

PMP

Estudio de Mercado de Carne Bovina y Ovina en Venezuela

2014

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

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Códigos y glosas arancelarias objeto del estudio	4
1.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el producto	4
1.2. Recomendaciones para el exportador chileno	5
2. Analisis Foda	6
III. Acceso al Mercado	7
1. Código y glosa SACH	7
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	8
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	8
3.2.3. Otros países con ventajas arancelarias.	10
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.	10
5. Regulaciones y normativas de importación (<i>links a fuentes</i>)	14
5.1 Control de precios	15
6. Etiquetados requeridos para ingreso al país (<i>imágenes</i>).	15
.....	15
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.	15
8. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros (<i>links a fuentes</i>)	16
.....	16
IV. Potencial del Mercado (de acuerdo a disponibilidad de información).....	17
1. Producción local y consumo	17
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
3. Centros de consumo y estacionalidad de demanda	17
V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado	18
1. Estructura de comercialización.	18
2. Poder de decisión compra y toma de decisión a lo largo de la cadena	19
3. Estrategia y política de diferenciación de minoristas (precio, calidad, sustentabilidad, mix, etc.).	20
4. Segmentación de retailers (<i>precio, calidad</i>) y política comercial. Matriz de posicionamiento de	
<i>minoristas (calidad vs. precio)</i>	20
5. Exigencias de certificaciones de minoristas (<i>trazabilidad, 'Fair Trade' - HACCP, Halal, Kosher, USDA</i>	
<i>Natural, Orgánico, etc.</i>) según segmentación.....	21
6. Organismos certificadores aceptados o exigidos por importadores y retailers y legislación local al	
respecto (<i>links</i>).	21
7. Agencias locales validadoras de certificaciones (<i>links</i>).	21

8. Etiquetados requeridos (<i>imágenes</i>)	21
9. Tiendas especializadas del producto	21
10. Marcas propias en retail	22
11. Distribución Online.....	22
VI. Consumidor	22
1. Segmentos de consumo del producto (segmentos demográficos, socioeconómicos, aspectos culturales, religiosos, étnicos, etc.).....	22
2. Centros de consumo (regiones/ciudades) y estacionalidad de demanda	23
3. Conocimiento y preferencias de atributos diferenciadores por segmento (calidad, precio, sustentabilidad, inocuidad, funcionalidad de un alimento, etc.)	23
4. Productos sustitutos y similares.....	23
5. Requerimientos según características/composición y hábitos de la población (Halal, Kosher, etc.).....	23
VII. Benchmarking (Competidores) y Tendencias	24
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>)	24
2. Atributos de diferenciación de productos en el mercado (<i>certificación orgánica, fair trade, sustentabilidad, eco friendly, etc.</i>).....	24
3. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (<i>tablas comparativas e imágenes en lo posible</i>)	25
.....	25
4. Posicionamiento de producto chileno en el mercado en comparación a competidores.....	25
5. Especificaciones tamaños: bulk buy, ready to eat, porcionado, etc (imágenes).....	26
6. Formato envasado: materiales (reciclado, biodegradable, etc.), formas y otros elementos diferenciadores (imágenes).....	26
7. Campañas MKT de competidores o producto local: logo de origen, producto local, estrategias de posicionamiento en el mercado (links e imágenes)	26
8. Organismos (retailers, ONGs, etc.,) con influencia en determinación de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.) y decisión de compra.....	27
9. Producción Nacional.....	27
10. Compras Gubernamentales	27
VIII. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado	28
IX. Fuentes de información (<i>Links</i>)	29
X. Anexos	29

II. RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos años, Venezuela se ha convertido en un país altamente dependiente de las importaciones, tanto de materias primas, bienes intermedios y productos terminados. Se estima que más del 75% de los productos que consume el país, son de origen importado. Dentro del sector agropecuario, de acuerdo a entrevistas de opinión calificada efectuadas con actores relevantes dentro del sector, existe insuficiente producción nacional de carne en sus diferentes tipos de cortes, tanto bovina (res) como ovina (cordero), por lo que resulta indispensable para Venezuela, recurrir a las importaciones para cubrir la demanda interna del país, teniendo como principales proveedores a Brasil, Uruguay, Nicaragua y Argentina (más adelante, se exhiben mayores detalles con estadísticas de importaciones venezolanas).

1. Códigos y glosas arancelarias objeto del estudio

Código Chileno SACH:

- Carne Bovina: 0202.30; 0202.3010; 0202.3020; 0202.3090;
- Carne Ovina: 0204.42; 0204.43

Descripción arancelaria:

- Carne Bovina:
 - 0202.30: Deshuesada
 - 0202.3010: Cuartos delanteros.
 - 0202.3020: Cuartos traseros.
 - 0202.3090: Los demás.
- Carne Ovina:
 - 0204.42: Los demás cortes (trozos) sin deshuesar.
 - 0204.43: Deshuesadas.

1.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el producto

Actualmente, la producción de carne bovina y ovina en Venezuela, no es suficiente para cubrir su demanda total, generando recurrentes importaciones. Según declaraciones en prensa por parte de la Federación Nacional de Ganaderos de Venezuela (FEDENAGA) se estima que un 50% del consumo de cárnicos es representada por carne importada. De gran importancia precisar que, según cifras oficiales, más de la mitad de las importaciones de carne bovina en Venezuela, son ejecutadas a través de compras gubernamentales, cuyas cifras alcanzaron un 52,8% del total de las importaciones de carne bovina efectuadas por el país al cierre del año 2013. Por su parte, para este mismo período, no se registraron importaciones de carne ovina, de acuerdo a la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas (fuente oficial).

En general, es relevante la necesidad en Venezuela de acudir a importaciones de diversos productos (entre ellos la carne bovina y ovina) por la insuficiente producción local para atender la demanda interna, manteniéndose latente la oportunidad para el exportador chileno de ingresar al mercado venezolano y competir con países como Argentina, Uruguay, Colombia, Nicaragua, y Brasil, principales proveedores internacionales de Venezuela para este subsector.

1.2. Recomendaciones para el exportador

- La principal recomendación para los exportadores chilenos, es, en primer término, proceder a la habilitación de establecimientos / plantas procesadoras para poder exportar a Venezuela. La solicitud de habilitación se canaliza a través del del Servicio Agrícola y Ganadero de Chile.
- Dependiendo de la naturaleza del importador y el uso que le dará a la carne (supermercados; importador para atender segmento retail, gourmet o de restaurantes, fabricantes de hamburguesas para foodservice, etc), se sugiere evaluar previamente en base a la demanda según el perfil cliente/producto, la posibilidad de ofrecer una oferta exportable de cortes específicos acorde a los diferentes tipos de demandas del mercado o clientes.
- Otro aspecto muy importante a evaluar es lo referente al precio del producto y su relación precio-valor, que será un elemento decisivo para una eficaz incursión y comercialización en el mercado venezolano.
- Se recomienda iniciar con antelación los registros sanitarios que establecen los organismos venezolanos correspondientes, independientemente que aún no se encuentre definido el importador.
- Considerando las preferencias de los importadores venezolanos y la preservación del producto, se recomienda enfocar la oferta a carnes congeladas en diferentes cortes, con o sin hueso, de manera que el distribuidor mantenga un prolongando tiempo de vigencia durante y después de su importación.
- Monitorear la implicancia en las posibles mejoras en las condiciones de acceso al mercado, derivado del ingreso de Venezuela al Mercosur y su relación a la posible agilización de los trámites sanitarios, considerando, además, el acuerdo de asociación de Chile a dicho bloque subregional (ACE No. 35).

