

PMP

Estudio de Mercado Concentrado de Jugos de Frutas en Venezuela

AGOSTO 2014

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en 2014- ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



● TABLA DE CONTENIDO

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.	4
2. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.	4
3. Recomendaciones de la Oficina Comercial.	5
4. Análisis FODA	5
III. Acceso al Mercado	7
1. Código y glosa SACH	7
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	7
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores	8
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.	11
5. Regulaciones y normativas de importación (<i>links a fuentes</i>)	14
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (<i>links a fuentes e imágenes</i>).	15
7. Certificaciones.Legislación y requerimientos locales.	16
IV. Potencial del Mercado	16
1. Producción local y consumo	16
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.	17
V. Canales de Distribución y Actores del Mercado	18
1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	18
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.	18
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).	19
4. Estrategia comercial de precio.....	19
5. Política comercial de proveedores.....	19
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.	19
VI. Consumidor/ Comprador	19
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.....	19
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.)	20
VII. Benchmarking (Competidores)	20
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).....	20
2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, best value, etc).	21
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado	21
4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (<i>tablas comparativas e imágenes en lo posible</i>).....	21
5. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (<i>links e imágenes</i>).	23
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	24

IX. Fuentes de información relevantes (links) 25

X. Anexos..... 25

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

El presente perfil comprende el análisis del mercado venezolano correspondiente a los concentrados de jugos de frutas a granel, con focalización en sabores no presentes en el mercado como en el caso de los frutos del bosque, arándanos, cranberries y la manzana clarificada. En Venezuela no existe producción de concentrados de jugos de frutas a granel ni de pulpas de frutas, por lo que los fabricantes locales de jugos deben recurrir a importaciones para abastecerse de las materias primas necesarias para su proceso productivo.

1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

En Venezuela los jugos de fruta son bebidas que forman parte de la vida cotidiana de la mayoría de los sectores de la población.

El mercado venezolano está constituido por diversas marcas de jugos como producto final, tanto locales como importadas, que son adquiridas dependiendo de las preferencias del consumidor final, en cuanto a sabores, precios y aportes que generan a la salud.

Con relación a los jugos concentrados como materia prima, objeto del presente estudio de mercado, Chile es el principal actor en el concentrado de uva y uno de los proveedores internacionales en el clarificado de manzana, teniendo gran aceptación por la calidad de ambos productos y su relación precio-valor. Por otra parte, existen oportunidades de negocios adicionales para otros sabores como frutos del bosque (arándano, mora, cranberry, etc) donde los fabricantes mostraron interés en evaluar este proyecto a mediano o largo plazo.

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 los jugos y concentrados de frutas de todos los sabores, lo cual resulta de gran interés para empresarios de ambos países.

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

Aprovechar la excelente imagen que posee el jugo concentrado de uva de origen chileno a granel, como líder en este segmento, para la introducción de otros sabores aparte del concentrado de jugo de uva y manzana clarificada.

Es recomendable tener un catálogo o portafolio en formato digital, con breve información de la empresa exportadora y oferta exportable de productos (jugos concentrados, sabores disponibles, composición, presentaciones, características técnicas, grados brix, aportes a la salud como antioxidantes, posibilidad de elaborar formulaciones específicas de clientes, etc) en formato digital, para ofrecer a los potenciales clientes.

Apoyarse en la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela, para la presentación de la empresa y oferta exportable a potenciales clientes, en este caso, productores/envasadores venezolanos de jugos pasteurizados, de larga duración y fabricantes de bebidas alcohólicas (sangrías).

3. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

- Tomar contacto con la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela, para entregar en formato digital información de la empresa y oferta exportable para su posterior difusión entre potenciales clientes con todas las especificaciones necesarias.
- Ofrecer a los potenciales clientes flexibilidad para elaborar formulaciones específicas de jugos concentrados a granel que sean requeridas.
- Se sugiere organizar visitas comerciales de prospección a este mercado, para lo cual esta Oficina Comercial prestará todo el apoyo necesario que contribuya a esta iniciativa.
- Se recomienda iniciar con antelación los registros sanitarios en adecuada coordinación con el importador, toda vez que se haya acordado la formulación y sabores que serán exportados. Para ello, la Oficina Comercial puede proveer datos de contacto de asesores en la materia.

