

---

# Estudio de Mercado Cervezas en Venezuela

Abril 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:.....	4
2. Descripción del Producto:.....	4
3. Código Sistema Armonizado Local:.....	4
<i>II. Situación arancelaria y para - arancelaria</i> .....	4
1. Arancel General:.....	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno:.....	4
3. Otros países con ventajas arancelarias:.....	4
4. Otros impuestos:.....	7
5. Barreras para - arancelarias .....	11
<i>III. Requisitos y barreras de acceso</i> .....	12
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso .....	12
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas: .....	14
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes).....	16
<i>IV. Estadísticas - Importaciones</i> .....	20
1. Estadísticas importaciones de Venezuela- Año 2010 .....	20
2. Estadísticas importaciones de Venezuela- Año 2009 .....	21
3. Estadísticas importaciones de Venezuela- Año 2008 .....	22
<i>V. Características de presentación del producto</i> .....	24
1. Potencial del producto.....	26
1.1. Formas de consumo del producto.....	26
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto. ....	26
1.3. Comentarios de los importadores. ....	27
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto. ....	27

<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.....</b>	<b>27</b>
<i>VI. Canales de comercialización y distribución .....</i>	<i>27</i>
<i>VII. Precios de referencia - retail y mayorista .....</i>	<i>29</i>
<i>VIII. Estrategias y campañas de promoción utilizadas por la competencia .....</i>	<i>31</i>
<i>IX. Características de presentación del producto.....</i>	<i>31</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>36</i>
<i>XI. Ferias y eventos locales a realizarse en el mercado en relación al producto .....</i>	<i>37</i>
<i>XII. Fuentes relevantes de información en relación al producto .....</i>	<i>38</i>
<u>Anexos.....</u>	<u>39</u>

## ■ PRODUCTO: AGUAS MINERALES GOURMET

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:  
2203.0000

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:  
2203.0000: Cerveza de Malta

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:  
2203.0000: Cerveza de Malta.

## || ■ SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA - ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:  
20%

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:  
0%

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 diversos productos que forman parte del intercambio comercial entre ambos países. Las cervezas de origen chileno se encuentran dentro del programa de liberalización general que logró una preferencia arancelaria del 100% a contar del 1 de enero del año 1997, para su ingreso al mercado venezolano.

Esta situación resulta muy atractiva para exportadores chilenos que desean ubicar sus productos en el mercado venezolano, considerando que terceros países deben pagar en la actualidad un 20% de arancel.

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

#### 3.1. COMUNIDAD ANDINA (CAN):

El 21 de abril de 2006, el gobierno de Venezuela anunció su renuncia como miembro pleno de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) bajo el argumento de los Tratados de Libre Comercio suscritos por Colombia y Perú con Los Estados Unidos. A partir de este hecho, los cinco países que conforman el

bloque subregional de integración económica comercial (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela), mantendrían las exoneraciones arancelarias por 5 años ininterrumpidos, según lo establecido dentro del marco legal de la CAN.

A su vez, los cuatro países miembros del bloque subregional podrán aplicar preferencias parciales o totales a los productos de su intercambio comercial con Venezuela y una vez que las prórrogas acordadas entre los países caduquen, las preferencias deben especificarse en un nuevo convenio o acuerdo de complementación económica que sustituya en forma definitiva lo anteriormente acordado en el marco de la CAN.

Una vez transcurrido el período de prórroga, el 31 de marzo del año 2011, los Presidentes de Venezuela y Bolivia suscribieron un acuerdo para regular el comercio bilateral, manteniéndose, por cinco años más a contar de abril de 2011, las preferencias previamente establecidas entre ambos países en el marco de la CAN.

Seguidamente, el 9 de abril del mismo año, durante una reunión de mandatarios efectuada en la ciudad de Cartagena, Venezuela y Colombia acordaron prolongar las mismas preferencias para el comercio binacional, en igualdad de condiciones y universo de productos, por tres meses a contar del 22 de abril de 2011, prorrogables por tres meses adicionales. El siguiente 12 de abril, los cancilleres de Ecuador y Venezuela firmaron el Acuerdo Marco de Cooperación y de Complementación Económica en donde formalizaron la extensión de preferencias arancelarias por cinco años más. Finalmente, Venezuela y Perú el 15 de abril de 2011, suscribieron un mecanismo de prórroga bilateral por 90 días del marco jurídico de la CAN para lograr, en ese plazo, un instrumento de cooperación que impulse los vínculos bilaterales en materia de comercio y complementación productiva.

Tras el vencimiento de la prórroga de preferencias arancelarias que mantuvieron Venezuela y Colombia dentro del marco legal de la CAN, subsistió un vacío legal para el comercio binacional de ambos países desde el 22 de enero hasta el 12 de febrero de 2012, fecha en la cual fue publicada en prensa local la culminación formal de las rondas de negociaciones de ambos países.

Según los ministros de comercio colombo-venezolano, dentro del acuerdo de Alcance Parcial se establece la aplicación de cero arancel al 91% de las partidas y subpartidas arancelarias comercializadas durante el período histórico comercial 2006-2010. Mientras que el 9% restante, estará sujeto a un margen de preferencia fija, entre un 40% y 60%, es decir que pagarán aranceles por encima del aplicable a terceros países. Al 30 de abril de 2012 aún no es pública la información de los listados de productos negociados entre ambos países y preferencias porcentuales aplicables, pues están para la publicación en el ordenamiento jurídico interno. En todo caso, se conoce preliminarmente que hay nuevos listados de productos con preferencias arancelarias porcentuales que no serán aplicadas al universo arancelario, tal como era la Zona de Libre Comercio Binacional en el marco de la CAN.

Por otra parte, el martes 14 de febrero de 2012, mediante un comunicado de prensa difundido en Lima, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú anunció que a mediados de marzo de 2012 entrará en vigencia el Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial Perú - Venezuela, en el cual, se comprende casi un 100% de las partidas con preferencias arancelarias del comercio histórico de ambos países además de incluir, aproximadamente unas 600 partidas que no formaban parte del intercambio comercial.

### 3.2. ALIANZA BOLIVARIANA PARA LOS PUEBLOS DE NUESTRA AMÉRICA (ALBA):

A partir del 22 de julio de 2011 entra en vigencia mediante la publicación de la Gaceta Oficial N° 39.719, El Decreto de la “Ley Aprobatoria del Acuerdo de Comercio de los Pueblos para la Complementariedad Económica Productiva entre el Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela y el Estado Plurinacional de Bolivia” y la “Ley Aprobatoria del Acuerdo de Comercio de los Pueblos para la Complementariedad Económica Productiva entre el Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela y el Gobierno de la República de Ecuador” a través de las cuales, los productos originarios de Bolivia y Ecuador, clasificados en las subpartida 2203.00.00.00, que deseen ingresar al país gozarán de una preferencia arancelaria del 100%, siempre que cumplan con los regímenes legales derivados de esta Ley.

### 3.3. MERCADO COMÚN DEL SUR (MERCOSUR)

En materia de relaciones económico-comerciales con el Mercado Común del Sur, Venezuela continúa bajo la figura de miembro asociado del grupo subregional, a pesar de que desde el 4 de julio de 2006 formalizó el Protocolo de Adhesión al MERCOSUR como miembro pleno y adquirió en dicho año la aprobación de Argentina y Uruguay, además de la aceptación de Brasil en el 2009. Sin embargo, a la fecha, el instrumento de adhesión aún no ha entrado en vigor debido a que el parlamento de Paraguay no dictó su aprobación bajo el argumento de que en Venezuela, se deben acatar los dictámenes internacionales en materia de derechos humanos y demás lineamientos constitucionales, en concordancia con las bases legales del MERCOSUR de libertades económicas y sistema democrático.

Asimismo, es importante señalar que actualmente dentro del marco comercial, Venezuela concede preferencias arancelarias a los productos originarios de los países miembros del MERCOSUR: Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay. Por lo tanto, los productos que ingresen de estos cuatro países gozan de una preferencia arancelaria porcentual expresada en el Arancel de Aduanas de Venezuela, según lo suscrito dentro del [Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 59](#), vigente entre Venezuela y el MERCOSUR.

Las preferencias actuales se indican a continuación, con relación al producto:

**Programa de Liberación Comercial: Código 2203.0000 - Cerveza de malta**

País	Preferencia % a partir del 01/01/2012	Arancel a partir del 01/01/2012	Preferencia % a partir del 01/01/2013	Arancel a partir del 01/01/2013
Argentina	77	4.6%	85	3%
Brasil	91	1.8%	100	0%
Paraguay	100	0%	100	0%
Uruguay	80	4%	86	2.8%

**Nota:** Esta preferencia se profundiza en los años siguientes hasta obtener un 100% según sea el producto y el país de procedencia. Actualmente Paraguay se ve beneficiado con el 100% de preferencia arancelaria. En el caso de Brasil alcanzará un 100% de preferencia en el año 2013; Argentina y Uruguay, en el año 2015.