2. Analisis Foda

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Atacar específicamente los segmentos más demandados en el mercado venezolano. • Posicionar productos en base a calidad y precios. • Cubrir las demandas del importador venezolano en base a especificaciones del producto. • Ofrecer facilidad en negociaciones aprovechando la buena imagen empresarial que posee Chile en el mercado 		<ul style="list-style-type: none"> • Chile cuenta con el Servicio Agrícola Ganadero (SAG), institución reconocida internacionalmente por tener controles estrictos respecto a la sanidad agropecuaria y seguridad en el cuidado alimentario. • La geografía preponderante de Chile genera una protección por naturaleza, ante posibles virus y enfermedades, garantizando productos cárnicos libres de contagios. • Chile como productor con experiencia, ha fortalecido los subsectores de leche, carne, y derivados de animal en base a la calidad y confianza como producto de exportación. • Manejo de empresas con certificación en preceptos de religión, como <i>Kosher</i> (Judíos) y <i>Halal</i> (Musulmanes). • Los exportadores de carne bovina y ovina en Chile, son flexibles y dinámicos en las instancias de cortes específicos según sea requerido por los mercados internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasta ahora, nula presencia de Chile en el mercado de carne bovina y ovina en Venezuela. • Hace varios años, hubo una incipiente presencia de carne bovina chilena en el mercado venezolano que lamentablemente no cumplió con las expectativas del consumidor. Lo anterior, significa que importadores del sector verían con cautela nuevas negociaciones del producto. Prefieren hacer tastings previos del producto antes de negociar y colocar órdenes de compra. • Falta de conocimiento de Chile como proveedor exportador de carnes en América Latina con altos estándares sanitarios.
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la imagen y posicionamiento de Chile como proveedor confiable de productos alimenticios que incluya carne bovina y ovina, • Resaltar a los importadores venezolanos las características de certificación sanitaria tan exigente y reconocida a nivel mundial de la oferta de carnes de Chile, demostrando la calidad garantizada en su producción. • Ofertar con precios competitivos, resaltando la calidad de producción de carnes en Chile. • Procurar cubrir la demanda de los importadores venezolanos, manteniendo la calidad y 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar visitas comerciales a importadores venezolanos para presentar oferta exportable. Disposición a ofrecer cortes de carnes específicos, tomando en cuenta las demandas insatisfechas del distribuidor en base a hábitos de consumo del consumidor venezolano. • Generar oferta exportable a los distribuidores venezolanos acorde a las necesidades del mercado, haciendo
	<ul style="list-style-type: none"> • Venezuela otorga preferencias arancelarias de 100% a la carne bovina y ovina proveniente de Chile, en el marco del ACE No. 23. • Insuficiente producción de carnes en Venezuela, origina cubrir demanda mediante importaciones, en más de un 50%. • Alto consumo de carnes por parte de la población de todos los estratos socioeconómicos. 		

<ul style="list-style-type: none"> • Importadores venezolanos se encuentran interesados en conocer la oferta exportable de carnes de Chile. • Crecimiento constante de compras gubernamentales en Venezuela en productos alimenticios de primera necesidad, incluyendo carne bovina. 	<p>ofrecer variedades de cortes, para poder originar preferencias por el distribuidor.</p>	<p>énfasis en las ventajas que concede el acuerdo que mantienen Chile y Venezuela, con desgravación arancelaria del 100% en carne bovina y ovina.</p>
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Complejo proceso de importación del producto debido a las numerosas normativas de las barreras para-arancelarias y documentación necesaria que retrasan los procesos de importación en Venezuela. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener como incentivo primordial dentro de una oferta exportable, el Acuerdo Complementación Económica (ACE N° 23), que existe entre Chile y Venezuela, como ventaja arancelaria para posibles importaciones y/o su continuidad con la inclusión en Mercosur. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar una oferta de precios adecuada, considerando la ausencia de la carne chilena en el mercado venezolano.

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

Código Chileno SACH:

- Carne Bovina: 0202.30; 0202.3010; 0202.3020; 0202.3090;
- Carne Ovina: 0204.42; 0204.43

Descripción arancelaria:

- Carne Bovina:
 - 0202.30: Deshuesada
 - 0202.3010: Cuartos delanteros.
 - 0202.3020: Cuartos traseros.
 - 0202.3090: Los demás.
- Carne Ovina:
 - 0204.42: Los demás cortes (trozos) sin deshuesar.

0204.43: Deshuesadas.

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

Código Venezolano:

- Carne Bovina: 0202.20.10; 0202.20.20; 0202.20.90; 0202.30.00
- Carne Ovina: 0204.42.00; 0204.43.00

Descripción arancelaria:

- Carne Bovina:
0202.20.10: Cuartos delanteros.
0202.20.20: Cuartos traseros.
0202.20.90: Los demás.
0202.30.00: Deshuesada.
- Carne Ovina:
0204.42.00: Los demás cortes (trozos) sin deshuesar.
0204.43.00: Deshuesadas.

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Según lo establece el Arancel de Aduanas vigente en Venezuela, la carne bovina y ovina en sus diferentes cortes, con o sin hueso, deben pagar un 20% de arancel de general, que se aplica a este tipo de productos procedentes de cualquier país que no tenga acuerdos de alcance parcial o total con Venezuela.

Chile goza de 100% de preferencias arancelarias cuando se trata de carne bovina y ovina, en el marco del ACE N° 23, a diferencia de cuatro (4) importantes proveedores de carne a Venezuela, como lo son Nicaragua, Costa Rica, Estados Unidos y Canadá, que no poseen acuerdos comerciales de rebajas arancelarias con Venezuela.

Código Arancelario (Venezolano)	Arancel Chile	Arancel Competidor Brasil*	Arancel Competidor Nicaragua*	Arancel Competidor Colombia*	Arancel Competidor Uruguay*	Arancel Competidor Argentina*	Arancel Competidor Costa Rica*	Arancel Competidor Paraguay*	Arancel Competidor Estados Unidos*	Arancel Competidor Canadá*
(bovino) 0202.20.10 0202.20.20 0202.20.90	0%	6.8%	20%	0%	0%	0%	20%	0%	20%	20%
(bovino) 0202.30.00	0%	6.8%	20%	18%	0%	0%	20%	0%	20%	20%
(ovino) 0204.42.00 0204.43.00	0%	0%	20%	20%	0%	0%	20%	0%	20%	20%

En cuanto a Colombia, el arancel aplicable se basa en el Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial [AAP.C N° 28](#), suscrito el 28 de noviembre del año 2011.

