en el sector; para lo cual esta Oficina Comercial prestará todo el apoyo necesario que contribuya a esta iniciativa, así como la coordinación de agendas de reuniones y logística correspondiente.
- Un aspecto muy importante a evaluar es lo referente al precio del producto, que será un elemento fundamental para la incursión del mismo en el mercado venezolano. Servirán de estrategias para una mejor comercialización del producto, aquellas relacionadas con el correcto ajuste de la relación precio-valor, favoreciendo las necesidades de los venezolanos al momento de adquirir el producto.
- Otra sugerencia pertinente, es realizar campañas y promociones que den a conocer el producto, para lograr mucho más alcance y que el consumidor pueda familiarizarse con el mismo, a través del conocimiento de sus atributos y propiedades. Se recomienda difundir dicha información a través de las redes sociales más utilizadas en internet como lo son: Twitter, Facebook, Instagram y Youtube debido al auge que han tomado las mismas durante los últimos años como valiosos instrumentos de publicidad y mercadeo.
- Como estrategia de penetración en el mercado, se sugiere efectuar campañas de comunicación sobre usos alternativos del producto que incluyan como promesa básica el aporte a la salud para personas que sufren de diabetes, sus beneficios contra el cáncer, enfermedades cardíacas, etc, orientándose igualmente hacia aquellos consumidores que siguen una dieta vegetariana o vegana; esto con el fin de abarcar varios sectores de la población y que todos se beneficien con el producto.
- ProChile Venezuela, podrá apoyar en la organización de degustaciones, lanzamientos, show rooms, que permitan la difusión de cada empresa exportadora chilena, destacando la oferta de Chile en la categoría de frutos secos y alimentos saludables.
- Se recomienda iniciar con antelación los registros sanitarios y de marcas que establecen los organismos venezolanos correspondientes, independientemente que aún no se encuentre definido el importador. Para ello, la Oficina Comercial puede proveer datos de contacto de asesores en la materia.

**Análisis FODA**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar como herramienta principal campañas de marketing de difusión masiva a través de medios de comunicación locales.</li> <li>• Obtener reconocimiento y prestigio en el mercado gracias a la calidad de las nueces chilenas.</li> <li>• Detectar los distintos segmentos del mercado de acuerdo a la demanda que manifiesten los mismos.</li> </ul>		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chile es el proveedor de nueces más importante en América Latina y el segundo a nivel mundial.</li> <li>• La calidad de las nueces chilenas supera a la competencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El precio de las nueces chilenas es mayor con relación a las nueces provenientes de otros países.</li> <li>• Falta de conocimiento de Chile como principal exportador de nueces en América Latina.</li> </ul>
	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer el posicionamiento de la imagen de Chile como exportador de nueces líder en la región y a nivel mundial.</li> <li>• Destacar las bondades de las nueces chilenas con respecto a las nueces de otros orígenes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar una oferta de precios adecuada a la realidad del mercado.</li> <li>• Realizar visitas comerciales con el fin de informar la calidad de las nueces provenientes de Chile y así obtener mayor participación en el mercado.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destacar la óptima calidad de las nueces chilenas por encima de las nueces californianas y/o de otros países.</li> <li>• Establecer precios que resalten la calidad de las nueces chilenas pero a la vez sean accesibles a los consumidores venezolanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer mayor contacto con importadores del sector para distribuir el producto hacia los principales segmentos de consumidores.</li> <li>• Realizar campañas de marketing resaltando las propiedades que poseen las nueces para el beneficio de la salud en general y lograr captar mayor interés en el consumo de las mismas.</li> </ul>

### III. Acceso al Mercado

Código y glosa SACH

Código Arancelario	Descripción
0802.3100	Nueces de nogal con cáscara
0802.32	Nueces de nogal sin cáscara

**Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.**

Código Arancelario	Descripción
0802.3	Nueces de nogal
0802.31.00	Con cáscara
0802.32.00	Sin cáscara

**Aranceles de internación para producto chileno y competidores.**

Código Arancelario (Venezolano)	Arancel Chile	Arancel Competidor Estados Unidos*	Arancel Competidor Líbano*
0802.3			
0802.31.00	0%	10%	10%
0802.32.00			

**\*Nota:** Como se observa en el cuadro anterior, Chile goza de 100% de preferencias arancelarias en lo que a nueces con o sin cáscara se refiere, a diferencia de dos (2) de los principales exportadores de nueces de nogal (con y sin cáscara) a Venezuela, como lo son Estados Unidos y el Líbano, ya que actualmente son países que no han suscrito acuerdos comerciales con Venezuela, por lo que deben cancelar el arancel general para terceros países (10%) para internar el producto en territorio venezolano.

#### 3.1. Arancel Preferencial Producto Chileno.

Entre Venezuela y Chile se mantiene vigente el Acuerdo de Complementación Económica (ACE N° 23) desde el año 1993, donde se libera del pago de aranceles a un 97% de los productos que forman parte del intercambio comercial entre ambos países.

Las nueces de nogal con y sin cáscara clasificados dentro del Sistema Armonizado Chileno (SACH) bajo los códigos: 0802.3100 y 0802.32 respectivamente, en la actualidad gozan del 100% de preferencias arancelarias según lo establecido en el referido Acuerdo.

### 3.2. Mercado común del sur (MERCOSUR).

#### 3.2.1 Acuerdos de complementación económica ACE 63; 68 y 69 en el marco del MERCOSUR.

En el contexto del ACE N° 59, desde el año 2006 Venezuela se encontraba gestionando su ingreso como miembro pleno al Mercado Común del Sur, MERCOSUR, lo cual finalmente concretó el 31 de julio de 2012.

Es importante señalar que actualmente dentro del marco comercial y bajo el hecho puntual que Venezuela ahora es miembro pleno del MERCOSUR, concede preferencias arancelarias a los productos originarios de los países miembros: Argentina, Brasil, Uruguay.