4. Análisis FODA

<p>Estrategia :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovador para sabores nuevos. • Los jugos de fruta forman parte de la canasta alimentaria de gran parte de la población venezolana. • Chile no tiene competidor en el mercado en cuanto al jugo concentrado de uva. 	Factores Internos	
	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chile, por sus condiciones naturales y su protección del patrimonio fitosanitario, produce frutas frescas de alta calidad que contribuyen a la elaboración de productos agroindustriales como jugos concentrados. • Reconocimiento internacional de la agroindustria chilena. • Importante prestigio que tienen las pulpas de fruta de origen chileno en los productores de jugos venezolanos que utilizan esta materia prima. • Diversidad de sabores que Chile puede ofrecer en la categoría (además de uva y clarificado de manzana, frutos del bosque, arándanos, cranberry, otros). • Ventajas arancelarias en el marco del ACE N° 23. • Contar con el apoyo de la Oficina de ProChile en Venezuela, para prestar apoyo para la prospección del mercado y gestiones ante organismos oficiales. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existen pocas exportaciones a Venezuela en otras especies y sabores fuera del concentrado de jugo de uva y de manzana clarificado. • Inestabilidades cambiarias en mercado venezolano • Proveedores de países cercanos como Argentina, ofrecen jugo clarificado de manzana de aceptación por las industrias usuarias. • Producción estacional vinculada a la temporada de cosecha de cada fruta fresca involucrada.

Factores Externos	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características del mercado que favorecen el desarrollo de negocios (demanda permanente). • El mercado venezolano de jugos de frutas es bastante amplio y representa una gran oportunidad para introducir nuevos sabores. • País altamente dependiente de las importaciones. • Importadores venezolanos (fabricantes de jugos que requieren materias primas) se encuentran muy interesados en conocer la oferta exportable de jugos concentrados de Chile. • Las autorizaciones en agencias gubernamentales es más expedita cuando se trata de materias primas a ser utilizadas por un sector productivo venezolano que genera empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la imagen y posicionamiento de Chile como proveedor confiable de productos agroindustriales de alta calidad. • Mantener la calidad de excelencia de su producto como materia prima. • Asegurar una alta calidad de los jugos concentrados que se ofrecerán y versatilidad para elaborar formulaciones específicas a potenciales clientes. • Mantener estrecho contacto con la Oficina de ProChile en Venezuela. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar relaciones con los fabricantes/envasadores de jugos venezolanos para incrementar la presencia de jugos concentrados en el mercado. • Realizar visitas comerciales con el fin de conocer potencial del mercado local para productos chilenos del sector. • Generar oferta exportable para los importadores venezolanos acorde a las necesidades específicas de cada cliente.
	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situación actual del control cambiario en Venezuela, requiere asesoría previa de la Oficina Comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer diversidad en la oferta de productos del sector, en especial en materia de especies frutales y sabores. • Flexibilidad para el desarrollo de fórmulas acorde a las necesidades del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • La asignación y otorgamiento de divisas se realiza en base al criterio de la autoridad si se considera o no prioritario el producto. • A los importadores se les dificulta tener al 100% de los inventarios necesarios de las materias primas requeridas, debido a la complejidad y plazos de los sistemas existentes para la tramitación de los permisos y licencias necesarios.

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

Código Arancelario	Descripción
2009.79.29.00	Los demás jugos de manzanas.
2009.69.10.00	Los demás jugos de uva, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
2009.89.90.00	Los demás jugos de fruta, fruto u hortalizas.
2009.81.00.00	Jugos de arándanos rojo (<i>Vaccinium macrocarpon</i> , <i>vaccinium oxycoccos</i> , <i>vaccinium vitis-idaea</i>).

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

Código Arancelario	Descripción
2009.79.00	Los demás jugos de manzanas.
2009.69.00	Los demás jugos de uva, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
2009.89.90	Los demás jugos de fruta, fruto u hortalizas.
2009.81.00	Jugos de arándanos rojo (<i>Vaccinium macrocarpon</i> , <i>vaccinium oxycoccos</i> , <i>vaccinium vitis-idaea</i>).

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores

Código Arancelario	Arancel Chile	Arancel Competidor1	Arancel Competidor2
2009.79.29.00	0%	(Estados Unidos) 14%	(Brasil) 1,53%
2009.69.10.00	0%	(Estados Unidos) 14%	(Perú) 0%
2009.89.90.00	0%	(Brasil) 0%	(Estados Unidos) 14%
2009.81.00.00	0%	(Estados Unidos) 14%	

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 gran parte de los productos que forman parte del intercambio comercial entre ambos países. El sector jugos concentrados de frutas se encuentra dentro del programa de liberalización, por lo que gozan de una preferencia arancelaria del 100% para su ingreso al mercado venezolano. Esta situación representa una gran oportunidad para exportadores chilenos que desean colocar sus productos en el mercado venezolano, considerando que terceros países deben pagar un 14% de arancel.