3.1 Arancel Preferencial Producto Chileno:

Las relaciones comerciales entre Chile y Venezuela se rigen principalmente por el Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 23, que concede cero aranceles para más del 97% de las mercancías intercambiables entre

ambos países, estimulando el intercambio comercial bilateral. En el caso de carne bovina y ovina de origen chileno, se encuentran negociadas en el referido Acuerdo, y gozan del 100% de preferencias arancelarias. Esta situación resulta muy atractiva para exportadores chilenos que desean ubicar sus productos de este subsector en el mercado venezolano, considerando que terceros países deben pagar en la actualidad un 20% 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 de estos 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 la República de Argentina, ACE N° 69 establecido con la República Federativa del Brasil y el ACE N° 63 establecido con la República Oriental del 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, 64, 68 y 69 se indican a continuación:

Preferencias Venezuela vs. Mercosur							
País-Acuerdo	Código Arancelario Venezolano	Arancel General	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	0202.20.10 0202.20.20 0202.20.90	20%	0%	0%	20%	20%	No han sido negociados
	0202.30.00	20%	66%	66%	6,8%	6,8%	2018
	0204.42.00 0204.43.00	20%	0%	0%	20%	20%	No han sido negociados
Brasil-ACE N° 69	0202.20.10 0202.20.20 0202.20.90 0202.30.00	20%	66%	66%	6,8%	6,8%	2018
	0204.42.00 0204.43.00	20%	0%	0%	20%	20%	No han sido negociados
Uruguay-ACE N° 63	0202.20.10 0202.20.20 0202.20.90	20%	0%	0%	20%	20%	No han sido negociados
	0202.30.00	20%	100%	100%	0%	0%	2012
	0204.42.00 0204.43.00	20%	0%	0%	20%	20%	No han sido negociados
Paraguay-ACE N° 64	0202.20.10 0202.20.20 0202.20.90 0202.30.00	20%	100%	100%	0%	0%	2012
	0204.42.00 0204.43.00	20%	0%	0%	20%	20%	No han sido negociados

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 carnes (bovina y ovina) según se indica a continuación:

- **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 los códigos 0202.20.10; 0202.20.20; 0202.20.90; 0204.42.00 y 0204.43.00 bajo ninguna preferencia arancelaria (no han sido negociados), y con 100% para el código 0202.30.00.

Código Arancelario (Colombia)	Descripción	Código Arancelario (Venezolano)	Descripción	Preferencia Arancelaria (%)
0202300010	Cortes finos de carne de animales de la especie bovina, congelada, deshuesada.	02023000	Deshuesada	100%
0202300090	Los demás de carne de animales de la especie bovina, congelada, deshuesada			

- **Perú:** Estableció un acuerdo bilateral de alcance parcial con Venezuela publicado en gaceta oficial el día 7 de noviembre del año 2012, sin embargo, bajo los códigos arancelarios objeto de estudio no aplican alguna preferencia.
- **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:

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 en la actualidad es de un 12%. Por otra parte, según lo vaya determinando la autoridad, se puede exonerar de IVA en forma temporal a determinados productos que se consideren de primera necesidad, como por ejemplo la carne bovina.

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. 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 imprevisto.
- Manejo de la carga y documentación: desconsolidación y manejo (Bolívares 4.000 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.

Los montos aproximados para carga suelta están comprendidos entre 5 Unidades Tributarias (UT) y 10 UT por día, mientras que para contenedores pueden estar situados los precios a partir de un mínimo de 4 UT diarias por contenedor. El Valor actual de la Unidad Tributaria es de 127 bolívares. Para conocer el valor de la U.T. vigente según la legislación vigente, se puede consultar [aquí](http://www.seniata.gov.ve) o bien en el portal del organismo correspondiente www.seniata.gov.ve

Es importante señalar que de acuerdo a cada caso los precios pueden variar, dependiendo del tipo de producto y los volúmenes a manejar por operación. Por otra parte, usualmente los agentes aduanales cobran un adicional por concepto de servicio de inspección sanitaria para fármacos y alimentos.

4.4 Almacenaje:

Dependiendo del tipo de carga y la naviera, el costo referencial de almacenaje puede variar entre 6.000 y 10.000 Bolívares Fuertes, que sería un pago único en el entendido que la mercancía será nacionalizada en un plazo de 10 a 12 días continuos. Este pago usualmente 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 Nº 6.645 publicado en la Gaceta Oficial Nº 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 Nº 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 Nº 40.092 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 17 de enero de 2013, 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 o bien en torno a Bs. 10 por dólar aplicable a las subastas del Sistema Complementario de Adquisición de Divisas, SICAD).

Es preciso destacar, 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://www.bolipuertos.gob.ve/descargas/2013.pdf>

4.7 Barreras Para – Arancelarias

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. Según lo determinado recientemente por las autoridades, CADIVI fue eliminada y entró en funcionamiento el Centro de Comercio Exterior CENCOEX, como ente a cargo de la administración de las divisas del país.

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. Por su parte, la carne bovina y ovina están considerados hasta los momentos dentro de las listas de productos prioritarios y para que los importadores de este subsector puedan 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>

Por otra parte, en el mes de marzo de este año, las autoridades anunciaron el Sistema Complementario de Divisas (SICAD), como medio alternativo a CENCOEX, para la adquisición de divisas a través de subastas, donde el precio puede variar regularmente. 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 del Banco Central de Venezuela, Ministerio para el Poder Popular de las Finanzas y de la Planificación. El tipo de cambio de este sistema se ubica en torno a los Bolívares 10 por dólar.

Por otra parte, las autoridades anunciaron la entrada en funcionamiento de un tercer sistema de acceso a divisas llamado Sicad II, siendo un importante esfuerzo de la autoridad de modificar la Ley de Ilícitos Cambiarios y así poder abrir un tercer mercado al que podrían acceder importadores de productos considerados como NO prioritarios o suntuarios. El tipo de cambio de este sistema se ha ubicado en torno a los Bolívares 50 por dólar.

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, correo 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 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 al CENCOEX para conceder una Autorización de Adquisición de Divisas (AAD), que conduce a la autorización de compra de divisas a precio oficial.

Los productos objeto del presente estudio, código arancelario venezolano N°: 0202.20.10; 0202.20.20; 0202.20.90; 0202.30.00; 0204.42.00 y 0204.43.00, 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, organismo que realiza previamente una evaluación si el producto involucrado es necesario o prioritario para el país.

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

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

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 el caso de carnes de animales de la especie bovina y ovina, aplica según su respectiva clasificación arancelaria los regímenes legales 3; 5 y 6.

3. Permiso del Ministerio del Poder Popular para la Salud (registro sanitario).
5. Certificado Sanitario del País de Origen.
6. Permiso Sanitario del Ministerio del Poder Popular para la Agricultura y Tierras (emitido por el Instituto Nacional de Salud Agrícola Integral, INSAI).

Observación: Tanto el CNP como el Permiso Sanitario de Importación (Régimen Legal N° 6), deben ser solicitados por intermedio de la Taquilla Única ubicada en la sede del Ministerio del Poder Popular para la Alimentación (MINPPAL).

Adicionalmente, la mercancía debe venir acompañada del Certificado de Origen emitido por la autoridad chilena pertinente, para poder gozar de las preferencias establecidas en el ACE No. 23 mencionadas anteriormente.

Notas:

Requisitos para nuevas solicitudes de registro sanitario de alimentos nacionales (Régimen Legal N° 3): <http://sacs.mpps.gob.ve/siacs/Alimentos/Instructivos/registroSanitario.pdf> En caso que la carne bovina u ovina involucrada tenga algún proceso adicional de transformación, ejemplo marinada, con especias, salada, ahumada, etc., adicionalmente el producto debe contar con un Registro Sanitario de Importación que emite el Ministerio del Poder Popular para la Salud (Régimen Legal No. 12).