**3.4. COMUNIDAD DEL CARIBE CARICOM:**

El Ministerio de Relaciones Exteriores de Venezuela emitió, el 30 de diciembre de 1992, una resolución, publicada en la Gaceta Oficial N° 4.508 Extraordinario, a través de la cual, entra en vigencia “El Acuerdo sobre Comercio e Inversiones” entre el Gobierno de la República de Venezuela y la Comunidad del Caribe, a través del cual se contempla que las mercancías originarias de los países miembros del CARICOM estarán sometidas al “Programa de Liberación” que expone dicho acuerdo.

Los productos originarios de Antigua y Barbuda, Santa Lucía, Suriname, Guyana, Dominica, Haití, Jamaica, Montserrat, San Vicente y las Granadinas, Sant Kitts and Nevis, Bahamas, Barbados, Belice, Granada, Trinidad y Tobago, que se clasifiquen por las partida 2203.00.00.00, gozarán de una preferencia arancelaria del 100%. Asimismo, según lo establecido en el Anexo I del Acuerdo las mercancías estarán sujetas al Régimen Legal número 5 expresado en el Arancel de Aduanas venezolano, es decir, que para beneficiarse del tratamiento preferencial establecido en el programa de liberación, los productos deberán cumplir con los requisitos de origen establecidos en el Anexo IV del Acuerdo.

**3.5. AAP -ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA ACE N°40:**

En el contexto del Tratado de Montevideo de 1980 y de las Preferencias Arancelarias Regionales (PAR), Venezuela y Cuba celebraron el Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 40 en el cual, el producto objeto del presente estudio, originarios de la República de Cuba que se clasifiquen por la subpartida 2203.00.00, estarán sujetos a una preferencia porcentual de 16% sobre el gravamen ad-valorem.

Para consultar información de interés del Protocolo de Adhesión de la República de Cuba puede consultar: <http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/12422f1a54b5a5b0032574900075a717/32b3a27c58a1c85b03256825006bc632?OpenDocument>

## 4. OTROS IMPUESTOS:

### 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 este bien, se le hace aplicable el IVA, el cual es de un 12% desde el 1 de abril de 2009.

**Costos de internación:**

### 4.2. COSTOS DE INTERNACIÓN-TASAS POR SERVICIO DE ADUANA:

Se establece por Ley Orgánica de Aduanas el pago del 1 % del valor CIF de la operación (servicios de aduana que paga el importador).

### 4.3. AGENTE DE ADUANAS

Dentro de los costos de importación, se comprenden los relacionados a los servicios que prestados por los agentes aduanales. Estos costos pueden dividirse en:

- ✓ Los gastos asociados al reconocimiento de las mercancías: cuyo monto aproximado es del 1% de la operación comercial CIF.
- ✓ Gastos operacionales de importación: estos costos varían dependiendo del tipo de producto y regímenes legales a los cuales esté sometido. 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.

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.

**Nota:** Los agentes aduanales cobran un adicional por concepto de servicio de inspección sanitaria para fármacos y alimentos.

Para conocer el valor de la U.T. vigente en nuestra legislación, puede consultar el link: [http://www.josebhuerta.com/UNIDAD\\_TRIBUTARIA.pdf](http://www.josebhuerta.com/UNIDAD_TRIBUTARIA.pdf) y para consultar la Gaceta Oficial visitar: [http://www.snc.gob.ve/document/go\\_ut90.pdf](http://www.snc.gob.ve/document/go_ut90.pdf)

### 4.4. LEY DE IMPUESTO SOBRE ALCOHOL Y ESPECIES ALCOHÓLICAS:

Los productos clasificados según el código arancelario en cuestión, que sean importados a Venezuela pagarán la alícuota de impuesto que va desde 0,0025 unidades tributarias (UT 90 BSF) por litro, esto según la reciente reforma de la Ley de Impuesto sobre Alcohol y Especies Alcohólicas publicada en la Gaceta Oficial N° 5.618 del 5 de octubre de 2007, artículo N° 14, numeral 5.

Esta Ley también prevé que la expedición de bebidas alcohólicas, incluyendo las cervezas, estarán afectas a un impuesto por comercialización de 0,0005 unidades tributarias, según el artículo N° 8 de la referida Ley.



Además de estos impuestos, las bebidas alcohólicas de procedencia nacional o importada quedan sujetas al pago de un impuesto equivalente a la cantidad que resulte de aplicar el 15% sobre su precio de venta. Según el artículo N° 19 de la ley expuesta anteriormente.

Para ver el texto completo de la referida Ley, se sugiere consultar el siguiente enlace:

[http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR\\_CONTENIDO\\_SENIAT/02NORMATIVA\\_LEGAL/2.4TRIBUTOS\\_INTERNOS/2.4.07IAEA/2.4.7.2IAEA\\_REGLAMENTOS](http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENIDO_SENIAT/02NORMATIVA_LEGAL/2.4TRIBUTOS_INTERNOS/2.4.07IAEA/2.4.7.2IAEA_REGLAMENTOS)

#### 4.5. 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.

#### 4.6. 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' pies	Tarifa Contenedor 40' pies
San Antonio	Puerto Cabello / La Guaira	1300 US\$*	1600 US\$*
San Vicente	Puerto Cabello / La Guaira	1400 US\$*	1700 US\$*
Iquique	Puerto Cabello / La Guaira	1600 US\$*	2000 US\$*

\*Nota: A estas cifras se le agregan:

1. Cobro de USD 180 por concepto de DTHC - Destination Handling Charge. Este recargo se refiere al manejo de carga en destino.
2. Cobro de USD 50 por TEU, por concepto de BRS - Bunker Recovery Surcharge. Este recargo hace referencia al costo por combustible.
3. Cobro de 250Bs + IVA por concepto de elaboración de B/Ls (Bill of Lading).

Fuente: Logimar Venezuela (Representantes de Compañía SUDAMERICANA DE VAPORES). Tarifas actualizadas al 04 de mayo de 2012, las cuales pueden variar según el caso, producto y ruta.

Para el transporte de cargas consolidadas marítimas:

Peso Neto (kilos)	Tarifa (Bolívares Fuertes)
25 Kg.	1.138,33
30 Kg.	1.286,45
50 Kg.	1.878,95
75 Kg.	2.505,21
80 Kg.	2.630,46

Cuadro II.4.1

Fuente: DHL Venezuela. Tarifas actualizadas al de abril de 2012, las cuales pueden variar según el caso, producto y ruta.

**Nota:** La tarifa puede variar dependiendo del peso volumétrico de la carga. Si el peso volumétrico es mayor al peso neto se realizará el cálculo del flete en base al primero.

Ahora bien, en cuanto al **transporte aéreo**, a modo referencial, el costo del flete para el transporte de carga Chile-Venezuela es el siguiente:

Tarifas desde el Aeropuerto Internacional Comodoro Arturo Merino Benítez de Santiago de Chile (terminal de carga internacional) hasta el Aeropuerto Internacional de Maiquetía Simón Bolívar - Caracas, Venezuela.

Peso(Kilos netos)	Tarifa (US\$ por kilo)
De 0 a 23	105,00 US\$
De 24 a 44 Kg.	4,55
+45 Kg.	3,35
+100 Kg.	3,00
+300 Kg.	1,80
+500 Kg.	1,60

**Cuadro II.4.2**

Fuente: LAN Airlines Chile. Tarifas actualizadas al 30 de abril de 2011, las cuales pueden variar según el caso y producto (se espera actualización tarifas referenciales 2012 por parte de la referida empresa).

**Nota:** Deben agregarse cobros adicionales por concepto de:

FSC (Combustible) = US\$ 0.40 por kilo con una tarifa mínima de 25.00 US\$.

Costo de documentos (Emisión de la Guía Aérea o Airway Bill) = 10.00 US\$.

#### 4.7. TARIFAS PORTUARIAS:

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 de BsF. 4,30 por dólar.

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

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

[http://ccpc.org.ve/portal/attachments/1415\\_Estructura%20Tarifaria.pdf](http://ccpc.org.ve/portal/attachments/1415_Estructura%20Tarifaria.pdf)

## 5. BARRERAS PARA - ARANCELARIAS

### 5.1. CONTROL DE CAMBIOS EN VENEZUELA:

El 05 de febrero de 2003, el gobierno venezolano instauró un sistema de control de cambios que centraliza la compra y venta de divisas en el Banco Central de Venezuela. Asimismo, constituyó la Comisión de Administración de Divisas (CADIVI), como organismo adscrito al Ministerio del Poder Popular de Planificación y Finanzas cuya competencia está sujeta a todas las acciones, en conformidad con lo previsto en el [Convenio Cambiario N° 1](#).

En la actualidad, existe un tipo de cambio único de BsF. 4,30 por dólar estadounidense aplicable a las operaciones de compras y ventas internacionales, establecido dentro del [Convenio Cambiario N° 14](#) emitido el 30 de diciembre de 2010 por CADIVI. Asimismo, para fines de este informe los edulcorantes son productos alimenticios que están considerandos dentro de la lista de productos prioritarios establecidos por CADIVI, por ende para la importación de estos productos se requiere de un Certificado de No Producción o Producción Insuficiente (CNP), a través del cual se puedan realizar los tramites de adquisición de divisas pertinentes.