3.2 Mercado Común del Sur (MERCOSUR):

En el contexto del ACE No. 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, por lo que el país concede preferencias arancelarias a los productos originarios de los países miembros: Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay. Por lo tanto, los productos que ingresen originarios de dichos países gozan de una preferencia arancelaria porcentual expresada en el Arancel de Aduanas de Venezuela, según lo suscrito bilateralmente dentro del Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 68 establecido con Argentina, ACE N° 69 establecido con del Brasil y el ACE N° 63 establecido con Uruguay, y ACE N° 64 vigente entre Venezuela y el MERCOSUR.

Venezuela tendrá un plazo de hasta cuatro años para adoptarse a la normativa comercial del bloque, según acordaron en Brasilia los cancilleres de los cuatro países.

Las preferencias actuales en el marco del ACE No. 63, 68 y 69 se indican a continuación:

CODIGO SACH	POSIBLE CODIGO VENEZOLANO	ARANCEL GENERAL	ARANCEL PAISES MERCOSUR		
			URUGUAY	BRASIL	ARGENTINA
2009.79.29.00	2009.79.00	14%	0%	1,53%	0%
2009.69.10.00	2009.69.00	14%	0%	0%	0%
2009.89.90.00	2009.89.90	14%	0%	0%	0%
2009.81.00.00	2009.81.00	14%	0%	0%	0%

3.2.2. Venezuela- Paraguay.

Las preferencias arancelarias porcentuales aplicables a los productos provenientes 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	CÓDIGO ARANCELARIO VENEZOLANO	TARIFA AD-VALOREM SEGÚN ARANCEL DE ADUANAS VENEZOLANO	PREFERENCIA ARANCELARIA APLICABLE MERCOSUR 2014 / ACE N° 59	ARANCEL A PAGAR DESDE 1/1/2014
Paraguay ACE N° 59	2009.79.00	14%	100%	0%
	2009.69.00		100%	0%
	2009.89.90		100%	0%
	2009.81.00		100%	0%

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. Sin perjuicio que fueron recientemente reanudadas las relaciones diplomáticas entre ambos países, aún se siguen aplicando las disposiciones del ACE N° 59 como marco para el intercambio comercial.

3.3 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 con respecto al sector de los jugos concentrados de frutas a los siguientes países:

Colombia: Tras la renegociación bilateral efectuada por Venezuela y Colombia, se produjo un acuerdo de alcance parcial suscrito el día 28 de noviembre del año 2011, estableciendo las siguientes preferencias arancelarias:

CODIGO COLOMBIA	DESCRIPCION	POSIBLE CODIGO VENEZOLANO	ARANCEL GENERAL	DESCRIPCION	PREFERENCIA COLOMBIA
2009.79.00.00	Los demás jugos de manzana.	2009.79.00	14%	Los demás jugos de manzana.	0%
2009.69.00.00	Los demás jugos de uva, sin fermentar y sin adición de azúcar u otro edulcorante.	2009.69.00	14%	Los demás jugos de uva, sin fermentar y sin adición de azúcar u otro edulcorante.	No aplica
2009.89.90.00	Los demás jugos de frutas, frutos u hortalizas.	2009.89.90	14%	Los demás jugos de frutas, frutos u hortalizas.	0%
2009.81.00.00	Jugos de arándanos rojos.	2009.81.00	14%	Jugos de arándanos rojos.	0%

- Perú:** en este caso se establece una preferencia arancelaria del 0 % para todos los productos objeto de este estudio excepto para el código 2009.89.90 el cual no posee preferencia alguna. De igual manera, estas preferencias se descuentan porcentualmente del arancel general establecido por Venezuela para terceros países. Fuente de información: http://www.tsj.gov.ve/gaceta_ext/noviembre/7112012/E-7112012-3586.pdf
- Ecuador:** De acuerdo a información proporcionada por la Oficina Comercial de la Embajada de Ecuador en Venezuela en Julio 2014, 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:** Hasta la fecha de la realización del presente informe, no existe un acuerdo comercial con listado de productos negociados entre Venezuela y Bolivia. Sin embargo, es importante destacar que delegaciones de ambos países se encuentran en negociaciones con el fin de concretar acciones. No obstante lo anterior, se ha detectado que existe vigente entre ambos países el “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:

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 (Impuesto al Valor Agregado), 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.

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.
- 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.