En este sentido, los productos que ingresen de estos países gozan de una preferencia arancelaria porcentual vigente desde el 1ro. de enero de 2013, según lo establecido en los Acuerdo de Complementación Económica-ACE- que Venezuela suscribió con la República de Argentina (ACE N° 68), República Federativa del Brasil (ACE N° 69) y con la República Oriental del Uruguay (ACE N° 63, las cuales se indican a continuación

Acuerdos bilaterales Venezuela-Argentina, Brasil y Uruguay						
País-Acuerdo	Código Arancelario Venezolano	Preferencia Arancelaria Aplicable MERCOSUR 2013	Preferencia Arancelaria Aplicable MERCOSUR 2014	Arancel a pagar MERCOSUR 1/1/2013	Arancel a pagar MERCOSUR 1/1/2014	Fecha de alcance total del Acuerdo (exoneración del 100%)
Argentina-ACE N°68	0802.3 0802.31.00 0802.32.00	100%	100%	0%	0%	2013
Brasil-ACE N° 69	0802.3 0802.31.00 0802.32.00	100%	100%	0%	0%	2013
Uruguay-ACE N° 63	0802.3 0802.31.00 0802.32.00	100%	100%	0%	0%	2013

#### 3.2.2. Venezuela- Paraguay.

Las preferencias arancelarias porcentuales aplicables a los productos provenientes de la República del Paraguay, se mantienen según lo establecido en el marco del Acuerdo de Complementación N° 59, según se detalla a continuación:

Venezuela - Paraguay				
País-Acuerdo	Posibles Código Arancelario Venezolano	Tarifa Ad-Valorem según Arancel de Aduanas Venezolano	Preferencia Arancelaria Aplicable MERCOSUR ACE N° 59 2013	Arancel a pagar 1/1/2013
Paraguay ACE N° 59	0802.3	10%	100%	0%
	0802.31.00			
	0802.32.00			

Nota: En el marco de los Acuerdos Bilaterales celebrados por Venezuela con cada Estado miembro del MERCOSUR, entre Paraguay y Venezuela fue suscrito un Acuerdo de Alcance Parcial o ACE N°64, sin embargo, para la fecha de elaboración de este Perfil de Mercado, el mencionado Tratado no ha entrado en vigor, razón por lo cual entre ambos países se siguen aplicando las disposiciones del ACE 59 como marco para el intercambio comercial.

### 3.2.3. Otros países con ventajas arancelarias.

#### Comunidad Andina de Naciones (CAN).

En el año 2007, el Gobierno venezolano anunció su decisión de retirarse de la **Comunidad Andina de Naciones (CAN)** y según la normativa de este bloque subregional compuesto por Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia y Venezuela, las exoneraciones arancelarias se mantuvieron por cinco años, es decir, hasta el 21 de abril del año 2011. Lo anterior implica que los países miembros que deseen mantener preferencias parciales o totales a los productos de su intercambio comercial, han debido negociar en forma bilateral nuevos acuerdos de alcance parcial o total, fuera del marco de la CAN.

Luego de revisar los acuerdos establecidos tras las renegociaciones bilaterales de Venezuela con los países miembros de la CAN, se ha determinado el otorgamiento de porcentajes de preferencias arancelarias, en el caso de las nueces (con y sin cáscara) según se indica a continuación:

- **Perú:** Estableció un acuerdo bilateral de alcance parcial con Venezuela publicado en gaceta oficial el día 7 de noviembre del año 2012, donde se acordó establecer la siguientes preferencias arancelarias para las nueces:

Código Arancelario (Perú)	Descripción	Código Arancelario (Venezolano)	Descripción	Preferencia Arancelaria (%)
08012100	Con Cáscara	0801.2	Nueces del Brasil	100%
		0801.21.00	Con cáscara	
08029000	Los demás	0802.90.00	Los demás	

Más información sobre el acuerdo comercial de alcance parcial entre Perú y Venezuela, disponible en el siguiente enlace: [http://www.tsj.gov.ve/gaceta\\_ext/noviembre/7112012/E-7112012-3586.pdf](http://www.tsj.gov.ve/gaceta_ext/noviembre/7112012/E-7112012-3586.pdf)

- **Colombia:** Tras la renegociación bilateral efectuada por Venezuela y Colombia, se produjo un Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial AAP.C N° 28 suscrito el día 28 de noviembre del año 2011, estableciendo las siguientes preferencias para las nueces:

Código Arancelario (Colombia)	Descripción	Código Arancelario (Venezolano)	Descripción	Preferencia Arancelaria (%)
0802610000	Nueces de Macadamia, frescas o secas, con cáscara	0802.6	Nueces de Macadamia	100%
		0802.61.00	Con cáscara	
0802620000	Nueces de Macadamia, frescas o secas, sin cáscara	0802.62.00	Sin cáscara	
0802700000	Nueces de cola (Cola spp.), frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.	0802.70.00	Nueces de cola	
0802800000	Nueces de areca, frescos o	0802.80.00	Nueces de areca	



	secos, incluso sin cáscara o mondados.			
0802900000	Los demás frutos de cáscara, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.	0802.90.00	Los demás	

Más información sobre el acuerdo comercial de alcance parcial entre Colombia y Venezuela, disponible en el siguiente link: <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=2573>

- Ecuador:** De acuerdo a información proporcionada por la Oficina Comercial de la Embajada de Ecuador en Venezuela en agosto de 2013, se ha informado que en la actualidad no existe algún acuerdo comercial vigente entre Venezuela y Ecuador, por lo que aún se encuentran en negociaciones delegaciones provenientes de ambos países para lograr un acuerdo que favorezca ambas partes. Se encuentra en gaceta oficial venezolana N°39.719 de fecha 22 de julio de 2011, la “Ley aprobatoria del protocolo al Acuerdo Marco de Cooperación entre el gobierno de Venezuela y Ecuador, disponible en: <http://cclaguaira.org/wp-content/uploads/2011/08/GACETA-OFICIAL-N%C2%BA-39.719-22-7-2011.pdf>
- Bolivia:** Según información suministrada por la Oficina Comercial de la Embajada de Bolivia en Venezuela en agosto de 2013, se ha comunicado que no existe un acuerdo comercial con listado de productos negociados entre Venezuela y Bolivia, ya que en la actualidad delegaciones de ambos países se encuentran en negociaciones con el fin de concretar acciones. Sin embargo, se ha detectado un documento que explica el acuerdo próximo a realizar entre ambos países titulado “Acuerdo de Comercio entre los pueblos y Complementariedad Económica y Productiva” disponible en: <http://www.rree.gob.bo/webmre/Documentos//d417.pdf>

#### 4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

##### 4.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA).

El Impuesto al Valor Agregado en Venezuela recae sobre todos los productos que generen un hecho imponible, en este caso la comercialización de bienes y servicios, por lo que a la importación de estos bienes se le hace aplicable el IVA, el cual es de un 12% desde el 1ro de abril de 2009.