### 5.2. CERTIFICADO DE INSUFICIENCIA O DE NO PRODUCCIÓN NACIONAL (CNP):

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

Para mayor información del Régimen de Control de Cambios, formas de pago disponibles en Venezuela y Requisitos para emisión de Certificados de No Producción en Venezuela (Anexo I), consultar a la Oficina Comercial de ProChile: [venezuela.caracas@prochile.gob.cl](mailto:venezuela.caracas@prochile.gob.cl)

### 5.3. ADQUISICIÓN Y RENOVACIÓN DE LOS REGISTROS SANITARIOS:

La División de Higiene de los Alimentos del Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS) dictaminó en marzo de 2011 la obligatoriedad que los interesados, deben realizar los análisis de tramitaciones o renovaciones de registros sanitarios de alimentos nacionales e importados, en el Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel (INHRR). Sin embargo, en caso de que las muestras de productos sean llevadas a laboratorios privados (permitido actualmente), podrán obtener en un lapso de 30 días aproximadamente los resultados que posteriormente deben ser presentados en el Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel. Simultáneo a la entrega de dichos resultados, se deberá realizar el pago de la tarifa de servicio solicitada ante el INHRR para obtener el “Oficio de Recibido” con el que luego de un período aproximado de 45 días podrá retirar el Registro Sanitario ante el MPPS.

Por otra parte, en la Gaceta Oficial N° 39.819 publicada el 13 de diciembre de 2011, entraron en vigencia los nuevos precios establecidos para los servicios prestados por el INHRR, los cuales en comparación con los establecidos anteriormente, tuvieron un aumento porcentual del 1000% aproximadamente. Es importante señalar que en Venezuela los registros sanitarios son de propiedad del fabricante, independientemente que los costos involucrados en su tramitación sean asumidos por el importador o en forma compartida con el proveedor internacional.

Ver:

Anexo II Trámites para el registro sanitario de alimentos en Venezuela y para consultar los precios de servicios vigentes del INHRR están disponibles en: [http://www.inhrr.gob.ve/rc/pdf/precios\\_rc\\_39819.pdf](http://www.inhrr.gob.ve/rc/pdf/precios_rc_39819.pdf)

Anexo IV: Laboratorios gubernamentales autorizados para efectuar análisis físico químicos de alimentos y licores.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

#### 1.1. CERTIFICADO DEL PAÍS DE ORIGEN:

Los productos originarios de Chile que estén negociados dentro del marco legal del Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 23, requieren de un Certificado de Origen que acredite la procedencia del producto para que puedan gozar de los beneficios arancelarios derivados del acuerdo.

#### 1.2. CERTIFICADO SANITARIO DE PAÍS DE ORIGEN:

Según lo establece el Arancel de Aduanas venezolano, para la importación de cervezas, se requiere de Certificado Sanitario de País de Origen (Régimen Legal N°. 5). Por lo tanto, para la importación de estos productos, debe presentarse un “Certificado Sanitario del País de Origen” en donde se contemple que la mercancía es apta para el consumo humano y cumple con la reglamentación sanitaria pertinente.

### 1.3. REGISTRO SANITARIO:

Para realizar importaciones de alimentos, fármacos y cualquier producto para consumo humano se debe adquirir un “Registro Sanitario” expedido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud, cuyo requerimiento se encuentra expresado en el Régimen Legal N°: 12 del Arancel de Aduanas de Venezuela. De acuerdo al Arancel de Aduanas este régimen aplica a Cervezas clasificados en la partida 2203.00.00.

En Venezuela, estos trámites los debe efectuar el importador y se requiere del apoyo de una persona, empresa y/o abogado asesor, por cuanto es necesario efectuar un adecuado y permanente seguimiento.

NOTA: Requisitos, procedimientos y plazos se indican en el Anexo II.

Los permisos, registros sanitarios, marcas y certificaciones correspondientes, 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 Ministerio del Poder Popular para la Salud, y dado que el propietario de los registros es el fabricante -según la legislación vigente-, los exportadores pueden adelantar previo a la selección del importador, el trámite de análisis de laboratorio y registros, autorizando a especialistas o gestores que se dedican a este trabajo, información disponible en la Oficina Comercial de PROCHILE en Venezuela.

### 1.4. CERTIFICADO FITOSANITARIO DEL PAÍS DE ORIGEN

La importación de cervezas está sujeta a las disposiciones legales contenidas en la Resolución N° 113 del 12 de noviembre de 2002, la cual expresa que “toda importación de vegetales, productos y subproductos deberá ingresar al país amparada por el respectivo Certificado Fitosanitario del país de origen, el cual debe tener fecha posterior al Permiso de importación emitido por el Servicio Autónomo de Sanidad Agropecuaria (SASA), actualmente INSAI.

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

### 1.5. SENCAMER /COVENIN

En Venezuela existe un Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos SENCAMER, que es una institución pública, adscrita al Ministerio del Poder Popular para el Comercio. A su vez SENCAMER cuenta con la Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN).

COVENIN define la cerveza como una bebida alcohólica obtenida de la fermentación mediante una levadura de cultivo de la especie *saccharomyces cerevisiae*, de un extracto obtenido de cereales entre los cuales debe figurar la cebada malteada como componente mayoritario (50%) y el resto, de otros cereales malteados o no, y/o de otros adjuntos cerveceros, adicionada de lúpulo o sus derivados, a fin de impartirle aroma y sabor amargo característico y demás sustancia aprobadas por la autoridad sanitaria competente.

## ROTULADO Y ETIQUETADO DE ALIMENTOS:

Es de carácter obligatorio que los alimentos que se comercialicen en Venezuela, cumplan con lo establecido en la Ley de INDEPABIS en relación a la “información especial sobre los alimentos”, contemplado en el Art.43 de dicha ley:

*“Artículo 43: Sin perjuicio de lo que dispongan las normas técnicas al respecto, las proveedoras o proveedores de productos alimenticios de consumo humano deberán incorporar en el rotulado, la siguiente información:*

1. *Nombre del producto.*
2. *Marca comercial.*
3. *Identificación del lote.*
4. *Razón social de la empresa.*
5. *Contenido neto.*
6. *Número de registro sanitario.*
7. *Valor nutricional.*
8. *Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo.*
9. *Lista de ingredientes, con sus respectivas especificaciones.*
10. *Precio de venta al público.*
11. *País de origen”*

Para consultar el texto completo de la Ley puede visitar el siguiente enlace:

[http://www.indepabis.gob.ve/sites/default/files/archivos/INDEPABIS%20-%20Leyes%20y%20Reglamentos%20-%2001-02-2010%20\(Ley%20para%20la%20Defensa%20de%20las%20Personas%20en%20el%20Acceso%20a%20los%20Bienes%20y%20Servicios\).pdf](http://www.indepabis.gob.ve/sites/default/files/archivos/INDEPABIS%20-%20Leyes%20y%20Reglamentos%20-%2001-02-2010%20(Ley%20para%20la%20Defensa%20de%20las%20Personas%20en%20el%20Acceso%20a%20los%20Bienes%20y%20Servicios).pdf)

Los rótulos o etiqueta debe cumplir con lo establecido en la Norma Venezolana COVENIN<sup>1</sup>, podrá se de papel o de cualquier otro material que pueda adherirse a los envases o bien de impresión permanente sobre los mismos y en el caso de declarar propiedades nutricionales, debe cumplir con las directrices para la declaración de propiedades nutricionales y de salud en el rotulado de los alimentos envasados.

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

### 2.1. REGISTRO SANITARIO:

#### MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA SALUD.

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

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

**Correo-e:** msds@msds.gov.ve

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

#### Contactos:

- ✓ Dr. Roberto Carlos Padilla - Director de Higiene de Alimentos.  
Correo-e: [robertopadillas@yahoo.com](mailto:robertopadillas@yahoo.com); [msdsdha@hotmail.com](mailto:msdsdha@hotmail.com)  
Teléfono móvil: 58416-614-0718

<sup>1</sup> COVENIN 91:2002

Consultar sitio Web: / [www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/91-02.pdf](http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/91-02.pdf)

- ✓ Sr. Francisco Figueira - Jefe de registros de la División de Higiene de Alimentos.
- ✓ Srta. Milady Barrios - Técnico del Departamento de Registros:  
correo-e: [miladyb\\_3@hotmail.com](mailto:miladyb_3@hotmail.com); [mbarrios@mpps.gob.ve](mailto:mbarrios@mpps.gob.ve)

**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 45 días hábiles.

#### MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA ALIMENTACIÓN

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

**Teléfonos:** 58212-577-0257

**Website:** [www.minpal.gob.ve](http://www.minpal.gob.ve)

## 2.2. REGISTRO DE MARCAS:

#### SERVICIO AUTONOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (SAPI)

**Dirección:** Centro Simón Bolívar, Edificio Norte, piso 4. El Silencio, Edo. Distrito Capital, Caracas - Venezuela.

**Teléfonos:** 58212-484-2961/2907/6478. Fax: 58212-483-1391.

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

**Website:** [www.sapi.gob.ve](http://www.sapi.gob.ve)

#### Contactos:

- ✓ Dr. José Julián Villalba Guerra - Director General:  
Correo-e: [jvillalba@sapi.gob.ve](mailto:jvillalba@sapi.gob.ve)  
Teléfono: 58212-484-2907
- ✓ Dra. Castiela Velásquez - Coordinador de Marcas:  
Correo-e: [cvelasquez@sapi.gob.ve](mailto:cvelasquez@sapi.gob.ve)  
Teléfonos: 58212-484-2907 / 481-1245

Ver Anexo III para consultar los requisitos para tramitar los registros de marcas.