Observaciones: Para conocer el valor de la Unidad Tributaria vigente en Venezuela, se puede consultar el enlace oficial del SENIAT:

http://declaraciones.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENIDO_SENIAT/05MENU_HORIZONTAL/5.html

4.4 Almacenaje:

Dependiendo del tipo de carga y la naviera, el costo referencial de almacenaje puede variar entre Bolívares (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. (USD)	Tarifa Contenedor 40' st. (USD)	Tarifa Contenedor 40' hc. (USD)
San Antonio	Puerto Cabello / La Guaira	1700	2300	2300
San Vicente	Puerto Cabello / La Guaira	1800	2500	2500

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. DSH en origen: 85 USDCGF San Antonio 57 USD Dv /20/ 40DV/ HCB 90 USD.
- CGF San Vicente 57 USD Dv /20/ 40DV/ HCB 90 USD Cobro de USD 50 por TEU, por concepto de BRS - Bunker Recovery Surcharge. Este recargo hace referencia al costo por combustible.
- Cobro de Bs 1500 + IVA (12%) por concepto de elaboración de B/Ls (Bill of Lading).

Fuente: Logimar Venezuela (Representantes de Compañía Sudamericana de Vapores).

Tarifas actualizadas a julio 2014, 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 (Julio 2014).

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

Gaceta Oficial de Régimen Tarifario vigente: <http://www.bolipuertos.gob.ve/descargas/2013.pdf>

4.7 Barreras Para-arancelarias

4.7.1 Control Cambiario

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) ahora llamado (CENCOEX), sobre la base de un tipo de cambio establecido por la autoridad.

Dependiendo del tipo de producto y si las autoridades locales consideran que es o no prioritario para la economía, en la actualidad en el país existen 3 tipos de paridades cambiarias:

- CADIVI (CENCOEX): Este mecanismo guarda relación con los productos y servicios que el Gobierno ha declarado como de la canasta básica o productos de primera necesidad, por ello han privilegiado la asignación de divisas, probablemente estamos hablando de aceites, harina, azúcar, papel higiénico, medicamentos, principalmente. Tasa de cambio 1 USD = 6,3 Bolívares, paridad que fue establecida a contar de febrero 2013 luego de una nueva devaluación de la moneda en 46,5%. En la realización de entrevistas a actores vinculados a la importación de jugos concentrados, en el año 2014 han habido casos de importadores a los que se les ha otorgado el Certificado de No Producción (CNP), documento indispensable para el acceso a divisas oficiales a tasa oficial de Bs. 6.30 por dólar.
- SICAD I: Sistema Complementario de Divisas (SICAD), para la adquisición de divisas a través de subastas, donde el precio puede variar regularmente. Este mecanismo guarda relación con los productos y servicios que el Gobierno ha declarado como menos importante de la canasta básica, pero que sin lugar a dudas, forma parte importante de las preferencias del consumidor venezolano y se encuentran considerados sectores de la oferta exportable chilena, como por ejemplo, frutos frescos y secos, pescados, aceites de oliva, lácteos, ciertos electrodomésticos, algunas líneas de medicamentos no hospitalarios, etc. 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. La asignación vía postulación es de USD 220 millones semanales. Este Sistema se desarrolla a una tasa de cambio variable que ha fluctuado desde Bs.10 hasta Bs.11,8 por dólar en cada subasta. Este Sistema Complementario de Divisas es utilizado también por importadores del subsector de jugos de frutas para la adquisición de divisas para

materias primas por medio de subastas. Según la información recopilada, en el año 2014 los jugos concentrados de frutas han sido considerados por la autoridad en una sola subasta.

- SICAD II: Este mecanismo guarda relación con los productos y servicios que el Gobierno no ha declarado dentro de los sistemas de adquisición CADIVI y SICAD I en que personas naturales o jurídicas podrán participar como oferentes o demandantes para la compra y venta de divisas así como de títulos valores denominados en moneda extranjera, que pueden ser canjeados en los mercados internacionales por intermedio de la banca comercial, casas de bolsa y demás entes debidamente autorizados. En este sistema están considerados todos aquellos productos considerados como no prioritarios o suntuarios, como por ejemplo los alcoholes como el vino. A la fecha, el tipo de cambio aplicable a transacciones de importaciones se ha ubicado entre Bs. 49 y 50 por dólar. Esta es una modalidad de adquisición de divisas que también puede ser utilizada por los importadores de jugo concentrado de fruta para poder realizar las importaciones necesarias.