5.1 Control de precios

Un elemento importante de la política comercial, implementada en el Gobierno del Presidente Chávez, y que se mantiene en la actualidad, es el Régimen de Control de Precios. A principios del año 2003, el Gobierno determinó la necesidad de establecer los precios máximos de venta al público para los productos de primera necesidad, con el objetivo de controlar la inflación y otorgar facilidades a la población de escasos recursos.

Con relación a la carne bovina, existen diferentes tipos de cortes que el Gobierno estableció precios máximos de venta al público, lista publicada por el organismo Indepabis disponible en el siguiente link http://www.indepabis.gob.ve/publicos/archivos/indepabis-preciosreguladoscestabasica_10.pdf y publicados en la Gaceta Oficial No. 40.169 <http://www.indepabis.gob.ve/gacetas/40169>

Sin embargo, de acuerdo a entrevistas de opinión calificada, existen otros tipos de cortes de carne bovina considerados del segmento Premium, así como todos los cortes de carne ovina (cordero) que no están sujetos a la regulación mencionada, tal como se observa en la información referencial de precios incluida en el presente PMP. Preciso destacar que en Venezuela, a petición de FEDENAGA y La Federación de Ganaderos de la Cuenca del Lago (FEGALAGO), se busca eliminar los controles de precios sobre las carnes (entre diversos productos), pues según declaran los industriales del sector, se les dificulta poder cumplir con los precios máximos fijados para la venta al consumidor, debido a los altos costos involucrados en el proceso productivo o de importación.

Por otra parte, el Gobierno en Venezuela implementó recientemente políticas para reducir costos al consumidor mediante La Ley Orgánica de Precios Justos, que se hizo oficial el 23 de enero de 2014 con la publicación en la Gaceta N° 40.340, estableciendo una ganancia máxima de 30% para cada actor de la cadena de comercialización. Además, fijará los precios máximos de la cadena de producción o importación, distribución y consumo, de acuerdo a su importancia económica y su carácter estratégico, en beneficio de la población. Para mayor información, puede consultar la [Gaceta N° 40.340 con La Ley Orgánica de Precios Justos](#)

6. Etiquetados requeridos para ingreso al país (imágenes).



Fuente: ProChile-Venezuela.

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". 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.

Permiso 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, todos ameritan *un permiso y/o registro sanitario* avalado por dicho Ministerio para ser importadas en el país.

Adicionalmente, se requiere del **Permiso zoosanitario de importación**, otorgado por el Instituto Nacional de Salud Agrícola Integral (INSAI), el Certificado de No Producción que conduce a divisas oficiales, y la Solicitud de Exenciones y Exoneraciones con Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) en caso que al momento de la importación el producto se encuentre considerado dentro de la lista de productos exentos de pago de Impuesto al Valor Agregado I.V.A.

Ante todo la empresa importadora del producto debe estar inscrita en el **Ministerio del Poder Popular para la Alimentación (MINPPAL)**. Una vez realizada dicha inscripción, la empresa deberá solicitar para cada importación el Certificado de No Producción.

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://sacs.mpps.gob.ve/siacs/>
- ✓ 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 como mínimo de entrega es de 45 días hábiles.

8. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros (*links a fuentes*)

8.1 Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS): Permiso sanitario

Dirección: Centro Simón Bolívar, Edificio Sur, piso 3, oficina 313, División de Higiene de los Alimentos. El Silencio, Distrito Capital, Caracas - Venezuela.

Teléfonos: 58212-408-0000/0475/0482. Fax: 58212-408-0505.

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

<http://sacs.mpps.gob.ve/siacs/>

Nota: 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 un mínimo de 45 días hábiles.

8.2 Instituto Nacional de Salud Agrícola Integral (INSAI): Permiso zoosanitario de importación.

Dirección: Av. Fco Solano, cruce con Calle Pascual Navarro, Edificio Banvenez, piso 12 al 14, Plaza Venezuela, frente al Banco Mercantil, Caracas.

Teléfonos: +58 212-7053414

Correo electrónico: nuevorioficial@gmail.com; nuevoinsaisaludvegetalintegral@gmail.com

Página web: www.insai.gob.ve

8.3 Servicio Nacional Integrado de Administración y Hacienda Pública (SENIAT): Solicitud de Exenciones y Exoneraciones.

Dirección: Gran Avenida Plaza Venezuela, Torre Sur del SENIAT, piso 2, Caracas.

Teléfonos: +58212-7092201/7092205.

Website: www.seniat.gob.ve

8.4 Ministerio del Poder Popular para la Alimentación (MINPPAL):

Dirección: Avenida Andrés Bello, edificio "Las Fundaciones" P.B., Local 8 "Taquilla Única", Dirección de mercadeo. Municipio Libertador, Distrito Capital, Caracas - Venezuela.

Teléfonos: +58212-5770257

Website: www.minpal.gob.ve

IV. Potencial del Mercado (de acuerdo a disponibilidad de información)

1. Producción local y consumo

Venezuela es un país altamente dependiente de las importaciones, tanto de materias primas, como productos terminados que se adquieren en mercados internacionales. Se estima que más del 75% de los productos que consume el país, son de origen importado.

En la actualidad, Venezuela produce carne de res y de cordero, pero en cantidades insuficientes para abastecer la demanda del mercado, por lo cual el país debe efectuar importaciones para atender las necesidades del país en este subsector, donde se destacan como principales países proveedores: Brasil, Nicaragua, Colombia, Uruguay y Argentina. Según cifras oficiales publicadas por el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información disponible en <http://www.minci.gob.ve/2013/08/venezuela-rompe-record-mundial-en-consumo-y-produccion-de-leche-y-carne/> se estima que el consumo per cápita de carnes en todos sus tipos en Venezuela se ubica en 90 kilos al año al año 2012, cuando en el año 1999 el consumo estaba en torno a los 30-35 al año por persona.

La carne bovina y ovina es consumida por toda la población en general, de todos los estratos socioeconómicos, donde el Estado es uno de los principales actores en la importación de carne bovina por intermedio de la Corporación de Abastecimiento y Servicios Agrícolas (Coporación CASA), que al cierre del 2013 representaron un 52,8% de las importaciones de carne bovina del país.

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.