##### 4.2. Costos de internación.

Se establece por Ley Orgánica de Aduanas el pago del 1 % del valor CIF de la operación (servicios de aduana que paga el importador), divididos en 0,5% dirigido a la Tesorería Nacional y el otro 0,5% al Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria SENIAT.

**Nota:** Este pago es tramitado y cancelado por el agente aduanal que represente al comprador o importador de las mercancías.

##### 4.3. Agente de Aduanas.

El agente de aduanas es el encargado de realizar el proceso de nacionalización de la mercancía, y actúa como intermediario entre el importador y el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria SENIAT. El agente de aduanas divide sus trámites y separa los gastos a terceros ocasionados por el embarque y la comisión que recauda por los mismos. El detalle de la factura por concepto de agente aduanal varía respecto al tipo de mercancía, no obstante se mencionan a continuación los más importantes:

- Comisión por el agente de aduanas de aproximadamente un 1% sobre el valor de la base imponible (Valor CIF de la factura comercial).
- Tesoro nacional: depende siempre de la tarifa arancelaria, según clasificación arancelaria correspondiente (Tarifa Ad-Valorem).
- SENIAT: 0.5% de los impuestos causados.
- Gastos a terceros: cualquier gasto ocasionado por la mercancía de improvisado.
- Manejo de la carga y documentación: desconsolidación y manejo (Bs. 4000 aprox.).
- Almacenaje: cada almacén posee su propia tarifa y la mercancía es designada según la naviera y tipo de mercancía en un almacén determinado. Los detalles se especifican más adelante (ver punto 4.4).
- Demoras en el proceso de nacionalización.
- Orden de elevador (Grúas y montacargas).
- Contenedor al vacío: gastos ocasionados por devolver el contenedor vacío una vez descargado y entregada la mercancía al cliente.
- Caleteros: BS. 300 aprox. Valor total va a depender del número de caleteros necesarios para descargar o montar la mercancía y el peso de las mismas.

**Observaciones:**

- *Los agentes aduanales cobran un adicional por concepto de servicio de inspección sanitaria para fármacos y alimentos.*
  - *Unidad tributaria vigente al mes de abril de 2013 es de Bs. 107 x U.T.*
- Para conocer el valor de la Unidad Tributaria vigente en nuestra legislación, puede consultar el enlace oficial del SENIAT: [http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR\\_CONTENTIDO\\_SENIAT/03TRIBUTOS](http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENTIDO_SENIAT/03TRIBUTOS)*

**4.4. Almacenaje.**

Dependiendo del tipo de carga y la naviera, el costo referencial de almacenaje puede variar entre Bs. 6.000 y Bs. 10.000, que sería un pago único en el entendido que la mercancía será nacionalizada en un plazo de 10 a 12 días continuos.

**Nota:** Este pago es tramitado y cancelado por el agente aduanal que represente al comprador o importador de las mercancías.

**4.5. Transporte.**

Según la información suministrada por representantes de navieras que cubren la ruta Chile-Venezuela, a modo referencial el costo del flete marítimo en la actualidad es el siguiente:

Puerto de salida	Puerto de llegada	Tarifa Contenedor 20' st.	Tarifa Contenedor 40' st.	Tarifa Contenedor 40' hc.
San Antonio	Puerto Cabello / La Guaira	US\$ 1800	US\$ 2400	US\$ 2400
San Vicente	Puerto Cabello / La Guaira	US\$ 1950	US\$ 2600	US\$ 2600

**Observaciones:** A estas cifras se le agregan:

- *Cobro de USD 180 por concepto de DTHC - Destination Handling Charge. Este recargo se refiere al manejo de carga en destino.*

- Cobro de USD 50 por TEU, por concepto de BRS - Bunker Recovery Surcharge. Este recargo hace referencia al costo por combustible.
- Cobro de Bs 630 + IVA (12%) por concepto de elaboración de B/Ls (Bill of Lading).

**Fuente:** Logimar Venezuela (Representantes de Compañía Sudamericana de Vapores). Tarifas actualizadas al marzo 2013, las cuales pueden variar según el caso, producto y ruta.

#### 4.6. Régimen Tarifario de Servicios Portuarios.

El 25 de marzo de 2009, a través del Decreto Presidencial N° 6.645 publicado en la Gaceta Oficial N° 39.146, se constituyó la empresa “Bolivariana de Puertos (BOLIPUERTOS S.A.)” adscrita al Ministerio del Poder Popular para el Transporte y Comunicaciones, con el fin de delegar el control de las gestiones portuarias del país. Por lo tanto, la institución se encarga de la administración de los puertos comerciales a lo largo del territorio nacional y las operaciones que realicen personas naturales o jurídicas dentro de ellos.

Para normar el establecimiento y regulación de tasas, el 25 de mayo de 2011, mediante la publicación de la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.025 entró en vigencia la “Ley de Tasas Portuarias”, en la cual se expresa, entre otros, que el pago de tasas se generará por concepto de servicios prestados en los puertos. Dentro de los derechos mencionados se encuentran: los derechos de arribo, zarpe al territorio nacional, uso de superficies, estacionamiento de vehículos y maquinarias, embarque y desembarque de mercancías, almacenamiento, depósito y registros.

Posteriormente, el 6 de junio de 2011, fue publicada en la Gaceta Oficial N° 39.689 la resolución que establece el “Régimen Tarifario de Los Servicios Portuarios” al cual estarán sujetos los servicios prestados a buques y cargas en los puertos públicos administrados por el Estado, en el mismo, se contemplan las nuevas tasas a pagar, a partir del 26 de junio de 2011, así como la forma de pago de las tasas portuarias, las cuales en concordancia con los estándares internacionales, están establecidas en dólares estadounidenses y cuya cancelación se deberá realizar en moneda nacional al tipo de cambio fijado por el Banco Central de Venezuela que actualmente es de 6.30 BsF por dólar (Abril de 2013).