Para mayor información de cómo funciona éste sistema revisar el siguiente enlace: <http://www.bcv.org.ve/c5/sicad2/sicad2funciona.pdf>

4.7.2 Certificado de No Producción Nacional (CNP)

Es un documento indispensable requerido para la realización de trámites ante CENCOEX 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 (actual CENCOEX) para conceder una Autorización de Adquisición de Divisas (AAD), que conduce a la autorización de compra de divisas a precio oficial.

En el caso de los concentrados de jugos de frutas, este Certificado lo otorga el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación y lo debe tramitar el importador involucrado.

Nota: Ver Anexo I para los requisitos necesarios.

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

El arancel de aduanas venezolano estipula los regímenes legales 5 y 12 correspondientes a “Certificado Sanitario del País de Origen” y el “Registro Sanitario expedido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud”, así como también es necesario el cumplimiento de las normativas relativas a calidad SENCAMER.

El concentrado de jugo de frutas depende de su valor Brix para la realización del análisis de muestra en los laboratorios, si es de valor Brix bajo en torno a 60º el análisis se puede realizar en un laboratorio privado que emite los resultados en un tiempo más corto y de esta forma se agiliza el proceso de la emisión del respectivo registro sanitario.

Para más información a continuación se presentan los links correspondientes a cada una de las normas descritas vinculadas al subsector jugos:

REGISTRO SANITARIO ANTE EL MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA SALUD:

<http://sacs.mpps.gob.ve/siacs/Documentos/Manuales/ManualUsuario.PDF>

JUGOS Y NECTARES DE FRUTA. CARACTERISTICAS GENERALES

<http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/1030-95.pdf>

JUGOS DE FRUTA CONCENTRADO

<http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/2119-84.pdf>

JUGOS Y NECTARES DE FRUTA. DETERMINACION DE AZUCARES REDUCTORES Y NO REDUCTORES

<http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/1301-83.pdf>

6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (*links a fuentes e imágenes*).

Tanto para jugos concentrados a granel o bidones, así como presentaciones retail, 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, los cuales deben ser pegados 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, deben cumplir con las directrices para la declaración de propiedades nutricionales y de salud en el rotulado.

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 establecido en la legislación fiscal.

Para más información, consultar la Norma COVENIN Nº 2952 con relación al etiquetado de los alimentos y bebidas envasados: <http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/2952-01.pdf>

A continuación, se muestran algunos ejemplos de etiquetados de jugos tanto granel como retail:



Empresas Lourdes

Sabor:
Concentrado de
uva.

Origen: Chile



Sabor:
Concentrado de
manzana
clarificada.

Origen: Argentina



Juxx-Cranberry
Sabor: Arándano rojo.
Origen: Brasil



Promos
Sabor: Arándano rojo.
Origen: USA

7. Certificaciones.Legislación y requerimientos locales.

Para la importación de concentrados de jugos de fruta en Venezuela, no aplica ningún tipo de certificación especial de las referidas en este punto.

Es importante resaltar que en Venezuela existe una comunidad hebrea en torno a 10.000 personas de alto poder adquisitivo que adquieren jugos tanto nacionales como extranjeros con certificación Kosher.

Para más información sobre sobre otros productos de la lista Kosher revisar el siguiente link: <http://www.venezuelakosher.com/>

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

Venezuela no posee producción nacional de concentrado de frutas (uva, arándanos, mora, arándano rojo, uva, manzana clarificada, entre otros).

El consumo venezolano del concentrado de jugo es netamente de uso industrial para la preparación de jugos 100% natural, néctares de fruta, aguas saborizadas y sangrías en el sector licorero. En el territorio nacional son muy pocas las fábricas o empresas que usan concentrado de jugo para la producción de sus marcas propias, teniendo de ésta forma un gran abanico de oportunidades para los exportadores chilenos de la promoción de su producto como innovación en la producción de jugos concentrados, en base al interés manifiesto de productores de jugos de evaluar concentrados de frutas para la elaboración de jugos aún no presentes en el mercado venezolano.

Según la información recopilada en entrevistas de opinión calificada, se estima que en Venezuela al mes se produce por empresa 7.000 toneladas de jugo por cada sabor tradicional (pera, manzana, durazno y naranjada) y por cada sabor no tradicional (uva y manzana clarificada) la producción actualmente es de unas 2.000 toneladas al mes y paulatinamente irán en aumento mientras el consumidor acepte los nuevo sabores. A la fecha no existen productores de jugos de sabores vinculados a frutos del bosque.