## 2.3. NORMAS DE CALIDAD: COVENIN

#### FONDO PARA LA NORMALIZACION Y CERTIFICACION DE CALIDAD (FONDONORMA)

**Dirección:** Multicentro Empresarial del Este, Edif. Libertador, Núcleo A, piso 1. Avenida Libertador y Avenida Francisco de Miranda (acceso por ambas avenidas). Municipio Chacao, Distrito Capital, Caracas - Venezuela.

**Teléfonos:** 58-212- 5754111 / 2017711 fax: 58212- 5765004

**Website:** [www.fondonorma.org.ve](http://www.fondonorma.org.ve)

#### Contacto:

- ✓ Sr. Richard Flores - Coordinador del Centro de Documentación e Información (CDI) :  
Correo-e: [richard.flores@fondonorma.org.ve](mailto:richard.flores@fondonorma.org.ve)  
Teléfono: 58212-575-4111

### 3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

#### PRODUCTO IMPORTADO



Cerveza Heineken. Origen Holandés.  
Figura III.1

#### PRODUCTO LOCAL





Línea de Cervezas de Cervecería Regional.  
Figura III.2



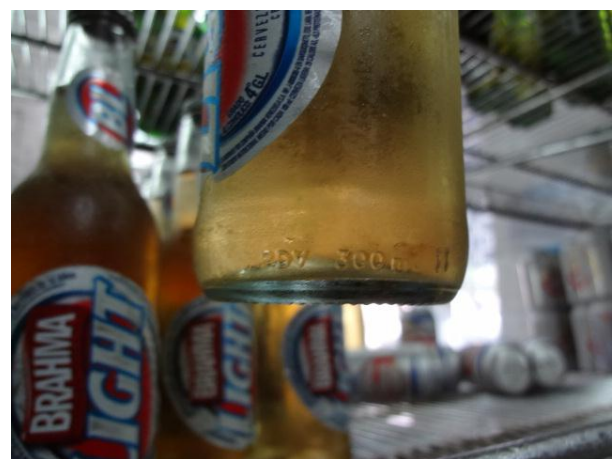
Polar Light. Presentación en Botella.  
Figura III.3



Cerveza Tovar.  
Figura III.4



Polar Zero. Presentación en Botella.  
Figura III.5



Cerveza Brahma Light. Presentación en Botella.  
Figura III.6

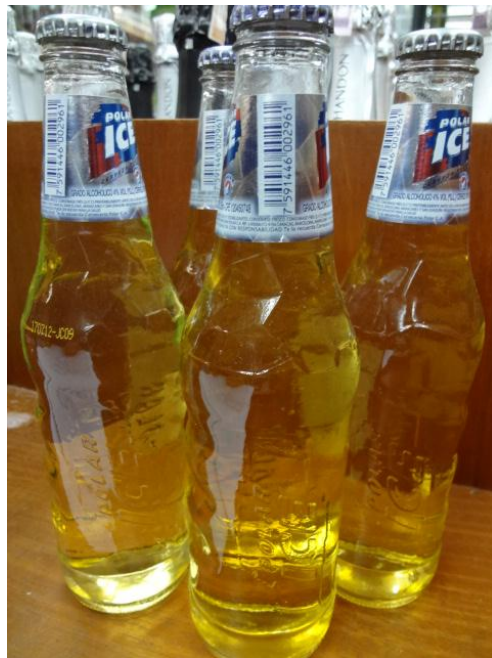




Brahma Light. Presentación en lata.  
Figura III.7



Cerveza Destilo.  
Figura III.8



Cerveza Polar Ice. Presentación en Botella.  
Figura III.9

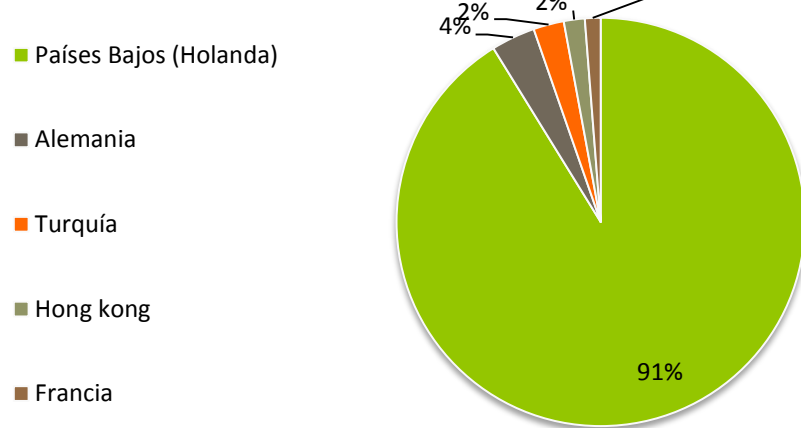


# IV. ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2011 (\*) cifras provisionales:

IMPORTACIONES DE CERVEZAS (22030000) ENERO - DIC 2011				
Código Arancelario	Descripción y País de Origen	Cantidad (Kilos Brutos)	US \$	Participación Mercado (%)
2203,00,00	CERVEZA DE MALTA			
	Holanda	189.228,00	172.786,00	93,01%
	Francia	7.766,00	5.599,00	3,01%
	Alemania	5.247,00	4.431,00	2,39%
	Hong Kong	100,00	1.814,00	0,98%
	China	100,00	1.151,00	0,62%
Total Importaciones 2011		<b>202.441,00</b>	<b>185.781,00</b>	<b>100,00%</b>

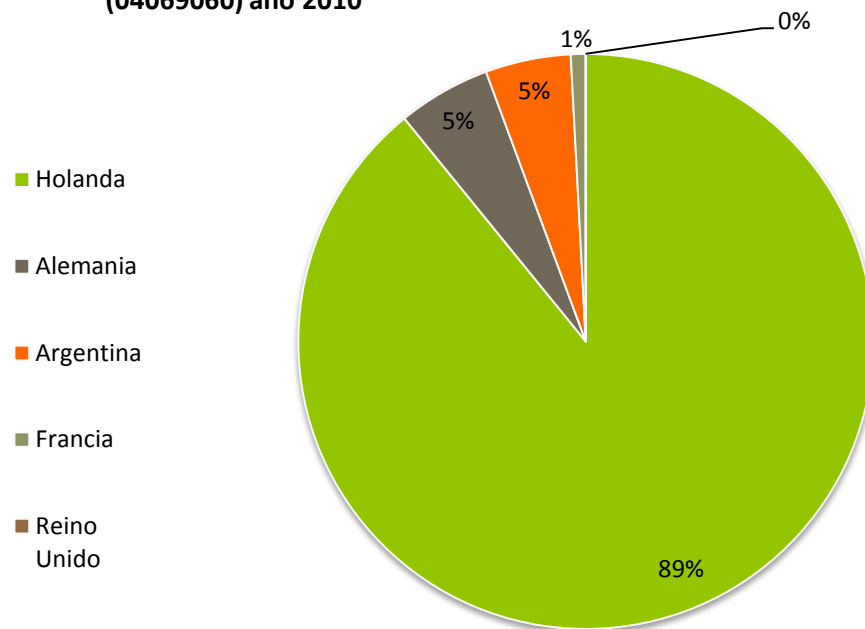
**Principales Países Proveedores de Queso de la partida (0406960) año 2009**



**1. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2010**

IMPORTACIONES DE CERVEZA(22030000) ENERO - DIC 2010				
Códigos Arancelarios	Descripción y País de Origen	Cantidad (Kilos Brutos)	US \$	Participación en el Mercado (%)
<b>2203,00,00 __CERVEZA DE MALTA</b>				
	Holanda	471.971,59	396.878,45	89,13%
	Alemania	43.321,80	23.302,40	5,23%
	Argentina	34.470,00	21.384,00	4,80%
	Francia	5.447,00	3.714,62	0,83%
	Reino Unido	0,63	9,67	0,00%
<b>Total Importaciones 2010</b>		<b>555.211,02</b>	<b>445.289,14</b>	<b>100,00%</b>