Es de importancia señalar, que las tasas portuarias presentaron un incremento entre un 30% y 235% en dólares estadounidenses, por lo que las tarifas de referencia en este informe, proporcionadas por los agentes y empresas navieras, pueden variar de acuerdo a cada caso de importación y convenio que concreten las partes en el contrato de fletamento.

Para consultar la “estructura tarifaria” correspondiente al Régimen Tarifario de Servicios Portuarios ver:

- ✓ [http://ccpc.org.ve/portal/attachments/1415\\_Estructura%20Tarifaria.pdf](http://ccpc.org.ve/portal/attachments/1415_Estructura%20Tarifaria.pdf)
- ✓ <http://www.bolipuertos.gob.ve/descargas/gaceta-oficial-39.689%20%20Resoluci%C3%B3n%20R%C3%A9gimen%20Tarifario.pdf>

## 4.7 Barreras Para – Arancelarias.

### 4.7.1. Control de Cambios en Venezuela.

Desde el año 2003 en Venezuela rige un sistema de control de cambios que centraliza la compra y venta de divisas en el Banco Central de Venezuela a través de la Comisión de Administración de Divisas, CADIVI, sobre la base de un tipo de cambio establecido por la autoridad.

El Convenio Cambiario N° 14 de fecha 8 de febrero del 2013, que ajusta el precio del dólar para la compra en Bs. 6,2842 y en Bs. 6,30 para la venta, quedó oficializado tras su publicación en la Gaceta 40.104, para aquellos bienes considerados de primera necesidad.

Adicionalmente, se anunció la eliminación del SITME que funcionaba como mecanismo alternativo para la consecución de divisas para bienes NO prioritarios y al 8 de marzo de 2013, el organismo actual que funciona como sustituto del SITME, es el SICAD “Sistema Complementario de Adquisición de Divisas” el cual ha sido un método alternativo para la asignación de divisas a través del mecanismo de subastas y tiene como objetivo coadyuvar en la optimización del sistema cambiario venezolano y alcanzar la máxima eficacia en la asignación de las divisas. Al término del mes de julio de 2013, se han efectuado dos subastas y fue anunciada la apertura de postulaciones para la tercera. Luego de la segunda subasta, el precio del dólar a través del SICAD se estableció en promedio en Bs. 10,90 por dólar, quedando el rango determinado por el BCV entre Bs. 6,30 y Bs. 16; y las subastas se han ido anunciando para destinar divisas a empresas de sectores económicos específicos y zonas geográficas definidas en cada una de ellas, según la prioridad que establezcan las autoridades locales del Banco Central de Venezuela, Ministerio para el Poder Popular de las Finanzas y de la Planificación.

Para que los importadores de nueces con y sin cáscara, pueden acceder al tipo de cambio oficial de Bolívares 6,30 por dólar, deben gestionar ante el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación, un Certificado de No Producción Nacional- CNP. *Mayor información sobre productos que requieren CNP, se sugiere consultar el siguiente enlace:* <http://www.tsj.gov.ve/gaceta/Agosto/782012/782012-3492.pdf>

*Para mayor información sobre el Control de Cambios vigente en Venezuela y mecanismos disponibles para el pago a proveedores internacionales, contactar a la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela, a través del correo electrónico:* [venezuela.caracas@prochile.gob.cl](mailto:venezuela.caracas@prochile.gob.cl)

### 4.7.2. Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP).

Es un documento indispensable requerido para la realización de trámites ante CADIVI o de El Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), relativos a la obtención de divisas o exoneración de impuestos de importación (Aranceles o IVA según el caso), sirve al mismo tiempo como recomendación a CADIVI para conceder una Autorización de Adquisición de Divisas (AAD), que conduce a la autorización de compra de divisas a precio oficial.

Las nueces de nogal con y sin cáscara, con código arancelario venezolano N°: 0802.3; 0802.31.00 y 0802.32.00, deben obtener, previo a la solicitud de divisas, el Certificado de No Producción o de Producción Insuficiente (CNP) para el acceso al tipo de cambio oficial de Bs. 6,30 por dólar. Este Certificado lo otorga el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación. De acuerdo a información proporcionada por actores relevantes del sector, es importante realizar todos los trámites de forma cautelosa con el fin de obtener mayor agilidad para la obtención de los CNP's.

Para conocer el instructivo que informa de manera más detallada el proceso realizado por los importadores para la emisión de Certificados de No Producción en Venezuela, visitar el siguiente sitio web:

[http://www.minpal.gob.ve/descargas/Instructivo\\_IMPORTADOR.pdf](http://www.minpal.gob.ve/descargas/Instructivo_IMPORTADOR.pdf)

## 5. Regulaciones y normativas de importación.

Dependiendo del producto y clasificación arancelaria involucrada, se debe cumplir con uno o varios de los regímenes legales indicados en el Arancel de Aduanas de Venezuela, lo cual varía de acuerdo al producto. Para las nueces de nogal con y sin cáscaras el régimen legal aplicable es:

### **Régimen Legal N° 5. Certificado Sanitario del País de Origen:**

La importación de cualquier producto del reino animal está sujeta a las disposiciones legales contenidas en la Resolución N° 113 del 12 de noviembre de 2002, la cual expresa que toda importación de vegetales, productos y subproductos deberá ingresar al país amparada por el respectivo Certificado Fitosanitario del país de origen, el cual debe tener fecha posterior al Permiso Fitosanitario de importación emitido por el Instituto de Salud Agrícola Integral (INSAI).

**Nota:** el plazo de vigencia de los permisos Fitosanitarios es de seis (06) meses a partir de su expedición.

## 6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.

La Norma General que rige el proceso de etiquetado en Venezuela, proviene de lo establecido por SENCAMER y sus normas COVENIN, con el No. 2952:2001 titulada: "Norma General para el rotulado de alimentos envasados".