2. Importaciones (valor, volumen y precios promedio) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.

CÓDIGO ARANCELARIO 2009.79.00

PAÍS	IMPORTACIONES 2011-2013					
	2011		2012		2013	
	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)
ESPAÑA	19.735	36.980	52.627	59.134	192.992	216.116
ESTADOS UNIDOS	9.485	10.098	8.519	5.269	109.562	158.598
BRASIL	1.028	15.495	19.122	56.216	20.872	37.363
CHILE	47.606	91.227	167.916	395.389	0	0
OTROS PAISES	2.884	9.349	2.727	6.453	1.403	4.475
TOTAL	80.738	163.149	250.911	522.461	324.829	416.552
% CHILE	55,91		75,67		0	

CÓDIGO ARANCELARIO 2009.69.00

PAÍS	IMPORTACIONES 2011-2013					
	2011		2012		2013	
	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)
CHILE	2.370.140	5.414.987	3.039.278	7.325.675	3.245.653	8.689.954
ESTADOS UNIDOS	23.633	35.301	24.170	60.338	32.323	47.903
PERU	22.189	22.407	5.383	5.306	12.529	12.573
OTROS PAISES	79	83	266.654	569.622	65.392	169.772
TOTAL	2.416.041	5.472.778	3.335.485	7.960.941	3.355.897	8.920.202
% CHILE	98,94		92,02		97,41	

CÓDIGO ARANCELARIO 2009.89.90.00

PAÍS	IMPORTACIONES 2011-2013					
	2011		2012		2013	
	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)
BRASIL	0	0	0	0	167.913	382.692
ESTADOS UNIDOS	0	0	0	0	15.978	30.954
CHINA	0	0	0	0	16.285	22.492
ALEMANIA	0	0	0	0	176	72
CHILE	0	0	0	0	0	0
OTROS PAISES	0	0	0	0	8.445	11.500

TOTAL	0	0	0	0	208.797	447.710
% CHILE	0		0		0	

CÓDIGO ARANCELARIO 2009.81.00.00

PAÍS	IMPORTACIONES 2011-2013					
	2011		2012		2013	
	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)	VOLUMEN (KG)	VALOR (US\$)
CHILE	0	0	0	0	7.440	63.527
ESTADOS UNIDOS	0	0	0	0	40.883	54.766
TOTAL	0	0	0	0	48.323	118.293
% CHILE	0		0		53,70	

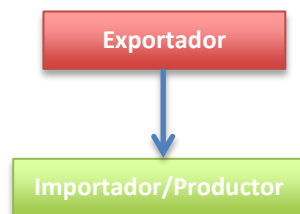
En las importaciones de los años analizados (2011, 2012 y 2013) se muestra a Estados Unidos, Brasil y España como proveedores de jugos de manzana donde Chile se muestra líder en las importaciones de dicho producto. En el caso del jugo de uva, importado para uso, tanto en la industria de jugos de fruta como en la industria de bebidas alcoholicas, Chile está ubicado muy por encima de Estados Unidos y Perú, liderando el ranking con porcentajes de participación superiores al 90%. En la partida de jugos de arándanos rojos y demás frutas u hortalizas, luego de no haberse registrado importaciones de este subsector en los años 2011 y 2012, para el año 2013, se reflejaron importaciones y los países líderes fueron Brasil y Estados Unidos.

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

- **Exportador.**
- **Importador/Productor.**

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



En el subsector de jugos concentrados, el importador es a su vez el productor de jugos o sangría que utiliza esta materia prima para su proceso.

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

En el canal de distribución analizado, el concentrado de jugo de fruta se debe ofrecer a industrias usuarias que requieren el producto como materia prima, para el posterior proceso de elaboración de jugos de frutas o sangrías en formatos retail, con marcas propias de empresas venezolanas.

4. Estrategia comercial de precio.

Según información suministrada por actores del sector en Venezuela, se tienen como precios referenciales los siguientes:

- Concentrado de jugo de manzana clarificado a 1.700 USD la tonelada por bidones o tambores.
- Concentrado de jugo de uva a 2.700 USD la tonelada por bidones o tambores.

5. Política comercial de proveedores.

No aplica en la actualidad alguna política comercial de proveedores para el concentrado de jugos en bidones o tambores para su posterior re empaque en Venezuela.

6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.

Para los jugos concentrados a granel no aplican en la actualidad políticas de marcas propias del retail. La relación comercial con potenciales clientes se basa en la capacidad del proveedor de elaborar formulas requeridas por los importadores de segmentos ya identificados (fabricantes de jugos y de sangrías).

El posible cliente venezolano (fabricante de jugos) va a transformar o añadir valor agregado para envasar jugos con su marca local. El canal retail no produce ni envasa jugos a partir de los concentrados.