Ver Link <https://www.dropbox.com/s/h90fjz3i715lgng/PMP-%20Carnes%20Importaciones.docx>

3. Centros de consumo y estacionalidad de demanda

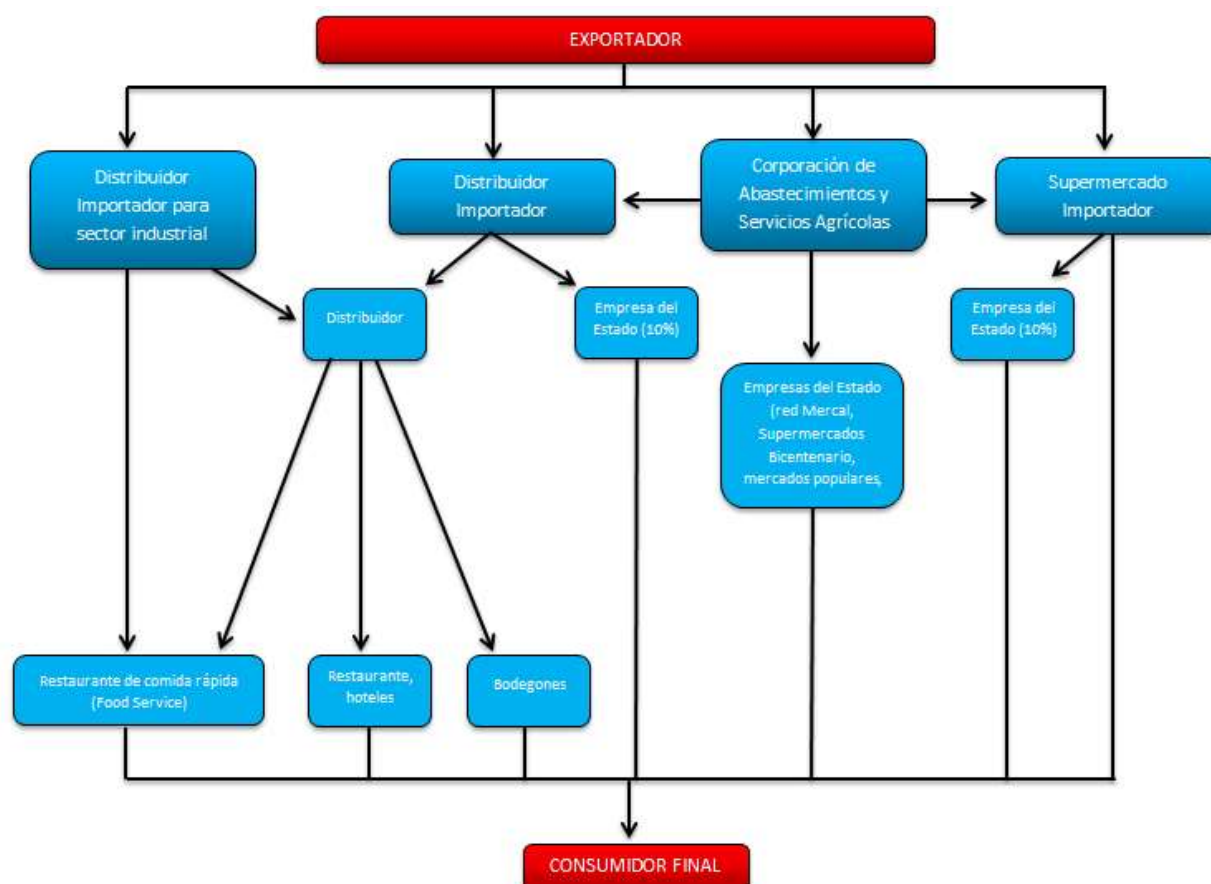
La carne bovina y ovina es un producto de consumo general en todos los sectores de la sociedad venezolana y en cada uno de los estados del país. No existe una estacionalidad para la demanda, principalmente de la carne bovina dado que es un producto de primera necesidad y de alto consumo. Este es consumido por la población todos los meses del año. Desde el 2011, la carne bovina es calificada por el Ejecutivo como "bienes de consumo masivo" con

derivados de la producción bovina, así como insumos proveedores de proteínas, con el fin de facilitar su importación. Con relación a la carne ovina, es de consumo principalmente por los estratos AB+ y los principales centros de consumo se orientan a tiendas de productos gourmet y restaurantes.

V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado

1. Estructura de comercialización.

En el mercado venezolano las estructuras de comercialización para la carne bovina y ovina pueden realizarse de la siguiente manera:



- Los **distribuidores importadores** que realizan las compras internacionales directamente, le proveen los cortes de carne ya empacadas al vacío a otros distribuidores o a través de su propia red de distribución para proveer a otros actores de la cadena, tales como bodegones (tiendas especializadas), restaurantes, hoteles, supermercados independientes, tiendas gourmet, etc., para llegar así al consumidor final. Por normativa de Gobierno, según información no oficial suministrada por algunos entrevistados, para el

otorgamiento de un CNP de carne el importador se debe comprometer un 10% de su importación de carnes a precio regulado (calculado sobre dólar preferencial), a alguna empresa del Estado, donde el mismo Gobierno a través de Corporación de Abastecimientos y Servicios Agrícolas (Corporación CASA), asigna a que empresas serán vendidos los productos (Red de abastos Bicentenario por ejemplo) para vender este tipo de productos a precios solidarios a la población de escasos recursos.

- Los **distribuidores importadores para el sector industrial**, lo constituyen empresas que elaboran derivados y preparados en base a carne de res (por ejemplo hamburguesas), para proveer a puntos de venta foodservice, restaurantes de comida rápida (principalmente), y demás establecimientos comerciales que ofrezcan este subproducto de la carne bovina.
- La **Corporación CASA** es la entidad de Gobierno encargada de compras internacionales en materia alimenticia, y realiza importaciones directas / compras gubernamentales de carnes (entre otros alimentos básicos), para luego distribuirla entre empresas y mercados populares del Estado, y otra parte es vendida a distribuidores y supermercados en precios regulados (los distribuidores y supermercados por lo general, compran a Corporación CASA sólo cortes de segunda, dado que es lo que mayormente importa la Coporación).
- El **supermercado importador**, al realizar las compras internacionales de forma directa, debe vender un 10% de su importación de carnes a precio regulado (sobre dólar preferencial) por normativa de Gobierno, a empresas del Estado donde éste último, a través de Corporación CASA, asigna a que empresas serán vendidos los productos (Red de abastos Bicentenario por ejemplo). El resto del embarque es utilizado por las cadenas de supermercados para procesar la carne (en especial bovina) y dividirla en los diferentes cortes que mayormente se consumen en el mercado para ponerlos a disposición del consumidor.

2. Poder de decisión compra y toma de decisión a lo largo de la cadena

- Según información suministrada en entrevistas de opinión calificada, una de las prioridades que se aplican en la decisión de importación de la carne es que el pedido sea despachado congelado, principalmente por los inconvenientes eléctricos que Venezuela atraviesa en la actualidad. En Venezuela mayormente se importa carne congelada deshuesada, de lo contrario se compra ganado en pie en busca de incrementar “la producción nacional”.
- El **precio** y la **calidad del producto**, son elementos fundamentales a la hora de tomar decisión de compra, tanto para el importador como para el consumidor final.
- Otro elemento fundamental para la importación de carne, es **la demanda que pueda cubrir el exportador** en los cortes determinados exigidos por el distribuidor venezolano (al igual que el consumidor final).
- Es importante señalar que los importadores en Venezuela mayormente solicitan cortes de primera muy específicos y en interesantes cantidades, por lo que una de las dificultades que manifestaron los empresarios locales entrevistados, es el hecho que la mayoría de los proveedores internaciones ofrecen cortes que muchas veces se encuentran fuera de la demanda real del mercado.
- Los cortes de carne solomo angosto, solo ancho, y punta trasera, son los cortes de carne de res que mantienen mayor demanda en Venezuela, tanto en el segmento gourmet (restaurantes) como a nivel de supermercados. En Chile, estos cortes pueden ser conocidos como lomo liso, lomo vetado, y punta de ganso, siendo el lomo liso el preferido por restaurantes y bodegones en Venezuela.
En cuanto a la carne de cordero, los cortes mayor demanda, entre el segmento gourmet, supermercados y tiendas especializadas, son los cortes “Rack Francés” y “Rack Americano” (ambos costilla), más sin embargo, su demanda no es tan elevada en comparación a la carne de res.
- En relación al **sector industrial** de carne de res para derivados y preparados de carne (carne de hamburguesa por ejemplo), en Venezuela están presentes tres (3) categorías que jerarquizan los distintos cortes, teniendo al **solomo abierto** (pulpón, paleta entera, costilla, pecho) como el conjunto de cortes más comunes y de mayor preferencia por el consumidor. Seguido de **delantero robado** (o sólo retazos) con despojos de cierto nivel magro provenientes de la limpieza del solomo abierto. Y por último el **Beef Primming** (retazos de res), constituido por cortes con grasos, retazos provenientes de la limpieza del solomo abierto y delantero robado.

- Siempre determina para cada corte de carne, como se obtienen los cortes, su limpieza, la obtención de cada retazo, variando de la res el peso, grasas, cantidad de carne, de manera tal que pueda clasificarse el corte según sus características.
- Los cortes de carne de res más comunes en Venezuela solicitados por el consumidor final son: Punta trasera, muchacho cuadrado, muchacho redondo, ganso, lomito, solomo de cuerito, solo abierto, papelón, pescuezo o cogote, paleta o codillo, lagarto anterior, pecho, costillas, falda, pollo de res, chocozuela, pulpa negra, lagarto posterior, y muchacho redondo.
- No obstante, aunque la preferencia del producto se encuentra segmentado en cortes de primera, existen grandes distribuidores privados que realizan compras en múltiples cortes, al igual que Corporación CASA (compras públicas).
- El **país de origen** del producto es otro factor determinante antes de realizar cualquier importación de carnes, dado que los países representan la posible calidad de dicho producto, y por supuesto, la **preferencia arancelaria** para aprovechar las ventajas comerciales.
- Tanto para el consumidor final como para el importador en Venezuela, es muy importante el **empaquetado del producto**, que por lo general vienen empacados al vacío y siempre siguiendo la normativa de etiquetado en Venezuela (punto 6 en el capítulo Acceso al Mercado). También es importante que el plazo de vida útil del producto sea amplio mínimo 8 meses de vigencia, ideal de 10 a 12 meses.

3. Estrategia y política de diferenciación de minoristas (precio, calidad, sustentabilidad, mix, etc.).

La carne bovina es un producto de primera necesidad en Venezuela y de alto consumo por la población en general, contrario a la carne ovina (cordero), que es catalogada dentro de los llamados productos gourmet cuya demanda es menor y no se considera un producto de primera necesidad. Considerando lo anterior, el mercado se divide en segmento de consumo masivo y en segmento gourmet. Dentro del segmento de consumo masivo, la mayor oferta consiste en cortes de segunda y de tercera administrados principalmente por parte del proveedor del Estado (Corporación CASA), donde la diferenciación viene dada por los cortes disponibles al consumidor. En el segmento gourmet, la oferta se especializa en cortes de primera únicamente. El consumidor final, demanda un alto consumo de carne de res y cordero (principalmente de res), los cuales adquiere y/o consume en restaurantes o tiendas especializadas.

En Venezuela, según lo manifestado por los distribuidores entrevistados, no existe la necesidad de implementar estrategias de marketing para agilizar las ventas en este sector, por el contrario “el producto se vende por sí solo” –afirman-, donde la rapidez de venta radica básicamente en la relación precio-calidad del producto y en el país de origen.

4. Segmentación de retailers (*precio, calidad*) y política comercial. Matriz de posicionamiento de *minoristas (calidad vs. precio)*.

El sector de venta al detal, por lo general trata de competir no sólo con el atributo precio, sino además en lo vinculado a calidad y variedad. La gran mayoría busca ser percibido por el consumidor manejando **precios más económicos**, mejores **ofertas**, diversos cortes de carnes, y procurar contar con gran **inventario de forma constante**.

Adicionalmente se ha tratado de mejorar la imagen de los establecimientos, con el objeto de ser vistos como prestadores de **servicio de calidad**, buena atención, y de ofrecer **mayor comodidad**. La evolución que ha experimentado este tipo de puntos de ventas es desarrollar formatos de tiendas con importantes descuentos,

movidos por medio de la venta de **marcas propias** y de la capacidad de minimizar los gastos de publicidad y de operaciones. Incluso, el implemento de punto de venta Online y a domicilio se ha vuelto parte de la estrategia.

En algunos supermercados locales, se ha diversificado la oferta al consumidor. No basta con vender alimentos, adicionalmente comercializan medicinas, y algunos supermercados tienen panaderías, cafés y pizzerías. Por tanto se prevé la exploración de nuevos servicios. La combinación de todas estas líneas de negocios puede ofrecerle al detallista una operación por metro cuadrado bastante más atractiva.

5. Exigencias de certificaciones de minoristas (trazabilidad, 'Fair Trade' - HACCP, Halal, Kosher, USDA Natural, Orgánico, etc.) según segmentación.

Diversos distribuidores de alimentos en Venezuela, cuentan con productos con certificaciones Halal y Kosher. Sin embargo, la población -étnica o religiosa- que amerita de dicha certificación, es muy pequeña y no crea una demanda significativa en el país. Sin embargo, importadores entrevistados señalaron que de haber oferta chilena de carne de res o cordero con certificación Kosher tendría un nicho de mercado adicional para ofrecer el producto a la comunidad judía de este país, que es de alto poder adquisitivo.

Es importante resaltar que las certificaciones de este tipo no crean ningún tipo de restricción en aduana para internar la carne bovina y ovina en Venezuela.

6. Organismos certificadores aceptados o exigidos por importadores y retailers y legislación local al respecto (links).

Para ver mayores detalles sobre organismos certificadores aceptados o exigidos por importadores, revisar punto 8 del capítulo V.

7. Agencias locales validadoras de certificaciones (links).

Para conocer mayores detalles de agencias locales validadoras de certificaciones, revisar punto 8 del capítulo V.

8. Etiquetados requeridos (imágenes).

No se conocen registros de etiquetas de este tipo, ya que para el momento en que se realizó este estudio no se encontraron productos que incluyeran algún tipo de certificación especial. Solamente, se debe cumplir con la legislación de rotulado de alimentos descrita anteriormente (ver punto 6 del capítulo V).

9. Tiendas especializadas del producto

La carne de res y cordero en Venezuela, se adquiere a través de distribuidores, bodegones, carnicerías, supermercados y, por su parte, la carne bovina en determinados cortes también se ofrece en mercados populares y otros puntos de venta que establece el Gobierno. Por su parte, los restaurantes adquieren la carne como insumo -tanto de res como cordero en diferentes cortes- para luego ser ofrecidas dentro de un menú gastronómico en sus locales.

Los distribuidores generalmente venden en grandes cantidades a los bodegones, supermercados y restaurantes, sin embargo, pueden implementar su propio canal de venta (tiendas gourmet) bajo marcas propias para la venta al consumidor final.

Respecto a los mercados populares, estos son surtidos de compras gubernamentales (importaciones) del Estado, y son programas sociales incentivados por el gobierno venezolano, ofreciendo cortes de carnes de segunda y de tercera, entre otros productos de primera necesidad para ponerlos a disposición de la población de escasos recursos.

10. Marcas propias en retail

Algunas de las marcas más relevantes en el mercado, al momento de las visitas a los puntos de ventas ubicados en la ciudad de Caracas son:



11. Distribución Online

Automercados Plaza's en Caracas y Valencia, ofrece servicio de venta Online con entrega a domicilio y en sucursal, donde el consumidor puede adquirir productos -incluida la carne- desde la comodidad de su hogar u oficina (o desde donde esté). En el sitio web de Automercados Plaza's se puede comprar tanto carne bovina, como carne ovina.

Ver sitio web de Automercados Plaza's: <https://elplazas.com/>



VI. Consumidor

1. Segmentos de consumo del producto (segmentos demográficos, socioeconómicos, aspectos culturales, religiosos, étnicos, etc.).

La carne bovina y ovina es consumida por toda la población, en todo el territorio nacional y por todas las clases sociales, resaltando que la carne bovina se considera un producto de primera necesidad, por lo que no se limita a costumbres o religiones particulares y en el caso de la carne ovina, se enfoca el consumo a target más alto de la población. Para el momento, en que se realizó el presente estudio, no se observó algún sector en particular (étnico-religioso), que se restringiera al consumo de carnes. Al igual que muchos países, Venezuela cuenta con una

pequeña población vegetariana, sin embargo, estos representan un número muy disminutivo ante la población venezolana que consume productos cárnicos.

2. Centros de consumo (regiones/ciudades) y estacionalidad de demanda

La carne bovina y ovina es consumida en toda Venezuela, principalmente en las ciudades con mayor cantidad de habitantes, por ejemplo: Caracas, Maracay, Maracaibo, Valencia, Puerto Ordaz y Barquisimeto.

3. Conocimiento y preferencias de atributos diferenciadores por segmento (calidad, precio, sustentabilidad, inocuidad, funcionalidad de un alimento, etc.)

Actualmente en Venezuela, tanto el precio de las carnes como su preferencia en atributos, radica en los distintos cortes en el que puede presentarse. Los cortes más demandado en el segmento gourmet vienen siendo los cortes de primera, a través de tiendas especializadas y restaurantes, donde el consumidor final tiende a exigir estos cortes de primera (en el caso de cordero como se mencionó anteriormente, se comercializa mayormente Rack Frances y Rack Americano). En los supermercados mantienen tanto cortes de primera como de segunda. Mientras que en los mercados populares y empresas del Estado, manejan cortes de segunda y de tercera comúnmente, buscando tener los más bajos precios para el sector de la población al que se dirigen (personas de escasos recursos).

4. Productos sustitutos y similares.

La carne de soya se aproxima a un posible sustituto de la carne bovina, dado que aporta al organismo casi la misma cantidad de proteínas que la carne roja. En comparación con otras leguminosas, como las caraotas, los frijoles, las arvejas, los quinchonchos o las lentejas, la soya tiene el mismo valor proteico que el de la carne de res. Así lo afirmó Roland Garroz, Jefe de la División de Investigación en Alimentos del Instituto Nacional de Nutrición en Venezuela, a través de un [artículo del Instituto Nacional de Nutrición \(INN\)](#), aseguró que la proteína de la soya es casi del mismo valor biológico que el de la carne roja. “La soya es uno de los pocos rubros de origen vegetal que se puede comparar con la carne de res por su alto contenido en proteínas”, dijo. No obstante, Garroz advirtió que el hecho de que la soya posea las mismas características proteicas que la carne roja, no quiere decir que se sustituya totalmente este rubro por el otro, en el consumo diario. “Lo que se recomienda es disminuir la ingesta de carne y consumir otros productos regularmente, como granos, cereales y tubérculos”, señaló. La carne de soya es consumida en Venezuela principalmente por vegetarianos, según afirman locales comerciales en Caracas.

Respecto a posible sustituto de la carne ovina (cordero), para el momento de la realización del presente estudio, no se registró ningún producto sustituto a la carne ovina (en dado caso el más próximo sería la misma carne de soya).

5. Requerimientos según características/composición y hábitos de la población (Halal, Kosher, etc.).

No hay registro disponible al momento de la elaboración del presente informe que describan características o composiciones necesarias para la importación en Venezuela de carne bovina y ovina, que permita cubrir hábitos de consumos especiales de sectores étnico-religioso de la población.

VII. Benchmarking (Competidores) y Tendencias

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



2. Atributos de diferenciación de productos en el mercado (*certificación orgánica, fair trade, sustentabilidad, eco friendly, etc*).

De acuerdo con la visitas realizadas a los diferentes puntos de ventas y entrevistas a profesionales del sector cárnico venezolano, los atributos o factores de diferenciación entre las marcas en el mercado radican en el tipo de corte, país de origen, y el proceso de maduración, congelado y descongelado de la carne. Además, si la carne es de raza Aberdeen Angus y posee su certificación, origina un grado superior de calidad entre las carnes, garantizando las cualidades de la raza.

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

LISTA DE PRECIOS CARNE BOVINA		PRESENTACIÓN
		
LISTA DE PRECIOS CARNE OVINA		PRESENTACIÓN
		

Al momento del levantamiento de esta información, no se encontró en punto de venta carne bovina y ovina de origen chileno.

4. Posicionamiento de producto chileno en el mercado en comparación a competidores

Según se puede observar en las estadísticas de importaciones venezolanas presentadas en los primeros capítulos de este perfil de mercado, existe presencia de carne bovina de origen chileno pero en los años 2010 y 2012, representando una mínima participación dentro del total de importaciones para los años mencionados (ver

estadísticas en el capítulo IV para más detalles). Los distribuidores-importadores entrevistados durante el estudio de mercado, mostraron mucho interés en recibir información sobre la oferta exportable de carnes provenientes de Chile

5. Especificaciones tamaños: bulk buy, ready to eat, porcionado, etc (imágenes).

A continuación se muestran las presentaciones disponibles en el mercado:



Los cortes de carne vienen en empaques al vacío de polietileno con pesos entre 2 y 3 kilogramos por unidad.

6. Formato envasado: materiales (reciclado, biodegradable, etc.), formas y otros elementos diferenciadores (imágenes).

Los cortes de carne bovina y ovina, se comercializan en trozos de 2 y 3 kilogramos, en empaques al vacío con polietileno, buscando la conservación de las propiedades organolépticas.

7. Campañas MKT de competidores o producto local: logo de origen, producto local, estrategias de posicionamiento en el mercado (links e imágenes).

Durante la realización del presente estudio de mercado, se comprobó que las empresas comercializadoras de carnes en Venezuela, no establecen estrategias particulares de promoción para este producto; y tampoco se observaron campañas publicitarias en medios de comunicación, dado el alto consumo de la carne “no necesita publicidad” aseguran los distribuidores entrevistados.

Ciertamente, la carne ovina no se vende en la misma magnitud y rapidez que la carne bovina, pero aún así, se vende sin necesidad de aplicar estrategias de marketing.

8. Organismos (retailers, ONGs, etc.) con influencia en determinación de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.) y decisión de compra.

En Venezuela la carne bovina y ovina, es vendida y distribuida directamente por el importador-distribuidor al punto de venta final (sea importador del Estado o privado), donde el consumidor puede adquirirlo de acuerdo a sus necesidades. En este sentido, al momento de realizar el presente estudio, se afirma que no existe particularmente un organismo que determine la tendencia de compra de los consumidores a nivel nacional.

9. Producción Nacional

La Federación Nacional de Ganaderos de Venezuela (FEDENAGA), resaltó a través de un artículo de prensa del sitio Web notitarde.com, que la producción de carne venezolana ha disminuido durante los últimos 15 años. Afirman que para el año 1998, la producción de carne venezolana era de 407.601 toneladas, con una importación de apenas 3.670 toneladas relacionadas con algunos cortes especializados que se utilizan en las grandes cadenas de hoteles y restaurantes para los consumidores de alto poder adquisitivo. Además de esto, subrayó que la producción nacional endógena para ese entonces era de 17.40 kilos por persona año, con una población de aproximadamente 23 millones y medio de personas.

Sin embargo, FEDENAGA precisó que para el año 2012 la cifra que suministró La Asociación Venezolana de Frigoríficos y Mataderos (Asofrigo) vía pública refleja 360.000 toneladas producidas en el país; que las importaciones pasaron de 3.670 a 330 mil toneladas de carne; y “aunque se aumentó la disponibilidad de carne para el público hasta en 23.79 kilos por persona año”; la producción nacional bajó a 12.41 kilos por persona año.

El presidente de FEDENAGA, sostuvo que, a pesar que aún no hay cifras oficiales, al revisar las cifras de exportación de otros países se puede deducir que la importación de carne de Venezuela se ubicó alrededor de 50% para el cierre de 2012. “Vale destacar que en 2003 sólo se importaba 1%”, acotó. Además, explicó, que durante el año 2013 las cifras de exportación a nivel de carne de países como Brasil, Argentina, Colombia, Nicaragua, Uruguay y las estadísticas propias del INE. “Nos hablan de un incremento bien importante de más del 50% en las importaciones, comparando con los años 2012 y 2011, y esto hace suponer que la proporción que finalmente terminará para el año 2013 en Venezuela, será de 50% importado y 50% producido en el país”.

Los distribuidores entrevistados para la realización del presente estudio de mercado, afirmaron que sigue siendo insuficiente producción de carne en Venezuela, y confirmaron la gran dependencia sobre las importaciones para cubrir una demanda local.

10. Compras Gubernamentales

En materia de compras gubernamentales, a comienzos del año 2003 en Venezuela se presentó un desabastecimiento de productos de primera necesidad, motivo por el cual el Gobierno venezolano tomó la determinación de efectuar importaciones de bienes básicos para la población. Es por ello, que el Gobierno se encuentra efectuando importaciones de productos de primera necesidad, con el fin de garantizar la alimentación de la población de escasos recursos. Estas importaciones las realiza la Corporación de Abastecimiento y Servicios Agrícolas (Corporación CASA - www.casa.gov.ve). C.A.S.A. es una entidad gubernamental - adscrita al Ministerio de Alimentación de la República Bolivariana de Venezuela- encargada de efectuar las compras internacionales de productos de primera necesidad. Esta Corporación, en el marco del actual Plan de Abastecimiento, coloca los productos prioritarios a disposición de la población.

En este caso, las oportunidades de negocios en relación a las compras gubernamentales con Venezuela, se visualizan en dos vertientes:

a) A través de la venta directa a Corporación CASA de productos de primera necesidad que son importados regularmente, tales como leche en polvo, granos, carne bovina, embutidos (salchichas y mortadelas); y por otra parte, para productos que son importados para su consumo en el último trimestre del año, tales como aceitunas, pasas y otros frutos secos.

b) A través de la venta a MERCAL por intermedio de representantes o importadores locales que son proveedores de MERCAL: para productos tales como jurel en conservas, frutas y vegetales en conservas, tomates pelados y pasta de tomates; fórmulas infantiles; quesos; mermeladas; gelatinas; adobos; jugos en polvo; yogurt de larga duración; entre otros.

Opiniones de actores relevantes en el mercado

Según información suministrada a través de representantes de importantes industrias cárnicas venezolanas, se pudo conocer lo siguiente:

- Es necesario que en el país proveedores ofrezcan productos con excelente relación precio-calidad, lo que deriva una oportunidad para proveedores chilenos que cumplan esta demanda.
- Una de las razones por la cual Brasil, Uruguay y Nicaragua son unos de los principales proveedores del mercado venezolano, se basa en las preferencias arancelarias, cercanía (en el caso de Brasil), y calidad (inclinándose más sobre Uruguay).
- En Venezuela, dado la insuficiente producción de carne a nivel nacional, se necesita realizar importaciones para cubrir la demanda interna, quedando abierta la oportunidad para los exportadores de carnes de Chile.
- Al mes de julio de 2014, según información no oficial, las autorizaciones del Ministerio del Poder Popular para la Alimentación para la emisión de los Certificados de No Producción que conducen a divisas oficiales, se estaban otorgando para carne bovina cotizada entre USD 6 y 7 dólares CIF por kilo puerto venezolano.

VIII. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

- Se sugiere remitir a la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela, información que contenga un breve perfil de la empresa y oferta exportable, incluyendo especificaciones de empaque, tipos de cortes disponibles, posibilidad de elaborar marcas propias de importadores, etc., para ser difundida entre potenciales importadores venezolanos del sector.
- 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.
- Otra sugerencia pertinente, es realizar campañas y promociones que den a conocer el producto, para lograr mucho más alcance al consumidor final. Para ello, se puede coordinar el envío de muestras sin valor comercial por intermedio de la Oficina Comercial, para organizar degustaciones del producto con

importadores interesados en validar la calidad de la carne de origen chileno para su posible comercialización para el mercado venezolano.

IX. Fuentes de información (*Links*).

- Bolivariana de Puertos <http://www.bolipuertos.gob.ve/>
- Comisión de Administración de Divisas (CADIVI)/ Centro Nacional de Comercio Exterior, CENXOEX www.cadivi.gob.ve
- Corporación CASA: <http://casa.gob.ve/site/index.php>
- Federación Nacional de Ganaderos de Venezuela: <http://www.fedenaga.org/>
- Instituto Nacional de Estadística INE: www.ine.gob.ve
- Instituto Nacional de Salud Agrícola Integral: <http://www.insai.gob.ve/>
- Instituto para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios/Superintendencia de Precios Justos http://www.indepabis.gob.ve/instituto/que_es_indepabis
- Ministerio del Poder Popular Para la Alimentación: <http://www.minpal.gob.ve/>
- Ministerio del Poder Popular para la Salud: www.mpps.gob.ve
- Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos SENCAMER: www.sencamer.gob.ve
- Servicio Autónomo de la Propiedad intelectual (SAPI): <http://www.sapi.gob.ve>
- Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria SENIAT: www.seniat.gob.ve
- Sistema Complementario de Administración de Divisas: https://sicad.mpf.gob.ve/archivos/manual_de_usuario_SICAD.pdf

X. Anexos

Ver link <https://www.dropbox.com/s/kr47ykpqv9hessn/PMP%20-%20Carnes%20ANEXOS.doc.docx>