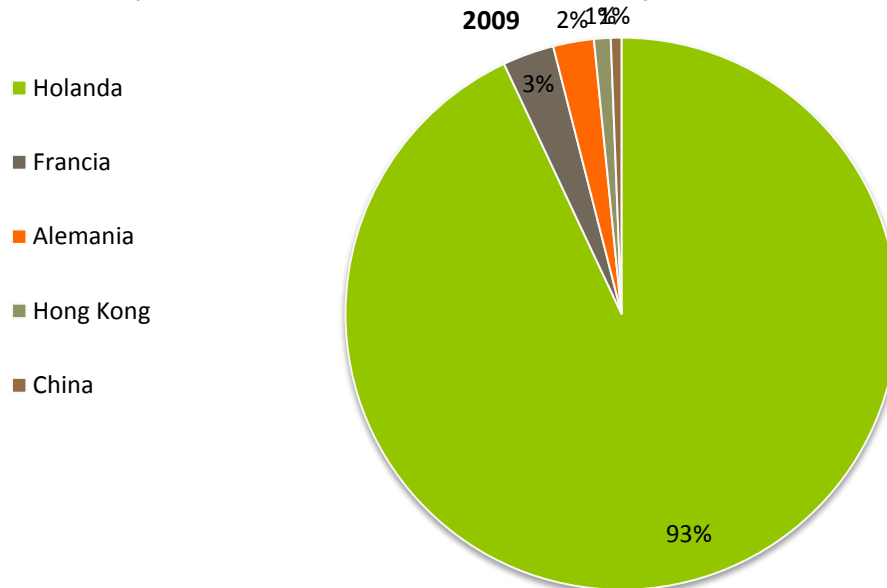
Principales Países Proveedores de Queso de la partida (04069060) año 2010



## 2. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2009

IMPORTACIONES DE CERVEZAS (22030000) ENERO - DIC 2009				
Códigos Arancelarios	Descripción y País de Origen	Cantidad (Kilos Brutos)	US \$	Participación en el Mercado (%)
<b>2203,00,00 __ CERVEZA DE MALTA</b>				
	Países Bajos (Holanda)	660.363,73	540.463,60	91,16%
	Alemania	36.208,14	20.666,43	3,49%
	Turquía	19.975,00	14.334,88	2,42%
	Hong kong	350,00	9.838,00	1,66%
	Francia	9.620,00	7.366,95	1,24%
Subtotal Importaciones Principales Proveedores		<b>726.516,87</b>	<b>592.669,86</b>	<b>99,96%</b>
Total Importaciones 2009		<b>726.611,82</b>	<b>592.880,86</b>	<b>100,00%</b>

Principales Países Proveedores de Cerveza de la partida (22030000) año 2009



**Fuente:** Elaboración propia ProChile Venezuela con cifras suministradas por el Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela (INE).

## ANTECEDENTES SOBRE PRODUCCIÓN NACIONAL

Venezuela es un importante país productor y consumidor de diversos tipos de cervezas y las tres principales empresas son POLAR, REGIONAL y BRAHMA.

Empresa Polar es importante holding venezolano fabricante de gran cantidad de alimentos y bebidas. Se inauguró en el año 1941 y actualmente se caracteriza por ser líder en el rubro de cerveza, la cual cuenta con un 75% del mercado local, según información recopilada en su portal. Posee cuatro plantas, que produce 23 millones de hectolitros al año. Las marcas que produce Polar son: tipo Pilsen, Polar Ice, Polar Light, Solera, Solera Light. De acuerdo por la información publicada por la Asociación Latinoamericana de Fabricantes de Cervezas, Empresas Polar se encuentra ubicada en la posición número 19 entre los cerveceros más grandes del mundo con una producción de 16.9 (Mill. Hl) anuales. El producto más vendido es la cerveza Polar Ice.

En el segundo lugar podemos encontrar a la empresa Regional la cual ha evolucionado en la participación del mercado con un 4.9 % en 1992 a 27% a fines del 2006 (última información disponible). Su producto principal es la cerveza Regional Light, que tiene un bajo contenido de alcohol y calórico. Regional Light es el producto líder en “segmento Light”. Por su parte, la botella no retornable tiene un mayor grado de rotación. Entre sus productos se encuentra Regional Pilsen, Regional Light y Regional Draft.

Por último podemos encontrar a la empresa brasilera trasnacional Brahma, con planta de producción en Venezuela, la cual se encuentra alineada con su casa matriz que es la segunda compañía con mayor experiencia en el mundo cervecero, con presencia en 140 países de los cinco continentes y más de 200 marcas que acumulan 700 años de tradición en la elaboración de cervezas de la más alta calidad, llega a Venezuela en el año 1994, con la adquisición de C.A. Cervecería Nacional, siendo la primera operación en el proceso internacionalización de la marca. Elaboran tres tipos de cerveza las cuales son: Brahma tipo Pilsen, Brahma Light y Brahma ICE.

Es importante resaltar que estas dos empresas, Regional y Brahma, se fusionaron en el año 2011 y actualmente tienen como nombre Cervecería Regional. La línea de marcas que producen son Regional, Brahma y Zulia. (Ver Figura III.2).

## CERVEZA ARTESANAL

Cerveza Tovar, es una marca con presencia en el mercado desde 1988, fundada por un empresario alemán, esta empresa se inició en la importación de cervezas artesanales procedentes desde dicho país. Se encuentra ubicada en el Estado Aragua.

Posteriormente, en el año 1999, se empezó a elaborar en Venezuela, con la misma fórmula alemana y sus objetivos se basaron en la elaboración y distribución de cervezas, con el fin de satisfacer la demanda turística. Durante el año 2009, sus ejecutivos efectuaron una importante inversión y se trasladaron a un lugar más espacioso, con nuevas maquinarias con el fin de aumentar su producción. Esta empresa solo cuenta con un producto, que es cerveza tipo Pilsen.

Por otro lado, en el mercado nacional se encuentra la Cerveza Destilo, primera cerveza de tipo Ale hecha en Venezuela. Este tipo de cerveza sólo admite el uso de agua, levadura, lúpulo y cebada malteada para su elaboración, sin aditivos químicos, conservantes o saborizantes. Esta cerveza es hecha por la Cervecería Destilo, empresa asentada en el año 2010 y que ha ganado mercado rápidamente, ya que es la única cerveza de producción nacional tipo Ale que se encuentra disponible actualmente.

## V. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO:

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Las declaraciones efectuadas por especialistas y representantes licores, consideran improbable la caída de las bebidas alcohólicas en Venezuela.

Según lo publicado por la Cámara Venezolana de Fabricantes de Cervezas, el consumo per cápita en Venezuela fue de 86,7 litros en 2009, el más alto de la región

En Venezuela el mercado de bebidas alcohólicas se dividen en varios grupos: cerveza, whisky, vinos y las bebidas llamadas espirituosas. Los venezolanos prefieren la cerveza por su bajo contenido alcohólico



y sobre todo por el precio. El mayor consumo se destaca en las clases más bajas de la población. Es justamente este factor cultural, el principal determinante de un mercado potencial para la cerveza.

Según un estudio efectuado en el año 2010 por la firma Companies and Markets (C & M), que se especializa en informes de mercado, con sede en Londres, la cerveza es la categoría de consumo en Venezuela con el más alto volumen de ventas. Dicho informe establece que el crecimiento del consumo de cerveza en Venezuela está impulsando un Mercado de marcas Premium, ya que el consumidor venezolano tiene necesidad de mostrar estatus social con las bebidas que consume.

Por esa razón es que se puede observar, que nuevas marcas de cerveza que se ubican por encima de la tradicional oferta cervecera, como la nueva marca Destilo, están teniendo un auge entre los consumidores, a pesar de los altos precios de estos productos.

Sin embargo, de acuerdo a los contactos efectuados con empresas importadoras, existe un importante mercado para el consumidor de cervezas de origen importado y la marca Corona que se retiró en el año 2006 dejó un vacío muy importante que a la fecha no ha sido complementado por las marcas de origen importado presentes.

Adicionalmente, de acuerdo a contactos establecidos con los propios fabricantes de cerveza venezolanas, se encuentran abiertos a evaluar la oferta chilena en materia de cervezas premium, para ampliar su portafolio de productos que ofrecen a gran cantidad de clientes a través de la red de distribución a nivel nacional.

El ingreso de la cerveza Premium al mercado venezolano es un nicho de mercado muy interesante, debido a que han salido del mercado la cerveza Corona, Budweiser, Amstel y la local marca La Coloniera.

Según información recopilada, la cerveza Budweiser salió del mercado en el año 2001 y la marca Amstel de procedencia holandesa para el año 2005, salieron del mercado venezolano, debido la fuerte competencia nacional en materia de precios.

Sin embargo, diversos importadores entrevistados han mostrado interés en las cervezas de origen chileno, considerando el interesante segmento de mercado que existe para consumidores que aprecian las cervezas gourmet, donde es un factor muy determinante la calidad por encima del precio. Aunado a ello, existe una escasa oferta en el mercado de cervezas sin alcohol, que sería un importante nicho de mercado aún no atendido por cerveceras locales ni marcas importadas.

De igual forma es importante destacar que Chile cuenta con una ventaja competitiva en relación a los países que actualmente son proveedores de cervezas de Venezuela, ya que sus productos deben pagar un alto arancel que actualmente se ubica en 20%.

En el caso de Chile, este producto se encuentra incluido dentro del grupo de productos prioritarios que esta Oficina Comercial se encuentra promoviendo en este mercado, para introducirlo en el mediano plazo. Asimismo, se considera oportuno reforzar la presencia de Chile en este sector del mercado venezolano, difundiendo las ventajas que concede el ACE N° 23.

Hay que tener en cuenta que Venezuela cuenta con numerosos puertos libres entre los cuales se encuentra el puerto de Isla Margarita y Paraguaná, en donde alrededor del 30% al 40% de las ventas de todas las marcas de licores ocurren allí, según importadores de la Isla de Margarita contactados. En el puerto libre de la Isla Margarita, los productos no pagan IVA y aranceles. La no aplicación de estos dos

impuestos, disminuye el precio entre 37% a 40% con relación a su valor en tierra firme. En estos puertos libres, los principales consumidores son turistas tanto venezolanos como extranjeros.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Con respecto a las formas del consumo de la cerveza tanto las de orígenes nacionales como importados, los hábitos de los venezolanos se pueden distinguir en los consumidores corrientes, que realizan la compra dependiendo del precio del producto, sin importar la marca y el origen.

Consumidores potenciales, que no consumen el producto pero pueden pasar a ser consumidores, debido a que le gusta probar nuevas marcas y nuevos productos.

Los venezolanos se caracterizan por tomar cerveza tipo light, que poseen una participación de mercado superior al 90%. Según información suministrada por los fabricantes de cerveza, en la categoría light se incluyen todas las cervezas de bajo contenido alcohólico, calórico y por venir en botella transparente.

Debido a la alta cultura de consumo del venezolano, este producto se adquiere en todo tipo de lugares como: playas, licorerías, bares, discotecas, partidos de fútbol o béisbol. Su consumo es por medio de botellas, latas ó sifones que se encuentran en ciertos restaurantes, bares y discotecas. En Venezuela no existen máquinas expendedoras (autoservicio) de cervezas. De igual forma, es importante destacar que es consumido por público de todas las edades.

### 1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

De acuerdo a las entrevistas de opinión calificada, si existen nuevas tecnologías de ventas a través de internet aplicables a la compra de cerveza.

Una empresa que utiliza nuevas tecnologías en la comercialización de sus productos a través de internet, es Licores Mundiales.

**Licores Mundiales**, empresa con más de 36 años de trayectoria en el mercado, y bajo la gerencia de dos generaciones, ofrece un sitio único en su estilo, con dos importantes tiendas en la ciudad de Caracas, que ofrecen una oferta de productos de la más alta calidad, a precios competitivos y excelente presentación y comodidad.

La comercialización de sus productos se puede observar en el siguiente link:

[http://www.licoresmundiales.com/catalogo\\_productos.php?id=7](http://www.licoresmundiales.com/catalogo_productos.php?id=7)

Con el beneficio que ofrecen estas nuevas tecnologías, la comercialización de las cervezas ha crecido, ya que la relación de compra-venta, no sólo es directa del proveedor nacional o extranjero con la persona a cargo de compras en cada empresa, sino también vía internet directamente con la empresa.

### 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

- Actualmente, se encuentra registrada una marca de cerveza chilena en Venezuela, Cerveza Kunstmann. De acuerdo a lo indicado por el importador, en la actualidad el producto se distribuye únicamente en la Región Capital (Caracas). Manifestaron tener muy buena aceptación por parte del consumidor local y poseen buenas expectativas de crecimiento.
- El antiguo importador y distribuidor de la cerveza Corona en Venezuela, se encuentra muy interesado en evaluar las cervezas artesanales chilenas debido a sus fortalezas dirigidas al consumo gourmet, considerando que no compite con la cerveza nacional, ya que va dirigida a consumidores más selectos, además de que la cerveza artesanal local no se considera competencia debido a su restringido espectro de distribución.
- El actual distribuidor de la marca Lowenbrau se encuentra interesado en estudiar la posibilidad de importar cerveza de procedencia chilena, considerando la calidad y potencial del producto en este mercado.

En general, la opinión de los importadores y fabricantes contactados, coincide en la percepción de Chile como un buen socio comercial y proveedor de productos de calidad.

Los datos de contactos se encuentran disponibles en la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela.

### 1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Venezuela por ser un clima tropical ,tiene una gran demanda de dicho producto en todo el año.

### 1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

En lo que respecta a cervezas nacionales, estas se venden en todos los estados de Venezuela. Sin embargo las cervezas importadas se vende en las ciudades donde se concentra la mayor población: Caracas, Maracaibo, Valencia, Maracay, Barquisimeto.

Los centros de consumo de este producto son restaurantes, hoteles, locales nocturnos, cadenas de supermercados, supermercados independientes, abastos, tiendas de delicatessen, etc.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

**Fabricantes:** Empresa que fabrican cerveza y las distribuyen a los clientes. Entre estas tenemos:

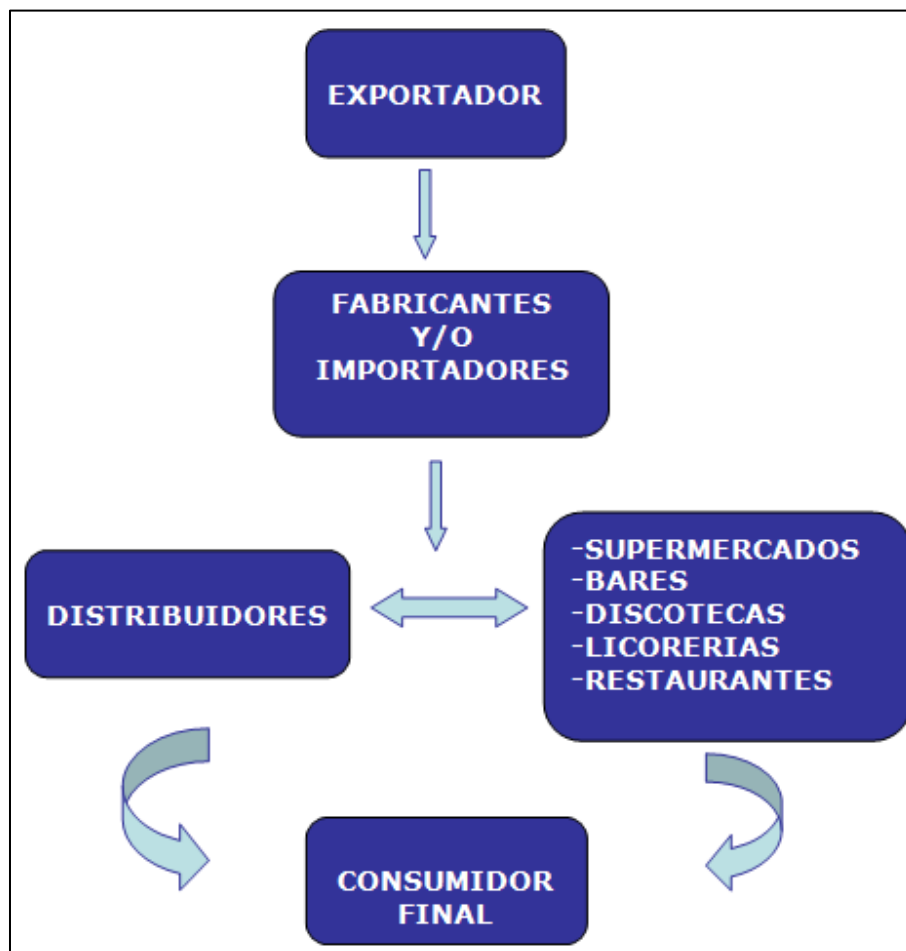
\* Empresas Polar, utiliza una distribución conformada por 1.700 franquiciados, 350 rutas y 85 agencias en todo el país.

\* Empresa Regional-Brahma: Para la distribución de los productos, además de contar con centros de distribución propios, ha implementado en el país los procesos de gestión para el desarrollo de un exitoso sistema de pre-venta y despachos comerciales independientes. Los centros de distribución directa se encuentran en Caracas, Occidente, Centro, Oriente y Porlamar (Isla de Margarita).

\* Cervecera Tovar, su mayor distribución se encuentra en el sitio turístico de la Colonia Tovar ubicada en el Estado Aragua con un 80% de su producción y el 20% restante se distribuye en la capital del país, por medio de cadena de supermercados.

**Importadores:** Empresas comercializadoras de todo tipo de licores que poseen alguna línea de cerveza extranjera y a su vez venden los productos a los distribuidores. Los importadores, distribuyen el producto a los mayoristas, proveedores y minoristas del sector licorero. Es decir, a la cadena de supermercados, bares, discotecas, restaurares, entre otros.

**Distribuidores:** Empresas mayoristas o minoristas que venden los licores al consumidor final. Entre estos tenemos: licorerías (botillerías), hoteles, restaurantes, bares, discotecas, cadenas de supermercados, supermercados independientes, entre otros.



## VII. PRECIOS DE REFERENCIA - RETAIL Y MAYORISTA

Se exhibirá a continuación, un listado de diversos precios de venta al público de las cervezas que se encuentran en mercado venezolano, según información recabada en visitas efectuadas a diversos puntos de venta:

Producción Nacional:

Producto / Marca	*Precio al detal por Botella (Bs.F) (Precio punto de venta) <sub>1</sub>	Grado alcohólico	Contenido (ml)
Polar Pilsen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lata: 6.24</li> <li>Botella: 6.50</li> </ul>	5°	Botella Retornable 222 ml y 300 ml. Botella de 330 ml. Lata 295 ml y 355 ml. Sifón 30 L y 50 L.

<b>Polar Ice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lata: 6.30</li> <li>Botella: 6.50</li> </ul>	4,5°	Botella Retornable 222 ml y 330 ml. Botella de 355 ml. Y 600 ml. Lata 295 ml. Y 355 ml. Sifón 30 L. y 50 L.
<b>Polar Light</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lata: 6.20</li> <li>Botella: 6.036</li> </ul>	4°	Botella Retornable 222 ml. Botella de 355 ml. Lata 250 ml.
<b>Solera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lata: 5.54</li> <li>Botella: 6.20</li> </ul>	6°	Botella Retornable 222 ml. Botella de 300 ml. Lata 295 ml.
<b>Solera Light</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lata: 5.54</li> <li>Botella: 6.20</li> </ul>	4,3°	Botella Retornable 222 ml. Botella de 300 ml. Lata 295 ml.
<b>Brahma Light</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lata: 4.42</li> <li>Botella: 4.43</li> </ul>	4°	Botella de 222 ml. Botella Retornable 330 ml. Botella Desechable 300 ml. Lata 250 ml y de 355 ml.
<b>Regional Pilsen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lata: 2.5</li> <li>Botella: 2.5</li> </ul>	5°	Botella de 355 ml. Lata de 295 ml.
<b>Regional Light</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lata: 2.5</li> <li>Botella: 2.5</li> </ul>	4.5°	Botella de 355 ml. Botella de 250 ml.
<b>Destilo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Botella: 11.7</li> </ul>	5°	Botella de 250 ml.
<b>Zulia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lata: 6.03</li> <li>Botella: 6.46</li> </ul>	4.5°	Botella de 300 ml. Lata de 250 ml.
<b>Tovar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Botella: 9.41</li> </ul>	5.3°	Botella de 220ml

\*Los precios incluyen IVA (Impuesto al Valor Agregado) equivalente al 12%. Tipo de Cambio Oficial (Control de Cambios) Bolívares 4,30 por dólar / SITME (Banco Central de Venezuela): Bs. 5,60 por dólar.

### Productos Importados:

Producto / Marca	*Precio al detal por Botella (Bs) en Pto de venta:	País de Procedencia	Contenido (ml) y Grado Alcohólico
Heineken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Botella: 18</li> </ul>	Holanda	250ml/ 5°

\*Los precios incluyen IVA (Impuesto al Valor Agregado) equivalente al 12%. Tipo de Cambio Oficial (Control de Cambios) Bolívares 4,30 por dólar / SITME (Banco Central de Venezuela): Bs. 5,60 por dólar.

Nota: Al momento de la presente investigación, únicamente existía presencia de la cerveza Heineken en los puntos de venta consultados.

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Las empresas nacionales publicitan sus productos a través de medios de comunicación enfocada directamente al consumidor, ya sea por calendarios, eventos, estrategias de lanzamientos, promociones y degustaciones, además de revistas. Se invierte una buena cantidad de capital anual en reforzamiento de dichas campañas.

La campaña publicitaria de Polar, Regional -Brahma se basa en paisaje playero para establecer un vínculo entre los atributos funcionales de la bebida: sabor, cuerpo, color y la autenticidad de la mujer venezolana, mundialmente reconocida por su belleza, seguridad y optimismo. Las empresas nacionales han utilizado campaña de promoción dependiendo a la temporada ya sea (beisbolera, navideña, carnaval, entre otros).

Estrategias de empresa Polar, es incrementar la participación de mercado en el negocio de cerveza, para maximizar el valor de la compañía a largo plazo, consolidando eficiencias y mayor alcance en distribución, ofreciendo un portafolio de productos y marcas que maximicen la participación del mercado y rentabilidad, promoviendo también el consumo responsable.

En el caso de la cerveza artesanal Tovar, no utiliza ningún tipo de publicidad. Es reconocida por estar ubicada en un lugar turístico "La Colonia Tovar", han intervenido en programas culturales regionales de televisión y han participado en entrevistas a periódicos como empresa emprendedora.

Las cervezas extranjeras, incluida la chilena, no cuentan con campañas publicitarias ni promociones, la marca es conocida por el consumidor que conocen de la marca. Algunas veces realizan degustaciones en puntos de venta.

### Nuevas tendencias publicitarias en las Web 2.0:

Las llamadas redes sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, entre otros, permiten la rápida propagación de información, por lo cual, una de las formas más económicas y prácticas de hacer campañas publicitarias se puede hacer a través de este medio.

En Venezuela, existe un alto porcentaje de personas que tienen cuentas dentro de las redes sociales, principalmente en Facebook y Twitter, por lo cual es una de las prácticas utilizadas en los últimos tiempos por las empresas -tanto fabricantes, como importadoras- que están interesadas en promocionar sus productos a menores costos.

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

A nivel mayorista, gran parte de los productos de este sector vienen con un embalaje, comúnmente denominado gavera, elaboradas en plástico que tienen una capacidad para 24 cervezas las botellas desechable y de 36 cervezas de botellas retornables.




En el caso de la cerveza Tovar, se distribuye en bolsas transparentes (film de plástico) de buen material con una base de cartón (tipo bandeja), de 24 unidades, siendo un embalaje más económico y más artesanal.

La presentación para la venta al consumidor final varían entre: envases de vidrio, de diversos colores como: transparente, marrón, ambar, verde y azul. Estas botellas pueden ser retornables o no retornables, esto va a depender de la marca y el tipo de cerveza, de igual forma varía en contenido (ml).

Otra presentación que va directa al consumidor son las latas (envases elaborados en base a aluminio) con diferentes diseños gráficos del etiquetado, de acuerdo a la empresa productora.

Algunos ejemplos de productos y sus presentaciones son:

Producto	Imagen
<p><b>POLAR PILSEN SIX PACK</b></p>	



POLAR ICE



POLAR LIGHT



SOLERA  
SIX PACK



SOLERA LIGHT  
SIX PACK



BRAHMA LIGHT  
SIX PACK



BRAHMA LIGHT



REGIONAL  
PILSEN



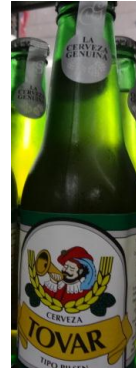
REGIONAL  
LIGHT



ZULIA



TOVAR



DESTILO



HEINEKEN



## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

- ✓ Se sugiere a las empresas contactar a la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela para conocer mayor información de este segmento del mercado y posibles contactos comerciales para negocios.
- ✓ Exportadores del sector interesados en prospectar el mercado venezolano, se sugiere efectuar una visita de negocios a Caracas para sostener reuniones de negocios con posibles importadores, previa coordinación con la Oficina Comercial.

- ✓ Se recomienda iniciar el registro de la marca para poder exportar (si corresponde), ya que estos trámites tardan mucho. (Aunque no tengan un importador).
- ✓ Asimismo, esta Oficina podrá apoyar en la organización de degustaciones, como Show Rooms, que permitan la difusión de cada empresa exportadora chilena de cerveza, con la finalidad de dar a conocer su producto dentro del sector importador venezolano.
- ✓ Se sugiere buscar un representante/ importador presente en el mercado de la cerveza que desee complementar su oferta con una variedad de origen chileno.
- ✓ Asimismo, las empresas pueden consultar con la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela, los eventos en los cuales pudiesen participar junto a ProChile para la promoción de productos, como es el caso del Festival Gourmet Internacional que se realiza anualmente y otros tipos de congresos vinculados al sector salud que ofrecen stands comerciales para la exhibición de productos.

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

1. **Festival Gourmet Internacional**, ProChile anualmente cuenta con una participación institucional / empresarial para la promoción de diferentes tipos de productos, entre ellos del sector gourmet, en que podrían considerarse los edulcorantes. Durante el 2012, el festival se llevará a cabo en la ciudad de Caracas los días 12, 13, 14 y 15 de julio. Para mayor información, visitar el sitio Web: [www.festivalgourmetinternacional.com](http://www.festivalgourmetinternacional.com) , o bien contactar a la Oficina Comercial de ProChile en Caracas.
2. **Salón Internacional de la Gastronomía**, que se realiza anualmente (octubre), organizado por la revista Exceso del Diario El Nacional. Sirve de vitrina de promoción de los productos gourmet. Para más información visitar: [www.saloninternacionaldegastronomia.com](http://www.saloninternacionaldegastronomia.com)

3. **Catas Gourmet Margarita**, evento que se realiza anualmente en la Isla de Margarita, orientado a productos y servicios necesarios para cocineros, personal de restaurantes y hoteles, así como a bodegones, hipermercados, academias, público profesional y aficionados a la cultura enogastronómica. <http://www.catasgourmetmargarita.com>

Nota: La Isla de Margarita además de poseer Puerto Libre, también tiene una alta afluencia turística, por lo que es importante considerar esta plaza para la comercialización de las aguas gourmet.

## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

### INSTITUCIONES

- BANCO CENTRAL DE VENEZUELA: <http://www.bcv.org.ve>
- CAMARA VENEZOLANA DE FABRICANTES DE CERVEZA: <http://www.caveface.org.ve>
- COMISIÓN ADMINISTRADORA DE DIVISAS (CADIVI): <http://www.cadivi.gov.ve>
- FONDO PARA LA NORMALIZACION Y CERTIFICADO DE CALIDAD (NORMAS DE CALIDAD COVENIN): <http://www.fondonorma.org.ve>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DE VENEZUELA, INE: <http://www.ine.gob.ve>
- MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL COMERCIO: <http://www.mincomercio.gob.ve>
- MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA SALUD: <http://www.mpps.gob.ve>
- SERVICIO AUTÓNOMO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN, CALIDAD, METROLOGÍA Y REGLAMENTOS TÉCNICOS: <http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/91-02.pdf>
- SERVICIO AUTÓNOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: [www.sapi.gob.ve](http://www.sapi.gob.ve)
- INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE RAFAEL RANGEL <http://www.inhrr.gob.ve>
- SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION ADUANERA Y TRIBUTARIA, SENIAT: <http://www.seniat.gov.ve>

## PRENSA DE CIRCULACIÓN NACIONAL

Diario El Nacional <http://www.el-nacional.com>

Diario El Universal <http://caracas.eluniversal.com>

El Mundo Economía y Negocios <http://www.elmundo.com.ve>

Diario Reporte de la Economía <http://www.diarioreportedelaeconomia.com>

Diario Ultimas Noticias <http://www.ultimasnoticias.com.ve>

## ANEXO I: REQUISITOS PARA EMISIÓN DE CERTIFICADOS DE NO PRODUCCIÓN EN VENEZUELA

1. Timbre Fiscal 0.3 UT equivalente a Bs F. 27
2. Solicitud del certificado de no producción (2 planillas que genera el sistema firmadas y selladas)
3. Solicitud escrita del certificado de No Producción o Producción Insuficiente con exposición de motivo por parte de la Empresa.
4. Descripción técnica y comercial del (los) producto(s) a importar.
5. Fotocopia de la factura comercial o factura pro-forma, de la próxima importación.

6. Copia del RIF
7. 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
8. 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 2011 (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.
9. 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
10. 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
11. 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

## ANEXO II: TRÁMITES PARA EL REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

**Requisitos:**

1. Certificado de libre venta y consumo, emitido por la autoridad sanitaria del país de origen en español, legalizado en consulado venezolano.
2. Certificado de análisis físico químico; emitido por la autoridad sanitaria del país de origen o un laboratorio autorizado por este. legalizado en el consulado venezolano.
3. Lista decreciente de ingredientes: emitido por el fabricante indicando todos los aditivos (si los contienen).



4. Diagrama del proceso de elaboración, brevemente descrito indicando las temperaturas a las cuales se somete el producto terminado.
5. Poder de representación para las gestiones de registro a la empresa o persona que efectuara los trámites, legalizado en Consulado venezolano.
6. Poder de distribución a una empresa legalmente autorizada por el Ministerio de Finanzas en Venezuela, para importar y distribuir el producto legalizado en el Consulado venezolano.
7. Información general del fabricante; descripción de envase. representaciones (tamaño/volumen) lugar de fabricación, registro de marca o su copia.
8. Etiquetas o envoltorios (alimentos): Tres (3) muestras de las etiquetas o sus proyectos, marbetes, collarines o cualquier información que lleve el producto, incluyendo la tabla nutricional. Muestras: quince unidades de representación o un kilo y medio de la más reciente fabricación.
9. Honorarios profesionales de la empresa autorizada para las gestiones de registro: los honorarios varían de acuerdo a la empresa o asesor que se contrate.
10. Los trámites los debe efectuar el importador, representante y/o asesor en:

**Nota:** se sugiere tener un apoderado o empresa autorizada para efectuar el registro y seguimiento, información disponible en la Oficina Comercial de ProChile en Caracas.

#### OTROS TRÁMITES APLICABLES A LICORES:

METROLOGÍA (CPE): CONTROL DE PRODUCTOS ENVASADOS (POR PRODUCTO): US\$ 60 DÓLARES EN DERECHOS FISCALES Y US\$ 90 DOLARES DE HONORARIOS (REFERENCIAL HBA CONSULTORES).  
 SERVICIO NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN ADUANERA Y TRIBUTARIA, SENIAT: 5 UNIDADES TRIBUTARIAS POR PRESENTACIÓN. VALOR ACTUAL DE LA U.T.: BSF. 90. Tipo de Cambio actual (Control de Cambios): BolívaresF 4,30 por dólar. HONORARIOS US\$ 50 DÓLARES POR PRESENTACIÓN (REFERENCIAL HBA CONSULTORES).

## ANEXO III: TRÁMITES PARA EL REGISTRO DE MARCAS VENEZUELA

1. Poder de representación para las gestiones de registro a la empresa o persona que efectuara los tramites, legalizado en consulado venezolano.
2. Copia del registro de marca efectuado en el país de origen, legalizado por el consulado venezolano.
3. Efectuar conocimiento de marca y clase de interés (clasificación).

4. Introducir la solicitud de búsqueda de antecedentes para determinar factibilidad de registro de una marca en cualquiera de las clases internacionales (respuesta en 1 semana).
5. Luego de determinar que la marca está desocupada, aproximadamente en 6 meses se publica en boletines de la propiedad industrial los resultados para obtener el derecho de uso de la marca (en base a decisión 486 de la Comunidad Andina), boletines que son revisados cada 2 meses por las empresas consultoras del área de registro de marcas.
6. Se deben pagar diversos costos para la búsqueda de antecedentes, planillas, derechos fiscales, etc. y costos adicionales si se desea habilitar el trámite. para ver información de costos, consultar [www.sapi.gob.ve](http://www.sapi.gob.ve) módulo tasas y tarifas.  
Adicionalmente se deben considerar los honorarios profesionales del asesor o empresa autorizada para efectuar el registro.
7. Proceso de registro de marca: tiempo total aprox. entre 8 meses y 1 año si no hay inconvenientes (devolución de documentos, marcas análogas o similares para distinguir productos análogos, oposiciones presentadas por terceros, etc.).
8. Los trámites se deben efectuar en: **SERVICIO AUTONOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (SAPI).**

## ANEXO IV: LABORATORIOS GUBERNAMENTALES AUTORIZADOS PARA EFECTUAR ANÁLISIS FÍSICO QUÍMICOS LICORES-AGUAS- ALIMENTOS

**CARACAS - DISTRITO CAPITAL**  
**INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE RAFAEL RANGEL (INHRR).**  
**DIRECCION:** UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA (UCV). DETRAS DEL HOSPITAL CLINICO. PISO 3. LOS CHAGUARAMOS. CARACAS-VENEZUELA.  
**TELEFONOS:** 58-212-2191733/2191698/2191734  
**PRESIDENTA:** DRA. MARIA FERNANDA CORREA.

TELEFONO: 58-212-2191761/2191762. FAX: 58-212-2151768. EMAIL: [mcorrea@inhrr.gob.ve](mailto:mcorrea@inhrr.gob.ve)  
GERENTE SECTORIAL DE REGISTRO Y CONTROL: DRA. MARIA TERESA IBARZ  
TELEFONO: 58-212-2191663. EMAIL: [mibarz@inhrr.gob.ve](mailto:mibarz@inhrr.gob.ve)

**ISLA DE MARGARITA- ESTADO NUEVA ESPARTA**

**LABORATORIO FUNDACIÓN LA SALLE**

DIRECCIÓN: CAMPUS MARGARITA, PUNTA DE PIEDRAS. ESTADO NUEVA ESPARTA.

TELEFONOS: 58-295-4173566

EMAIL: [control.calidad@fundacionlasalle.org.ve](mailto:control.calidad@fundacionlasalle.org.ve) WEB: [www.edimar.org](http://www.edimar.org)

JEFE DE LABORATORIO: PROF. ANTONIO SALAZAR. EMAIL: [asalazar@edimar.org](mailto:asalazar@edimar.org)

<http://fundacionlasalle.org.ve/D%C3%B3nde%20Estamos/CAMPUS%20MARGARITA>

**ESTADO FALCÓN (RECIENTEMENTE AUTORIZADOS)**

**CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE CIENCIAS BÁSICAS (CICBA).**

DIRECCIÓN: UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL FRANCISCO DE MIRANDA (UNEFM). AVENIDA MANAURE CON CALLE NORTE, EDIFICIO UNIVERSITARIO, URBANIZACIÓN MANAURE. - CORO - FALCÓN - VENEZUELA.

TELEFONOS: 58-268-2530038

ASISTENTE DE INVESTIGACION: ING. BERNARDA RIVAS. EMAIL: [bmrp1@hotmail.com](mailto:bmrp1@hotmail.com)

**CENTRO DE INVESTIGACIONES TECNOLOGICAS (CITEC).**

DIRECCIÓN: UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL FRANCISCO DE MIRANDA (UNEFM). AVENIDA MANAURE CON CALLE NORTE, EDIFICIO UNIVERSITARIO, URBANIZACIÓN MANAURE. - CORO - FALCÓN - VENEZUELA.

TELEFONOS: 58-268-2523931 / 2536973

EMAIL: [citec@gmail.com](mailto:citec@gmail.com)

JEFA DE LABORATORIO: SRA. EMERITA ABREU.

Elaborado por: Oficina Comercial ProChile en Venezuela. [venezuela.caracas@prochile.gob.cl](mailto:venezuela.caracas@prochile.gob.cl)  
Abril de 2012