VI. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

El comprador potencial de los concentrados de jugo, está enfocado principalmente en el sector industrial venezolano, como ya se había planteado anteriormente, quien se ha mostrado con un gran interés en explorar los sabores no presentes aun en el mercado para la posterior fabricación de jugos con marcas propias locales.

El concentrado de jugo de uva en Venezuela tiene dos usos importantes, el primero es para su procesamiento y re empaque como jugo de fruta y el segundo es la fermentación para su posterior uso en la producción de sangrías (sector licorero).

Cada cliente maneja especificaciones propias del concentrado pudiendo ser en el color, en el porcentaje brix o en el embalaje al momento de realizar los pedidos. En específico el concentrado de jugo de uva es un producto bastante delicado que de ser mal manipulado puede perder sus excelentes cualidades, por esta razón su embalaje cuenta con que tiene que estar refrigerado en tambores con doble bolsa asépticamente.

En el siguiente cuadro se muestran algunos ejemplos de los requerimientos técnicos de algunos importadores con relación a los jugos concentrados de manzana clarificada, uva y arándano:

Parámetros	Manzana Clarificada		Uva		Arándano	
	Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo
Sólidos Solubles (°Brix)	69,5	70	67,5	68,5	60	80
Acidez %	1	2,5	1	2,1	1	2,5
pH	3,4	4,4	2,8	3,6	-	-
Coliformes	Neg	Neg	Neg	Neg	Neg	Neg

2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.)

Existe la tendencia de los venezolanos al consumo de productos que otorguen algún valor agregado a la salud por lo tanto las industrias de jugos usuarias del concentrado podrían requerir formulaciones de concentrados libre de azúcar, con antioxidantes, sin edulcorantes, sin químicos agregados, sin aditivos y sin colorantes.

VII. Benchmarking (Competidores)

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*).

Las marcas que se presentan a continuación son del producto terminado, ya que el concentrado de jugo de fruta no presenta marca propia.

1.1 Las principales marcas locales en el mercado son:

- California (Nestle)
- La Pastoreña (Convelac)
- Santal Active (Parmalat)
- Yukery Light (Pepsi-Cola)
- Del Monte Andina

1.2 Las principales marcas importadas en el mercado son:

- Juxx (Brasil)
- Promos (Estados Unidos)
- Ocean Spray (Estados Unidos)
- Mott's (Estados Unidos)
- V8 (Estados Unidos)
- Hero (España)

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

Actualmente, existen dos competidores en relación al concentrado de los sabores manzana y uva como lo son Argentina y Estados Unidos (California).

En el caso de Argentina, según opiniones recopiladas, es difícil la negociación debido a que por su sistema cambiario tiene fechas límites para la entrega y recepción de divisas del extranjero. Por otro lado, se tiene el concentrado de manzana de California, proveedores a los cuales es difícil hacerles entender los sistemas y plazos involucrados en la permisología y trámites cambiarios en Venezuela.

Chile, con respecto a sus competidores, se encuentra dentro de los principales actores en jugos concentrados de uva y manzana clarificada.






3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado

El mejor atributo que tiene el producto chileno es el prestigio internacional con el que goza el sector agroindustrial de Chile. Adicionalmente, es un gran atractivo las preferencias arancelarias que concede el ACE N° 23, que en la actualidad exonera el 100% el pago de aranceles, frente a un 14% de arancel que deben pagar terceros países.

4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (*tablas comparativas e imágenes en lo posible*).

En el mercado venezolano no existen precios comparativos entre el producto chileno y competidores aunque se maneja extraoficialmente de fuentes certificadas que el precio FOB por tonelada del concentrado de jugo de uva de Chile es de 2.700 USD y el precio por tonelada del concentrado de jugo de manzana procedente de Argentina oscila entre los 1.610 y los 1.700 USD.

Con relación a los jugos de fruta ya procesados en formatos retails se tienen los siguientes ejemplos:

IMAGEN	MARCA	PRECIO CON 12% IVA (BOLIVARES)
	OCEAN SPRAY	1.338,7
	PROMOS (USA)	517
	MOTT'S (USA)	750
	STENDA (USA)	890
	JUXX (BRASIL)	184,17
	LA PASTOREÑA (VENEZUELA)	34,50 BsF

	<p>YUKERY LIGHT (VENEZUELA)</p>	<p>35,02</p>
	<p>SANTAL ACTIVE (VENEZUELA)</p>	<p>65</p>
	<p>CALIFORNIA (VENEZUELA)</p>	<p>27,70</p>
	<p>SANGRÍA LA CAROREÑA (VENEZUELA)</p>	<p>120</p>
	<p>SANGRÍA PASO DOBLE (VENEZUELA)</p>	<p>179,07</p>

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

Actualmente, no existen campañas o promoción de jugos concentrados en Venezuela, sin embargo se da muestra de un ejemplo de marketing y publicidad del producto terminado de origen importado.