Las etiquetas deben ir en castellano y con toda la información básica del producto y las especificaciones correspondientes (información nutricional, ingredientes, contenido en unidades y en sistema métrico, número de registro sanitario asignado). Los datos del importador pueden ir impresos en la etiqueta o en forma de sticker, las cuales deben ir pegadas directamente en el empaque del producto.

Los rótulos o etiquetas podrán ser de papel o de cualquier otro material que pueda adherirse a los envases o bien de impresión permanente sobre los mismos y en el caso de declarar propiedades nutricionales, debe cumplir con las directrices para la declaración de propiedades nutricionales y de salud en el rotulado de los alimentos envasados.

La dirección del importador debe estar indicada en el etiquetado del producto o empaque, y debe coincidir con la dirección fiscal del importador registrada en el Registro de Información Fiscal (R.I.F.), según lo establece la legislación local.

Los procedimientos de etiquetado dictados por CONVENIN en su Norma General aplican tanto para las nueces que provienen en formato *retail* (envasadas en cualquiera de las siguientes presentaciones: latas de aluminio, bolsas o bandejas plásticas, pet, etc) ya sea con marca de origen o con marca del importador, así como para las nueces que provienen en formato *a granel*, al momento de ser reempacadas por los mayoristas para su distribución hacia los puntos de venta. Con respecto a lo anterior, cabe destacar que es común observar en distintos puntos de venta del país, que los mayoristas al momento de reempacar las nueces para distribuir las sólo colocan un sticker con una breve descripción del producto que incluye: precio, valor en kilos o gramos así como fecha de empacado y fecha de vencimiento del producto, obviando información como nombre de la empresa que

produce el producto, de la empresa que lo importa, contenido nutricional del mismo, número de registro sanitario asignado, entre otros.

**Nota:** Para conocer más información sobre la Norma General venezolana para el rotulado de los alimentos envasados, visitar el siguiente sitio web: <http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/2952-01.pdf>

## 7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

### **Registro Sanitario expedido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud de Venezuela (MPPS)**

Dentro del marco legal del MPPS, para los códigos arancelarios objeto del presente estudio, sólo las nueces *sin cáscara ameritan un registro sanitario* avalado por dicho Ministerio para ser importadas en el país. Esto responde al criterio que establece que una vez que los frutos secos son despojadas de sus cáscaras -incluidas las nueces-, es requisito indispensable contar con el Registro Sanitario del MPPS para evaluar y constatar que las mismas han sido sometidas a un proceso sanitario pertinente para el consumo humano.

Este registro se identifica con un único número que debe aparecer impreso en todas las presentaciones del producto. Es concedido un sólo registro sanitario por producto. Para iniciar el trámite se requiere que la marca del producto ya esté registrada en Venezuela o al menos haya sido iniciado el proceso de registro de la misma.

Los permisos, registros y certificaciones usualmente los tramita el importador, con la debida autorización del proveedor según sea el producto. No obstante, para el caso de registros sanitarios de alimentos y bebidas que otorga el MPPS, y dado que el propietario de los registros es el fabricante, según la legislación vigente, los exportadores chilenos pueden adelantar, previo a la selección del importador, el trámite de análisis de laboratorio y registros por intermedio de asesores sanitarios, datos disponibles en ProChile Venezuela.

### **Observaciones:**

- ✓ *Los requisitos para tramitar el registro sanitario de alimentos importados en Venezuela se pueden encontrar en el siguiente link: <http://www.safe.com.ve/descargas/requisitos-registro-sanitario-de-alimentos.pdf>*
- ✓ *Se sugiere tener un apoderado o empresa autorizada para efectuar el registro y seguimiento. Información de posibles asesores disponible en la oficina comercial. El tiempo estimado de entrega es de 45 días hábiles.*

## IV. Potencial del Mercado

### 8. Producción local y consumo.

En la actualidad, no existe producción local de nueces de nogal (con y sin cáscara) en territorio venezolano, por lo cual su importación es requerida para para satisfacer la creciente demanda local. La necesidad de satisfacer la demanda de nueces en este país, se ve favorecida en el marco del Acuerdo de Complementación Económica N°23 entre Chile y Venezuela, ya que como se ha mencionado anteriormente, dentro de dicho Acuerdo las nueces poseen 100% de preferencias arancelarias, teniendo como resultado una importante ventaja para empresarios de ambos países. La población venezolana es abierta al consumo de frutos secos, incluidas las nueces, debido al

aporte nutricional y propiedades favorables que contiene este fruto seco, además de la facilidad que aporta en la forma de consumo (snack), lo que introduce a las nueces en la categoría de alimentos funcionales.

Asimismo, se presenta un aumento en la demanda de nueces para el último trimestre del año (temporada navideña) ya que son utilizados en diversas preparaciones típicas de fin de año tanto a nivel industrial en pastelerías, panaderías, restaurantes, bodegones de delicatesses, como a nivel de consumidor final.

**9. Importaciones (valor, volumen y precios promedio) del producto últimos 3 (tres) años por país.**

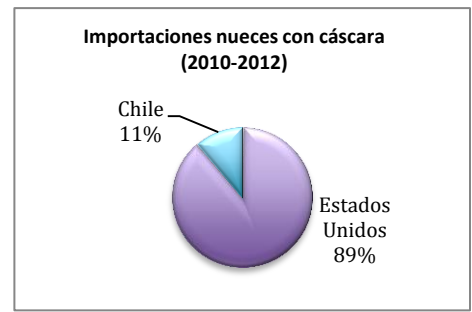
**Total Importaciones de nueces con y sin cáscara (2010-2012)**

Código Arancelario	Período (Enero-Diciembre)					
	2010		2011		2012	
	Kilogramos Netos	FOB US\$	Kilogramos Netos	FOB US\$	Kilogramos Netos	FOB US\$
08023100-Con cáscara	285.968,92	1.191.398,00	399.901,85	1.749.056,40	437.379,97	2.140.102,86
08023200-Sin cáscara	569.756,49	6.805.135,33	143.500,50	1.602.580,40	686.419,30	10.014.135,30
<b>Total</b>	<b>855.725,41</b>	<b>7.996.533,33</b>	<b>543.402,35</b>	<b>3.351.636,80</b>	<b>1.123.799,27</b>	<b>12.154.238,16</b>



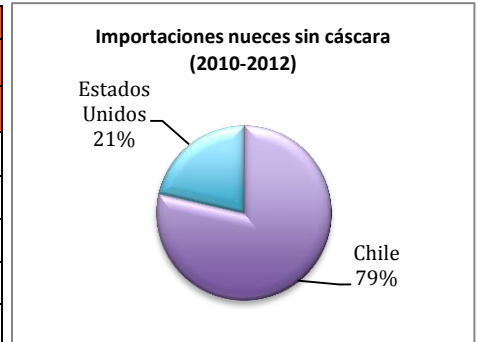
**Total Importaciones del código: 0802.31.00 (Nueces de Nogal con cáscara)**

Países de Origen	Período (Enero-Diciembre)					
	2010		2011		2012	
	Valor (US\$)	Volumen (Kg)	Valor (US\$)	Volumen (Kg)	Valor (US\$)	Volumen (Kg)
Estados Unidos	1.057.078,00	258.737,24	1.747.656,40	397.862,00	1.932.370,66	397.113,33
Chile	134.320,00	27.231,68			207.390,00	40.000,00
Líbano			1.400,00	2.039,85	342,20	266,64
<b>Total Importaciones</b>	<b>1.191.398,00</b>	<b>285.968,92</b>	<b>1.749.056,40</b>	<b>399.901,85</b>	<b>2.140.10,86</b>	<b>437.379,97</b>



**Importaciones del código: 0802.32.00 (Nueces de Nogal sin cáscara)**

Países de Origen	Período (Enero-Diciembre)					
	2010		2011		2012	
	Valor (US\$)	Volumen (Kg)	Valor (US\$)	Volumen (Kg)	Valor (US\$)	Volumen (Kg)
Chile	5.348.251,99	394.908,40	618.956,80	44.192,00	9.528.091,74	646.111,00
Estados Unidos	1.456.883,34	174.848,09	983.623,60	99.308,50	474.309,76	40.037,40
Canadá					11.520,00	234,89
Alemania					213,80	36,01
<b>Total Importaciones</b>	<b>6.805.135,33</b>	<b>569.756,49</b>	<b>1.602.580,40</b>	<b>143.500,50</b>	<b>10.014.135,3</b>	<b>686.419,3</b>

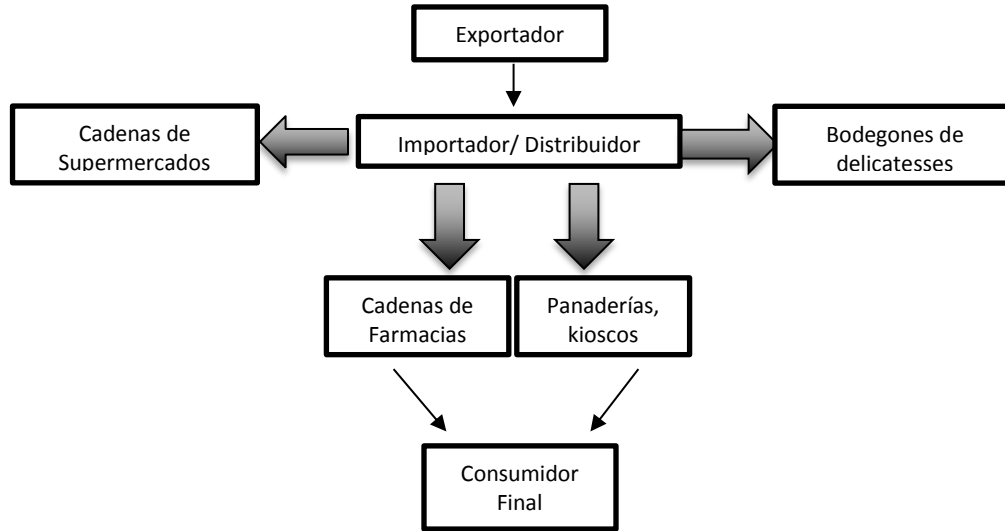


**Fuente:** Los cuadros de importaciones y los gráficos explicativos han sido elaboración propia de ProChile Venezuela con cifras suministradas por el Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela (INE).

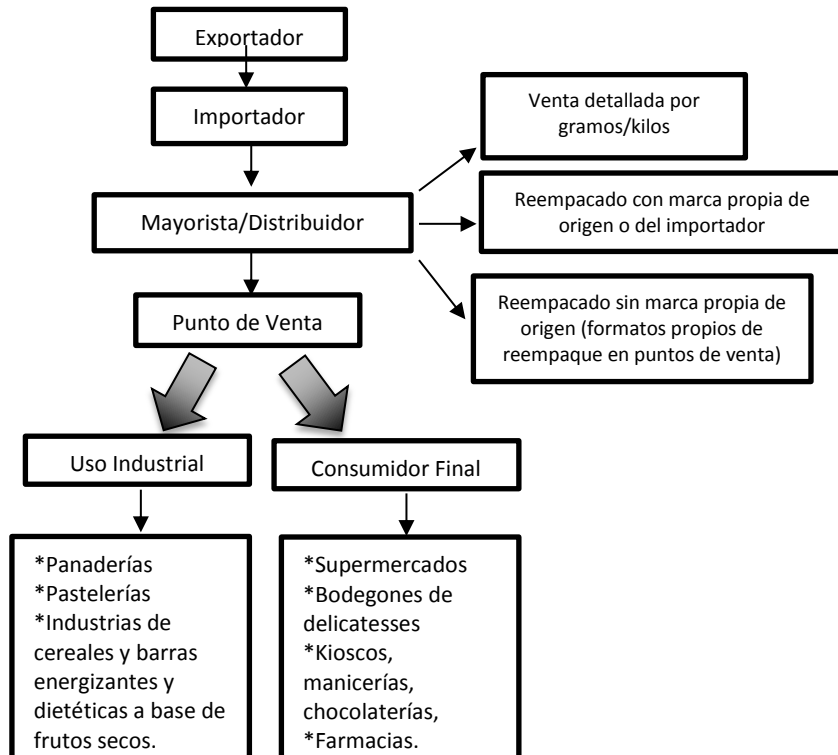
# V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

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

### Canal Retail:



### Canal "a granel":





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

Chile es considerado como uno de los principales productores de nueces a nivel mundial y representa un importante proveedor para Venezuela en el sector de frutos secos, lo que se refleja en las cifras oficiales del año 2012 donde los frutos secos en todas sus formas: pasas, nueces, almendras, ciruelas (secos, deshidratados, con y sin cáscaras) a granel o empacados, representan el 4to. rubro de exportación de Chile hacia Venezuela.

Asimismo, otro factor de gran relevancia que favorece la exportación de nueces desde Chile hacia Venezuela, es el Acuerdo de Complementación Económica N°23, del que se ha hecho mención en párrafos anteriores, el cual ofrece ventajas arancelarias de un 100% a los productos que forman parte del sector que es objeto de estudio en la presente investigación.

Por otra parte, vale la pena resaltar que la importación de nueces en Venezuela conlleva a una demanda equitativa hacia el uso industrial y hacia el consumidor final. Existe una gran demanda de nueces en el sector industrial ya que son utilizadas en las fabricas de cereales, galletas y barras dietéticas y energizantes que lo requieren como ingrediente principal, así como en las panaderías y pastelerías que lo solicitan para elaborar recetas a base de nueces o con fines decorativos para las mismas; y por otra parte una demanda por parte de clientes particulares que las consume directamente de forma fresca como snack.

## 3. Estrategia comercial de precio.

De acuerdo a visitas realizadas a distintos puntos de venta en la ciudad de Caracas, es posible determinar que no hay una estrategia comercial como tal en relación al precio de las nueces. No se han determinado ofertas y/o descuentos en los precios establecidos por los distribuidores y locales comerciales, por lo que el consumidor final que tiene acceso a las nueces a través de diferentes puntos de ventas que ofrecen la venta de nueces detallada por gramos, prefiere adquirirlo de esta forma principalmente, por razones de costo y porque resulta una opción más acorde a las necesidades inmediatas que puede presentar el consumidor.

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

Luego de realizar visitas a distintos establecimientos comerciales en la ciudad de Caracas, se observó que se encuentran disponibles en anaquel marcas propias de importadores tanto de nueces, como frutos secos mixtos donde incluyen a las mismas, que son reempacadas junto con frutos secos como pasas, pistachos, almendras, maní, etc. en distintos formatos y posteriormente distribuidos en distintos puntos de venta (farmacias, supermercados, bodegones, kioscos, etc.) para el consumo final.



*Ejemplo de marca local de frutos secos mixtos.*



*Ejemplo de formato retail exclusivo para nueces de la misma marca local.*

## VI. Consumidor/ Comprador

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

En Venezuela, en especial durante los últimos años, ha surgido con gran fuerza una cultura orientada a preservar la salud como sinónimo de vitalidad y calidad de vida. En ese sentido, se ha hecho gran énfasis a través de campañas de información y gracias a los medios de comunicación en combatir enfermedades como la obesidad, diabetes, cáncer, entre otras, estableciéndose la importancia de consumir alimentos saludables como garantía de una óptima salud. En vista de esto, es posible determinar que el consumo de frutos secos y específicamente de nueces se ha incrementado año tras año debido al uso de las mismas para fines industriales, incorporándolas como ingredientes para la elaboración de cereales y barras diéticas nutritivas y energizantes.

Por otra parte destaca igualmente, el auge de personas en Venezuela que siguen una dieta de tipo vegetariana y vegana, que comprenden la importancia de consumir nueces al igual que otro tipo de frutos secos con el fin de suplir ciertas proteínas, carbohidratos, y fibras por no consumir una dieta a base de carne. Este tipo de clientela suele consumir las nueces como snack, adquiriéndola en los puntos de venta ya mencionados por gramos o por kilos según sus preferencias, siendo en este caso, las nueces sin cáscara consumidas en mayor cantidad en relación a las nueces con cáscara.

Asimismo, las nueces con cáscara son consumidas mayormente en los últimos meses del año (noviembre y diciembre) como parte de la tradición navideña en Venezuela, esto corresponde a una mayor demanda de dicho producto durante esas fechas con el fin de elaborar postres y dulces tradicionales para acompañar con los platos típicos de la región en la época.

### **Influencias en decisiones de compra de tendencias.**

Existen muchos factores que inciden en el público consumidor a la hora de adquirir las nueces; entre ellas se encuentran las siguientes:

- En primer lugar el precio será determinante a la hora de escoger las nueces, por lo que es importante que exista una estrecha relación precio-calidad.

- De acuerdo a visitas realizadas a distintos puntos de venta se constató que las nueces chilenas son las preferidas en el mercado local, incluso por encima de las nueces californianas que también poseen una importante presencia dentro del mismo. Se determinó que las nueces chilenas son superiores en calidad con respecto a otro tipo de nueces provenientes de otros países, principalmente por características como el sabor, la textura y la apariencia (color, forma, tamaño) que son atributos evaluados por el público consumidor al momento de tomar la decisión final de adquirirlas por encima de otras marcas u origen de nueces.

## VII. Benchmarking (Competidores)

### Principales marcas en el mercado (locales e importadas).

En el mercado venezolano no se suele observar con frecuencia la presencia de marcas que incorporen exclusivamente nueces tanto a nivel local como importadas, sin embargo destaca el ejemplo mencionado anteriormente de la empresa “Antojitos” que ha incorporado en su portafolio la venta de empaques tanto de nueces solamente como de frutos secos mixtos donde incluyen a las mismas dentro de su contenido. Esta marca posee gran presencia en diversos locales comerciales tales como supermercados, farmacias, kioscos, panaderías, etc. y representan una opción ampliamente preferida por los consumidores gracias a la variedad que ofrecen y por los precios que resultan accesibles a los mismos.

También es posible afirmar que ha existido en años anteriores en el mercado, presentaciones de nueces chilenas envasadas provenientes de la marca “Murken” sin información reciente sobre la misma en los puntos de venta.

Asimismo, en este mercado predomina el formato a granel de venta de nueces al consumidor, ya sea por gramos o por kilos en empaques de plástico, tal como se muestra a continuación:



*Ejemplos de venta detallada de nueces al público en distintos locales comerciales.*

**Segmentación de competidores (commodity, nicho, best value, etc).**

En los distintos establecimientos comerciales visitados se pudo observar una fuerte presencia de las nueces californianas, además de las nueces chilenas, las cuales son los tipos de nueces que se distribuyen a mayor escala en los locales que venden nueces a granel; sin embargo, no se logró identificar nueces provenientes de otros orígenes durante la investigación.

**Atributos de diferenciación de productos en el mercado.**

Se determinó como atributo diferenciador de las nueces, principalmente la presentación con las que se ofrecen en punto de venta; por lo general se observan las nueces presentadas en gramos o kilos, empacadas en bolsitas o bandejas de plástico, las cuales resultan una opción práctica para los consumidores por ser ligera y fácil de transportar.



*Ejemplo de presentación de nueces en el mercado.*

**Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.**

Los precios de nueces con y sin cáscara en presentaciones detalladas al consumidor en bolsas y bandejas de plástico detectados, son los siguientes:

	Precios*	
Tipo de Nuez**	(100) Gramos	(1) Kilo
Con Cáscara***	Desde Bs.57 hasta Bs 82 aprox.	Desde Bs.430 hasta Bs.550 aprox.
Sin Cáscara	Desde Bs.45 hasta Bs.78 aprox.	Desde Bs.320 hasta Bs.520 aprox.

**Observaciones:**

\* Tipo de Cambio actual (oficial): Bolívares 6,30 por dólar.

\*\*Los precios son indicados sin distinción de origen, es decir, los precios no se indican de acuerdo al país de procedencia de las nueces.

*\*\*\*Los precios mostrados de las nueces con cáscara corresponden a la época decembrina, temporada exclusiva para nueces con cáscara.*

### **Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).**

No se observaron campañas publicitarias en Venezuela de ningún tipo alusivas al consumo de nueces durante la realización de la presente investigación.

## **VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.**

Según información suministrada por actores relevantes en el sector de frutos secos, se pudo determinar lo siguiente:

- De acuerdo a datos obtenidos por un importante exportador chileno de nueces hacia Venezuela, se ha hecho de conocimiento que existe amplia demanda del producto en este país, siendo el tipo de nuez más demandado el que corresponde al formato sin cáscara, tipo mariposa o en mitades con color light y exportado a granel en cajas de 10 kilos, con un precio de 14 o 15 US\$ por kilo al importador, quien luego se encarga de distribuirlo de la misma forma hacia los puntos de venta correspondientes.
- Asimismo, la opinión de importadores y distribuidores locales ha contribuido a detectar que para el gobierno de Venezuela es prioritaria cubrir la demanda en mayor cantidad de aquellas nueces en el formato de importación a granel en lugar del formato retail, debido a que en el país ha ido en aumento el número de empresas que poseen máquinas de envasado y requieren de productos a granel para así crear sus propias marcas; en ese sentido la capacidad de envasado de nueces importadas a granel en las industrias favorece a una mayor oferta de mano de obra humana y de esta forma es posible generar mayores fuentes de empleo en el país.
- Por otra parte, los actores entrevistados comentaron la importancia que requiere que los exportadores chilenos revisen con mayor detenimiento los reglamentos establecidos con relación al proceso de importación en Venezuela de alimentos, y conocer que dicho proceso en ocasiones resulta ser muy complejo por lo que se requiere realizar los trámites pertinentes con gran antelación, puesto que tanto importadores como distribuidores se encuentran sujetos a lineamientos provenientes de autoridades mayores que deben cumplirse a cabalidad.

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

### **1. Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS):**

Teléfonos: 58212-408-0015/0475/0482. Fax: 58212-408-0505.

Correo-e institucional: [msds@msds.gov.ve](mailto:msds@msds.gov.ve)

Website: <http://www.mpps.gob.ve/>

Contactos: Dr. Roberto Carlos Padilla - Director de Higiene de Alimentos. Correo-e: [robertopadillas@yahoo.com](mailto:robertopadillas@yahoo.com)  
Teléfonos: Local: 58212-408-0474. Móvil: 58416-614-0718.

**2. Ministerio del Poder Popular para la Alimentación (MINPPAL):**

Teléfonos: 58212-577-0257

Website: <http://www.minpal.gob.ve> / Teléfono: 58212-578-4981.

Contacto: Dra. Geta Vlad. - Directora General de Mercadeo Interno y Externo.

**3. Registro de marca - Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI):**

Teléfonos: 58212-484-2907/6478. Fax: 58212-483-1391.

Correo-e institucional: [sapi@sapi.gob.ve](mailto:sapi@sapi.gob.ve)

Website: <http://www.sapi.gob.ve> / Teléfono: 58212-484-2907.

Contacto: Dr. José Julián Villalba Guerra - Director General. Correo-e: [jvillalba@sapi.gob.ve](mailto:jvillalba@sapi.gob.ve)

**Nota:** Para obtener más información sobre el trámite a realizar para el registro de marcas en Venezuela, visitar el siguiente sitio web: [http://www.sapi.gob.ve/index.php?option=com\\_content&view=article&id=62&Itemid=73](http://www.sapi.gob.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=73)

**4. Normas de Calidad COVENIN - Fondo para la Normalización y Certificación de Calidad (FONDONORMA).**

Teléfonos: 58212-201-7711.

Website: <http://www.fondonorma.org.ve> / Teléfono: 58212-575-4111.

Contacto: Sr. José Torres. – Coordinador del Centro de Documentación e Información (CDI):

Correo-e: [j.torres@fondonorma.org.ve](mailto:j.torres@fondonorma.org.ve)

**5. Comisión de Administración de Divisas (CADIVI).**

Los Chaguaramos, Caracas.

Teléfonos: 58-212-6063483/6063932. Website: <http://www.cadivi.gov.ve>

**6. Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT).**

Teléfonos: 58-212-7092201/7092205. Website: <http://www.seniat.gob.ve>