Jugos de Fruta "Hero"

Sabor: Manzana, tomate, melocotón y piña.

Origen: España

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

Realizadas las respectivas entrevistas con los actores relevantes de empresas importantes en el mercado de jugos en Venezuela tenemos que:

- Debido al mercado desabastecido de Venezuela, las empresas encuentran la propuesta de este nuevo proyecto de la introducción de sabores no tradicionales como una muy buena oportunidad en Venezuela.
- Las fórmulas de los concentrados del jugo de fruta preferiblemente deberían de contener un valor brix bajo (60º) y no tener ningún tipo de químico añadido, ya que las productoras venezolanas prefieren hacer el proceso ellos mismos.
- El concentrado de jugo de frutas proveniente tiene que venir empacado asépticamente en los tambores o bidones metálicos con doble bolsa de polietileno.
- El embalaje debe de estar en buen estado, es decir, libre de abolladuras, grapas, clips metálicos o cierres de alambre, debido a que esto puede generar contaminación y por ende pérdida de la calidad del producto.
- La vida útil que deberá tener el concentrado de jugo de fruta debe ser de 12 meses.
- Interesante oportunidad para los jugos de berries porque tienen propiedades antioxidantes y circula información que contribuirían a evitar las infecciones urinarias femeninas (en especial cranberry).
- Fábricas pasteurizadoras han realizado estudios anteriores para determinar la viabilidad de importar jugos concentrados de otros sabores aun no presentes en el mercado venezolano para ampliar variedades de productos a ofrecer al consumidor.
- Todas las empresas contactadas y entrevistadas manifestaron interés en recibir información de la oferta exportable de Chile en jugos concentrados de todos los sabores disponibles.

IX. Fuentes de información relevantes (links).

- Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria, SENIAT: www.seniat.gob.ve
- Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela, INE: www.ine.gob.ve
- Comisión Administradora de Divisas (Cadivi): www.cadivi.gob.ve
- Banco Central de Venezuela, BCV: www.bcv.org.ve
- Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos (SENCAMER): www.sencamer.gob.ve
- Registro de marcas - Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI): www.sapi.gob.ve
- Ministerio del Poder Popular para la Salud: www.mpps.gob.ve
- Ministerio del Poder Popular para la Alimentación: <http://www.minpal.gob.ve/>

X. Anexos

ANEXO I

Requisitos para emisión de Certificados de No Producción en Venezuela:

- Timbre Fiscal 0.3 UT equivalente a Bs. 32.1.
- Solicitud del certificado de no producción (2 planillas que genera el sistema firmadas y selladas).
- Solicitud escrita del certificado de No Producción o Producción Insuficiente con exposición de motivo por parte de la Empresa.
- Descripción técnica y comercial del (los) producto(s) a importar.
- Fotocopia de la factura comercial o factura pro-forma, de la próxima importación.
- Copia del RIF
- Copia de la C.I del representante legal. En caso de que la persona que firma sea un apoderado, deberá anexar fotocopia del poder notariado y fotocopia de la C.I del apoderado
- Copia de la declaración del ISLR con fecha de cierre del último año calendario y sellado en el año actual. En caso contrario, consignar Balance general o estado de ganancias y pérdidas (vigente hasta 1 mes antes de la fecha de presentación) firmado por un Contador Público y visado por el Colegio de Contadores Públicos. En caso de no declarar, anexar la constancia de no contribuyente emitida por el SENIAT.
- Copia de la declaración del IVA (Vigente hasta 1 mes antes de la fecha actual). En caso de no declarar, anexar la constancia de no contribuyente emitida por el SENIAT

- Copia de la declaración del Impuesto Municipal (Vigente). En caso de no declarar, anexar la constancia de no contribuyente emitida por la Alcaldía o Hacienda Pública Municipal
- Registro Mercantil (Acta Constitutiva) y su última modificación (si la hubiere) resaltando a la persona solicitante.
- Nota: para retirar el certificado deberá consignar autorización con fecha del día y sello húmedo de la empresa y firmada por el representante legal, anexando copia de la C.I. del mismo y de la persona que hace el retiro en caso de no estar autorizado en el sistema.
- Los trámites se deben efectuar en el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación.