
Estudio de Mercado Edulcolorantes en Venezuela

Abril de 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
I.1. Sistema Armonizado Chileno SACH	4
I.2. Sistema Armonizado Local.....	4
<i>II. Situación arancelaria y para – arancelaria</i>	5
II.1. Arancel General:	5
II.2. Arancel Preferencial Aplicable a Productos Chilenos:	5
II.3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:.....	5
II.4. Costos de Importación y Otros Gravámenes:	10
II.5. Barreras para – arancelarias	13
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	14
III.1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	15
III.2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:.....	18
III.3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes).....	20
<i>IV. Estadísticas de las importaciones venezolanas registradas en el período 2009-2011</i>	33
IV.1. Productos de la partida 1702.50.00.00: fructosa químicamente pura.....	33
IV.2. Productos de la partida 2106.90.60.00: las demás mezclas de edulcorantes artificiales con sustancias alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte.....	37
IV.3. Productos de la partida 2106.90.90.90: las demás preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte.....	41
IV.4. Productos de la partida 3824.90.99.90: los demás productos químicos y preparaciones de la industria química o de las industrias conexas (incluidas las mezclas de productos naturales), no expresados ni comprendidos en otra parte.....	47
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	53
V.1. Potencial del producto.	53
1.1. Formas de consumo del producto.....	56
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet).	
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).	57
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	58
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	58

VI. Canales de Comercialización y Distribución.....	59
VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....	60
VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....	64
IX. Características de Presentación del Producto.....	69
X. Sugerencias y recomendaciones	70
XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto	71
XI.1. Eventos de salud.....	71
XI.2. Eventos de belleza	74
XI.3. Ferias	74
XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto	75
XII.1. Instituciones	75
XII.2. Normas y Leyes.....	76
XII.3. Prensa de circulación nacional	76
ANEXO I Requisitos para emisión de Certificados de No Producción en Venezuela.....	77
ANEXO II Laboratorios gubernamentales autorizados para efectuar Análisis físico químicos de alimentos y licores.....	78
ANEXO III Trámites para el registro sanitario de alimentos en Venezuela-MPPS.....	80
ANEXO IV Trámites para el registro de marcas Venezuela.....	81

PRODUCTO:

I.1. SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH

Código y descripción arancelaria:

- ✓ 1702.50.00 Fructosa químicamente pura
- ✓ 2106.90.90 Las demás preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte.
- ✓ 3824.90.99 Los demás productos químicos y preparaciones de la industria química o de las industrias conexas (incluidas las mezclas de productos naturales), no expresados ni comprendidos en otra parte.

I.2. SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

Código y Descripción Arancelaria:

- ✓ 17.02 Los demás azúcares, incluidas la lactosa, maltosa, glucosa y fructosa (levulosa) químicamente puras, en estado sólido; jarabe de azúcar sin adición de aromatizante ni colorante; sucedáneos de la miel, incluso mezclados con miel natural; azúcar y melaza caramelizados.
 - 1702.50.00.00 _ Fructosa químicamente pura
- ✓ 21.06 Preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte
 - 2106.90 _Las demás:
 - 2106.90.60 __ Mezclas de edulcorantes artificiales con sustancias alimenticias.
- ✓ 21.06 Preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte
 - 2106.90 _ Las demás:
 - 2106.90.90 _ _ _ Las demás:
 - 2106.90.90.90 _ _ _ _ Los demás.
- ✓ 38.24 Preparaciones aglutinantes para moldes o núcleos de fundición; productos químicos y preparaciones de la industria química o de las industrias conexas (incluidas las mezclas de productos naturales), no expresados ni comprendidos en otra parte
 - 3824.90 Los demás:
 - _ _ Los demás:
 - 3824.90.99 _ _ Los demás:
 - 3824.90.99.90 _ _ _ _ Los demás.

II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

II.1. ARANCEL GENERAL:

Código Arancelario	Terceros países
1702.50.00.00	15%
2106.90.60.00	20%
2106.90.90.90	20%
3824.90.99.90	10%

II. 2. ARANCEL PREFERENCIAL APLICABLE A PRODUCTOS CHILENOS:

- ✓ 0% de gravamen.

En julio de 1993 entró en vigencia el Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 23 en donde se expresa la liberación del pago de aranceles a diversos productos que forman parte del intercambio comercial entre Chile y Venezuela.

En la actualidad, el 97% de los productos sujetos a intercambio comercial entre ambos países, están exentos de pago de aranceles, ya que están contemplados dentro del programa de desgravación arancelaria general del acuerdo. Los productos objeto de estudio en este informe, se encuentran sujetos a dicho programa, por lo cual aquellas que tengan como fin el ingreso al mercado local gozarán de la liberación total de aranceles.

II.3. OTROS PAÍSES CON PREFERENCIAS ARANCELARIAS:

II.3.1. Comunidad Andina de Naciones (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.

II.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 subpartidas 21.06.90.60.00 y 2106.90.90.90 que deseen ingresar al país gozarán de una preferencia arancelaria del 100%, siempre que cumplan con los regímenes legales derivados de esta Ley.

II.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 arancelario 1702.50.00.00

País	Preferencia porcentual (%) a partir del 01/01/2012	Arancel a partir del 01/01/2012	Preferencia porcentual (%) a partir del	Arancel a partir del 01/01/2013
Argentina	60%	6%	67%	4,95%
Brasil	60%	6%	67%	4,95%
Paraguay	60%	6%	67%	4,95%
Uruguay	60%	6%	67%	4,95%

Programa de Liberación Comercial: Código arancelario 2106.90.60.00

País	Preferencia porcentual (%) a partir del 01/01/2012	Arancel a partir del 01/01/2012	Preferencia porcentual (%) a partir del 01/01/2013	Arancel a partir del 01/01/2013
Argentina	77%	4.6%	85%	3%
Brasil	90%	2%	100%	0%
Paraguay	93%	1.4%	100%	0%
Uruguay	80%	4%	86%	2.8%

Programa de Liberación Comercial: Código arancelario 2106.90.90.90

País	Preferencia porcentual (%) a partir del 01/01/2012	Arancel a partir del 01/01/2012	Preferencia porcentual (%) a partir del 01/01/2013	Arancel a partir del 01/01/2013
Argentina	77%	4.6%	85%	3%
Brasil	90%	2%	100%	0%
Paraguay	93%	1.4%	100%	0%
Uruguay	80%	4%	86%	2.8%

Programa de Liberación Comercial: Código arancelario 3824.90.99.90

País	Preferencia porcentual (%) a partir del 01/01/2012	Arancel a partir del 01/01/2012	Preferencia porcentual (%) a partir del 01/01/2013	Arancel a partir del 01/01/2013
Argentina	77%	2.3%	85%	1.5%
Brasil	77%	2.3%	85%	1.5%
Paraguay	93%	0.7%	100%	0%
Uruguay	80%	2%	86%	1.4%

Es importante señalar, que en caso de concretarse el ingreso pleno de Venezuela a este bloque subregional, luego que se obtenga la aprobación del parlamento de Paraguay (fecha aún no definida) posiblemente las preferencias arancelarias acordadas en el ACE 59 tendrán modificaciones.

II.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 partidas 2106.9060.00 y 2106.90.90.90, 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.

II.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, los productos objeto de estudio originarios de la República de Cuba que se clasifiquen por la subpartida 1702.50.00.00, estarán sujetos a una preferencia porcentual de 12% sobre el gravamen ad-valorem. Por su parte, los clasificados en la partida 2106.90.60.00 estarán sujetos a una preferencia arancelaria porcentual de 16%, y los que se clasifiquen por la partida 3824.90.99.90 a un 8%, aplicable sobre el arancel externo común aplicable a terceros países.

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>

II.4. COSTOS DE IMPORTACIÓN Y OTROS GRAVÁMENES:

II.4.2. Impuesto al Valor Agregado y otras exoneraciones:

El Impuesto al Valor Agregado en Venezuela recae sobre todos los productos que generen un hecho imponible como: la venta de bienes, la importación y exportación definitiva de bienes muebles, la prestación a título oneroso de servicios independientes ejecutados o aprovechados en el país, el consumo de los servicios propios del objeto, giro o actividad del negocio y la exportación de servicios. En tal sentido, a fines de este caso, por tratarse de la importación de bienes, a esta operación se le hace aplicable el IVA, cuyo impuesto está expresado por una alícuota general aplicable de un doce por ciento (12%) establecido mediante el artículo 30 de la Ley de Reforma Parcial de la Ley de Presupuesto para el Ejercicio Fiscal 2009, publicada en la [Gaceta Oficial N° 39.147](#) el 26 de marzo de 2009.

Para consultar otra fuente de la Gaceta Oficial N° 39.147: [Ctrl+Click aquí.](#)

II.4.3. Costos de internación - Tasa por Servicio de Aduanas:

La Ley Orgánica de Aduanas establece el pago del 1% del valor CIF de la operación por concepto de servicios prestados en la aduana. La recaudación de dicha tasa es dividida en 0,5% dirigido a la Tesorería Nacional y 0,5% al Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT).

II.4.4. 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 oficial del SENIAT:

http://www.seniata.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENIDO_SENIAT/03TRIBUTOS y para consultar la Gaceta Oficial visitar: http://www.snc.gob.ve/document/go_ut90.pdf

II.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.

II.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

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

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 Kg. (tarifa)	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

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\$.

- ✓ **Régimen Tarifario de Servicios Portuarios:**

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

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

Posteriormente, el 6 de junio de 2011, fue publicada en la [Gaceta Oficial N° 39.689](#) la resolución que establece el “Régimen Tarifario de Los Servicios Portuarios” al cual estarán sujetos los servicios prestados a buques y cargas en los puertos públicos administrados por el Estado, en el mismo, se contemplan las nuevas tasas a pagar, a partir del 26 de junio de 2011, así como la forma de pago de las tasas portuarias, las cuales en concordancia con los estándares internacionales, están establecidas en dólares estadounidenses y cuya cancelación se deberá realizar en moneda nacional al tipo de cambio fijado por el Banco Central de Venezuela de 4.30BsF 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

II.5. BARRERAS PARA - ARANCELARIAS

II.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 4,30BsF 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.

Además, según las opiniones calificadas de importadores de alimentos, se está dando prioridad al otorgamiento de CNP para productos alimenticios en presentaciones para uso industrial, en especial para aquellos productos que vayan a ser insertados en un proceso productivo o de transformación.

- ✓ **El Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP)** -Ver Anexo I: Requisitos para emisión de Certificados de No Producción en Venezuela- es un documento 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 y formas de pago disponibles en Venezuela, consultar a la Oficina Comercial de ProChile: venezuela.caracas@prochile.gob.cl.

II.5.2. 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 de 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: Laboratorios gubernamentales autorizados para efectuar análisis físico químicos de alimentos y licores. También, para consultar los precios de servicios vigentes del INHRR visite: http://www.inhrr.gob.ve/rc/pdf/precios_rc_39819.pdf

III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

III.1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

III.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.

III.1.2. Certificado Sanitario de País de Origen:

Los edulcorantes que se clasifiquen por la partida 2106.90.60.00, están sujetos al Régimen Legal N° 5 del Arancel de Aduanas venezolano. 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.

Los edulcorantes clasificados en las demás partidas arancelarias objeto del presente Perfil de Mercado, no indica el arancel de aduanas que deba cumplir con este régimen legal.

III.1.3. Certificado Fitosanitario del País de Origen:

La importación de productos edulcorantes clasificados en la partida 1702.50.00.00, 2106.90.60.00 y 2106.90.90.90 está sujeta a las disposiciones legales contenidas en la Resolución N° 113 del 12 de noviembre de 2002, la cual expresa que toda importación de vegetales, productos y subproductos deberá ingresar al país amparada por el respectivo Certificado Fitosanitario del país de origen, el cual debe tener fecha posterior al Permiso Fitosanitario de importación emitido por el 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.

III.1.4. Permiso del Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS):

Los productos clasificados por la partida 2106.90.90.90, requieren de un permiso de importación expedido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud, contemplado en el Régimen Legal N°: 3 del Arancel de Aduanas de Venezuela. Se hace presente que el permiso y registro sanitario son documentos diferentes. Usualmente en Venezuela los Permisos Sanitarios se requieren para productos frescos sin proceso de manufactura, quizás al ser una partida arancelaria de amplio espectro, aparece este régimen legal, sin embargo, es probable que este requisito no sea solicitado para edulcorantes en presentaciones retail (nota consultar a la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela para referencias de asesores en materia sanitaria que se encuentran a disposición).

III.1.5. 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 los edulcorantes clasificados en la partida 2106.90.60.00, sin embargo, se sugiere consultarlo a la Oficina Comercial para el caso de los edulcorantes cuya clasificación se encuentre en otras partidas diferentes a ésta.

Ver Anexo III: Trámites para el registro sanitario de alimentos en Venezuela - MPPS

III.1.6. Rotulado y Etiquetado de Alimentos:

✓ Ley de INDEPABIS:

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)

✓ **Norma General para el Rotulado de Alimentos - COVENIN:**

El Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos (SENCAMER) es una institución pública adscrita al Ministerio del Poder Popular para el Comercio, que a través de la Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN), encargada de planificar y coordinar las actividades de normalización y calidad en Venezuela. Para fines de este caso de estudio, está en vigencia la Norma COVENIN 2952, a través de la cual se establecen los requerimientos que deben cumplir las etiquetas de productos alimenticios envasados nacionales e importados, dirigidos al consumo humano.

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

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

El acceso a la Norma, se encuentra disponible en: <http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/2952-01.pdf>

Por otra parte, de acuerdo a la investigación efectuada, no existen normas de calidad específicas atribuibles a los edulcorantes u otros sustitutos de la azúcar.

✓ Por último, dentro de la legislación venezolana se encuentra “El Reglamento General de Alimentos” a través del cual se establecen en líneas generales las disposiciones legales a las cuales está sujeto los productos alimenticios, así como de las disposiciones complementarias expresadas en las “Normas Complementarias del Reglamento de Alimentos”.

Para consultar el Reglamento General de Alimentos puede ingresar en: <http://legal.com.ve/leyes/C365.pdf>.

Asimismo, para conocer las Normas Complementarias del Reglamento de Alimentos puede consultar:

<http://sitesolution.com.ve/site/reglamentos.php?padre=79104>

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

III.2.1. Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS):

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; msdsdha@hotmail.com
Teléfono móvil: 58416-614-0718
- ✓ 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; 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.

III.2.2. 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, Edo. Distrito Capital, Caracas - Venezuela.

Teléfonos: 58212-577-0257

Website: www.minpal.gob.ve

III.2.3. Registro de marca - Servicio Autónomo 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

Website: www.sapi.gob.ve

Contactos:

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

Ver Anexo IV: Trámites para el registro de marcas Venezuela.

III.2.4. Normas de Calidad COVENIN - Fondo para la Normalización y Certificación 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

Contacto:

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

III.2.5. Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel (INHRR) - Análisis de Muestras para Registros Sanitarios:

Dirección: Piso 3 de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Ubicado detrás del hospital Clínico. Los Chaguaramos, Distrito Capital, Caracas - Venezuela.

Teléfonos: 58-212-219-1733 / 1698 / 1734 fax: 58212-215-1768

Website: <http://www.inhrr.gob.ve/index.html>

Contacto:

- ✓ Dra. María Fernanda Correa - Presidenta
Correo-e: mcorrea@inhrr.gob.ve
Teléfono: 58212-219-1761 / 1762
- ✓ Dra. María Teresa Ibarz - Gerente Sectorial de Registro y Control:

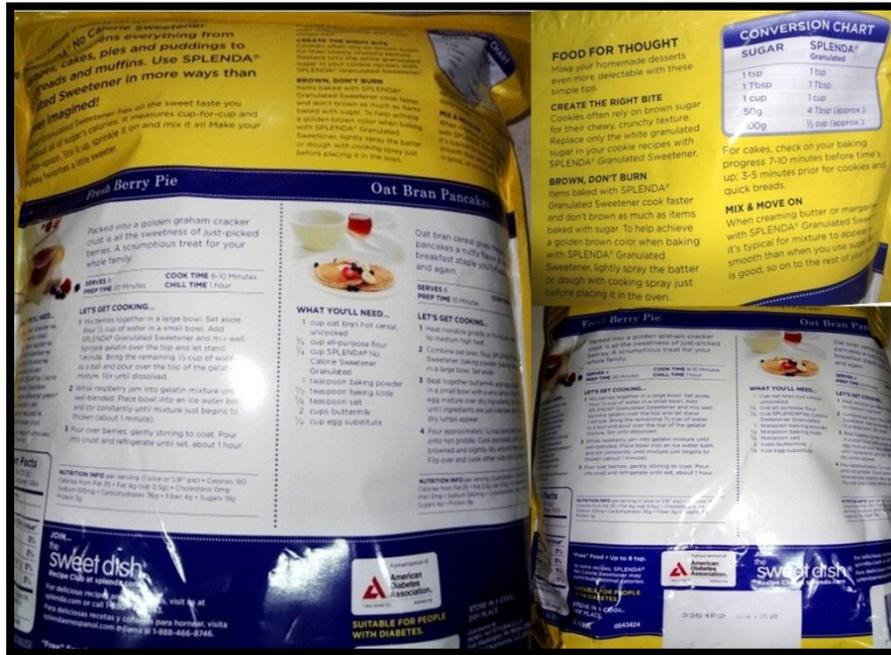
Correo-e: mibarz@inhrr.gob.ve

Teléfono: 58212-217-1663 / 1762

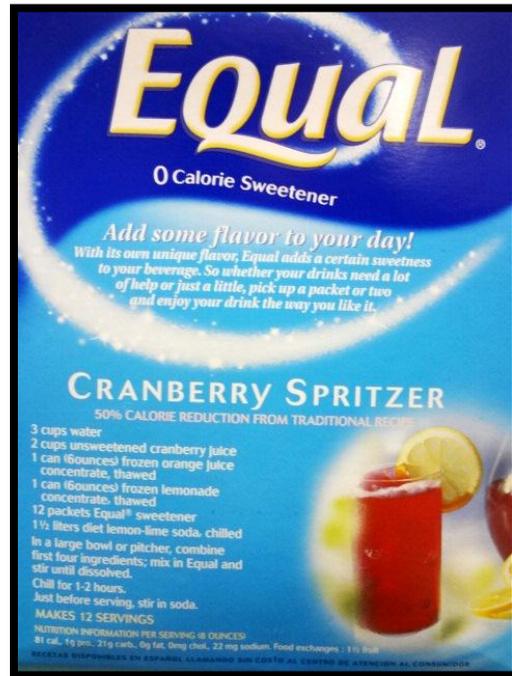
III.3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

III.3.1. Edulcorantes marca Splenda:











III.3.3. Edulcorantes marca Hermetetas:



III.3.4. Edulcorantes marca Le Zuc:





Le Zuc
Vive Dulce, Vive Natural

Le Zuc cuida tu salud

Le Zuc es el único endulzante recomendado por los expertos en salud



Recomendado y avalado por el Colegio de Nutricionistas y Dietistas de Venezuela

Usos de Le Zuc

- Le Zuc puede ser utilizado para endulzar cualquier bebida o comida que requiera un endulzante.
- Se puede cocinar con Le Zuc ya que no pierde sus propiedades a bajas o altas temperaturas.
- Le Zuc es apto para personas de cualquier edad incluyendo niños, personas de la tercera edad, hipertensos y diabéticos.

Le Zuc
Vive Dulce, Vive Natural

INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Tamaño de la porción: 0,8g
Porciones por Empaque: 100

CONTENIDO ENERGÉTICO POR PORCIÓN
0 kJ (0 kcal)

	% valores diarios*
Calorías	0%
Grasas Totales	0%
Grasas Saturadas	0%
Grasas	0%
Colesterol	0%
Sodio	0%
Proteína	0%
Fibra	0%
Carbohidratos Totales	0%

* Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2.000 calorías

Ingredientes:
Extracto de Stevia Rebaudiana y Maltodextrina (Extracto de maíz)

Apto para Diabéticos

1 Sobre de Le Zuc = Anzúcar



Un sobre de Le Zuc endulza igual a dos cucharaditas de azúcar

- Sin Químicos - Sin Sacarina
- Sin Aspartamo - Sin Sulfatos

Le Zuc
Vive Dulce, Vive Natural

No altera el sabor de las bebidas o comidas

Pienso en tu salud y endulzo con Le Zuc

Sabías que...

- Le Zuc está hecho con **Stevia**, un pequeño arbusto del que se extrae una sustancia dulce que no aporta calorías y **NO** contiene químicos.
- Le Zuc se destaca por tener un sabor muy parecido al azúcar y sabe diferente a otros endulzantes porque tiene un proceso de extracción libre de químicos.

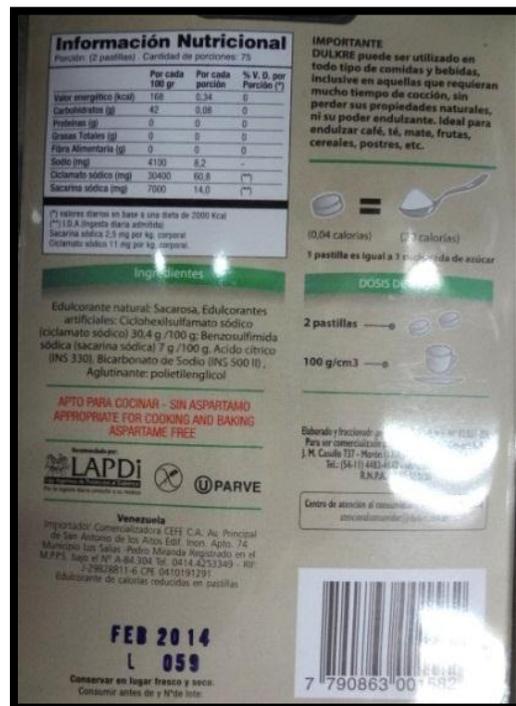
web: www.lezuc.com email: info@lezuc.com

III.3.5. Edulcorantes marca Now:



III.3.6. Edulcorantes marca Dulkre:





III.3.7. Edulcorantes marca Truvia:



Honestly Sweet®

One packet of Truvia® natural sweetener provides the same sweetness as two teaspoons of sugar.

Discover more at truvia.com

Nature's Calorie-Free Sweetener
truvia

The Truvia® brand has strong environmental, economic, and social sustainability goals for bringing stevia from field to table.
Learn more at truvia.com

Nutrition Facts
Serving Size 1 packet (3.5g)
Servings Per Carton 40

Amount Per Serving	% Daily Value*
Calories 0	
Total Fat 0g	0%
Sodium 0mg	0%
Total Carbohydrate 3g	1%
Erythritol 3g	
Protein 0g	0%

Not a significant source of calories from fat, saturated fat, trans fat, cholesterol, dietary fiber, sugars, vitamin A, vitamin C, calcium and iron.
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.

Truvia® sweetener comes from nature: Sweet stevia leaves from the sweet leaf of the stevia plant, native to South America, Dried Stevia leaves are steeped in water, similar to making tea. This unlocks the best tasting part of the leaf which is then purified to provide a calorie-free sweet taste.

Erythritol is a natural sweetener, produced by a natural process, and is also found in fruits like grapes and pears.

Natural flavors complement the clean sweet taste of Truvia® natural sweetener.

See back panel for nutrition information.

III.3.8. Edulcorantes marca Santiveri:



III.3.9. Edulcorantes marca Santiveri:



IV. ESTADÍSTICAS DE LAS IMPORTACIONES

VENEZOLANAS REGISTRADAS EN EL PERÍODO 2009-2011

IV.1. PRODUCTOS DE LA PARTIDA 1702.50.00.00: FRUCTOSA QUÍMICAMENTE PURA:

IV.1.1. Año 2009:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Estados Unidos	746.942,24	1.182.751,58	57,67%
2	España	49.156,58	508.967,34	24,82%
3	Colombia	95.950,00	147.372,00	7,19%
4	Israel	61.536,00	116.600,00	5,69%
5	Países Bajos (Holanda)	54.720,18	95.100,00	4,64%
6	Panamá	3,40	160,00	0,01%
Total		1.008.308,40	2.050.950,92	100%

Tabla 1: Partida 1702.50.00.00 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2009 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores porcentuales de las importaciones por país de origen - Partida 1702.50.00.00 (Enero - Diciembre de 2009)

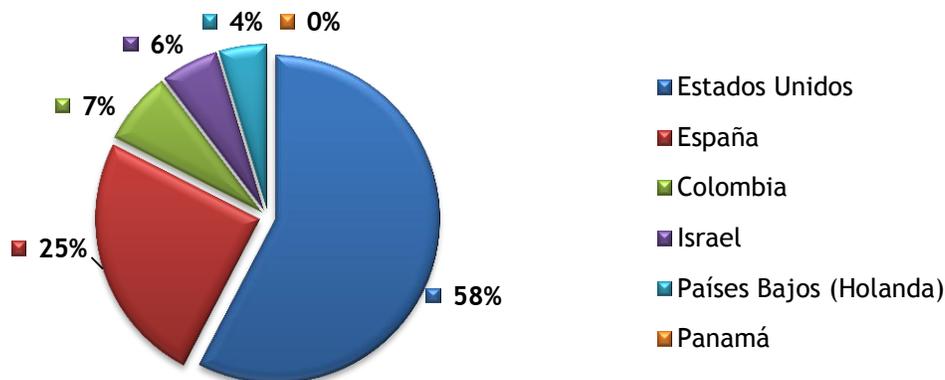


Figura 1: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2009 de productos clasificados por la partida 1702.50.00.00

El volumen total importado del producto 1702.50.00.00, fue de unas 1.000 toneladas y el valor FOB total fue de 2,050 millones de dólares estadounidenses, en el período enero - diciembre de 2009. Los países proveedores fueron: Colombia, España, Estados Unidos, Holanda, Israel y Panamá. El principal socio fue Estados Unidos, con un total de 1.182.751,58US\$ equivalentes al 58% del monto total FOB. Seguidamente, se posicionó España ocupando el segundo lugar con un 24, 8% y en tercer lugar figuró Colombia con un 7% del total importado. Los países restantes representaron sólo un 10.34% del total de las importaciones totales: Israel con un 5,69%, Holanda con un 4.64% y Panamá un 0.01%.

IV.1.2. Año 2010:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Estados Unidos	651.600,01	2.697.965,19	81,91%
2	España	23.544,56	190.122,14	5,77%
3	Israel	41.024,00	169.575,00	5,15%
4	Colombia	36.388,50	152.470,50	4,63%
5	China	18.720,00	83.772,00	2,54%
6	Panamá	1,20	2,60	0,00%
Total		771.278,27	3.293.907,43	100%

Tabla 2: Partida 1702.50.00.00 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2010 - Instituto Nacional de Estadística.

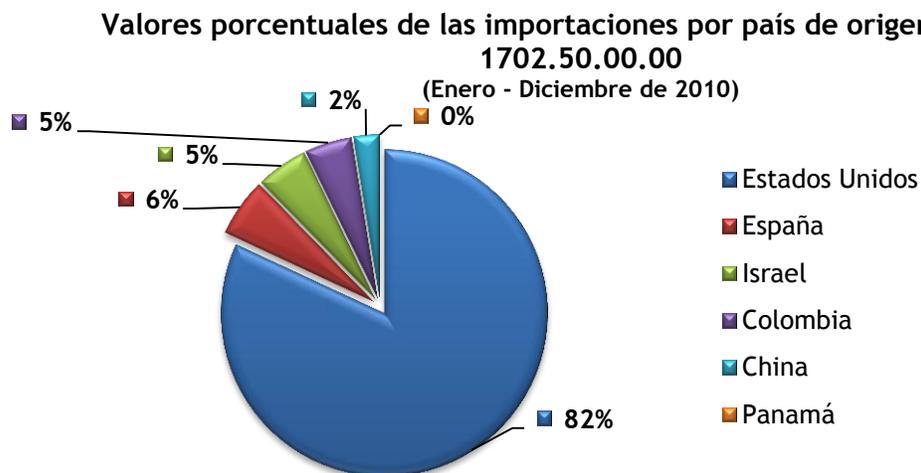


Figura 2: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2010 de productos clasificados por la partida 1702.50.00.00

Durante el año 2010, las importaciones totales del producto 1702.50.00.00 fueron de 771.278,27Kg., brutos traducidos en 3.293.907,43US\$ FOB. Estos datos, reflejan que en comparación al año anterior la cantidad de kilogramos brutos importados disminuyó en un 23.5%. Sin embargo, las cantidades FOB importadas en el 2010 fueron mayores en un 37.73%, es decir, 1.242.956,51US\$ más que las registradas en el 2009.

Del mismo modo, se mantuvo el total de 6 socios comerciales. En el 2012, Estados Unidos, continuó ocupando el primer lugar como país proveedor de fructosa químicamente pura, con un monto de 2.697.965,19US\$ traducidos en el 81.9% del total de las importaciones, que en comparación al 57.67% del 2009, incrementaron un 29.58%.

Por otra parte, al igual que Estados Unidos, con el 5.77%, España mantuvo su lugar como el segundo mayor proveedor. En el tercer lugar estuvo Israel con un 5.15%, Colombia pasó a ocupar el cuarto lugar con 4.63%. China, con el 2.54% del total de las importaciones, tomó el 5to lugar que en el año 2009 ocupaba Holanda y por último, Panamá ocupó el sexto lugar con un porcentaje de 0.001% de las importaciones totales, teniendo una participación menor en relación al 2009.

IV.1.3. Año 2011 (*) cifras provisionales:

Posición N°	Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Estados Unidos	261.921,00	575.402,00	62,11%
2	Israel	123.072,00	232.581,00	25,11%
3	España	28.019,00	71.434,00	7,71%
4	Colombia	30.600,00	46.950,00	5,07%
5	India	2,00	45,00	0,00%
Total		443.614,00	926.412,00	100%

Tabla 3: Partida 1702.50.00.00 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2011 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores porcentuales de las importaciones por país de origen - Partida 1702.50.00.00 (Enero- Diciembre de 2011)

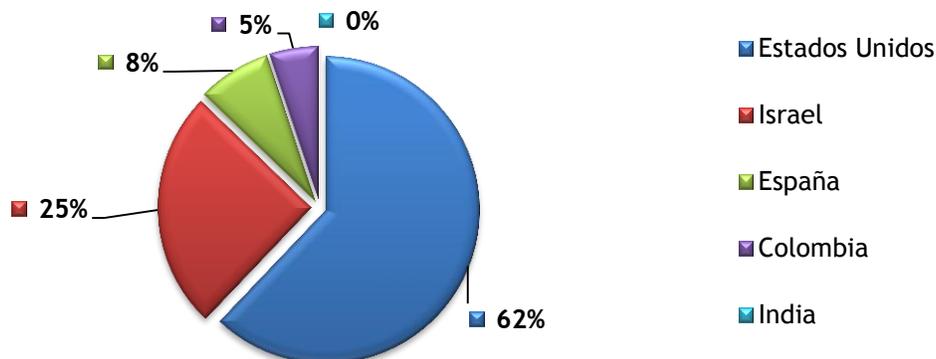


Figura 3: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2011 de productos clasificados por la partida 1702.50.00.00

Según el Instituto Nacional de Estadísticas en Venezuela, las importaciones totales registradas de la partida 1702.50.00.00, durante el año 2011, fueron de 443.614,00kg., brutos equivalentes a 926.412,00US\$. En líneas generales las importaciones de fructosa químicamente pura disminuyeron en comparación con las del año 2010 y 2009. Con respecto al 2010, el volumen total importado durante el 2011 redujo en un 42.48% y la cantidad FOB total en un 71,87% y tomando en cuenta los datos del 2009, en el 2011 aminoró en un 56% el volumen y en un 54.43% el valor FOB, de las importaciones totales.

En relación a los proveedores internacionales, Estados Unidos permaneció siendo el principal país suplidor del producto con el 62,11% traducido en 575.402,00US\$, Israel ascendió al segundo lugar con un 25,11%, España pasó a ocupar el tercer lugar con un 7,71%. Por su parte, al igual que en el año 2010 Colombia se mantuvo en el cuarto lugar durante el 2011 con el 5,07% del total de importaciones y el último lugar lo tomó India con el 0.001%

IV.2. PRODUCTOS DE LA PARTIDA 2106.90.60.00: LAS DEMÁS MEZCLAS DE EDULCORANTES ARTIFICIALES CON SUSTANCIAS ALIMENTICIAS NO EXPRESADAS NI COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE.

IV.2.1. Año 2009:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Argentina	79.325,51	837.942,20	74,47%
2	Estados Unidos	13.065,79	114.774,47	10,20%
3	Italia	112.721,31	85.527,88	7,60%
4	Colombia	2.313,00	54.245,40	4,82%
5	Ecuador	4.305,60	16.626,24	1,48%
6	Brasil	2.411,40	15.918,00	1,41%
7	Panamá	53,2	89,4	0,01%
8	Barbados	1,7	13,84	0,00%
Total		214.197,51	1.125.137,43	100%

Tabla 4: Partida 2106.90.60.00 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2009 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores porcentuales de las importaciones por país de origen - Partida 2106.90.60.00 (Enero - Diciembre de 2009)

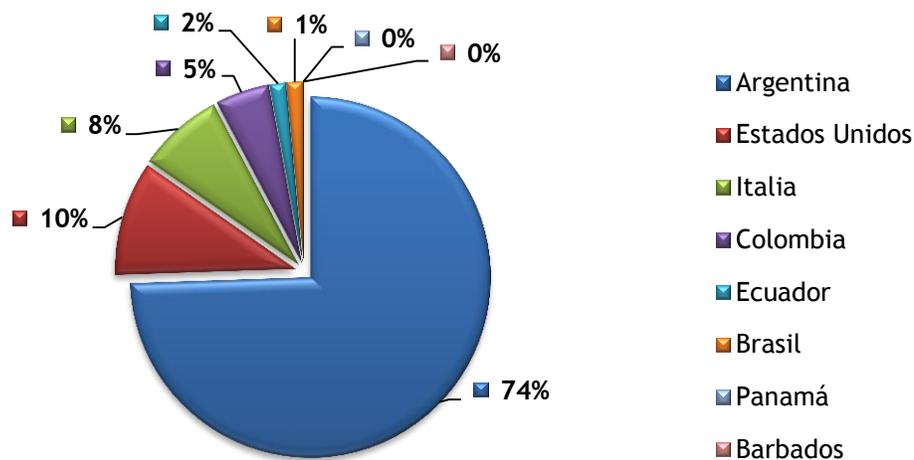


Figura 4: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2009 de productos clasificados por la partida 2106.90.60.00

En el año 2009, las importaciones totales de la partida 2106.90.60.00, fueron de 214 mil toneladas equivalentes a 1.125.137,43US\$ FOB., importados desde: Argentina, Barbados, Brasil, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, Italia y Panamá.

En la **Tabla 4** y **Figura 4**, se puede observar que el principal país proveedor de las demás mezclas de edulcorantes artificiales con sustancias alimenticias fue Argentina con el 74,47% (837.9mil US\$), el segundo país mayor proveedor durante el año fue Estados Unidos con el 10,20% (114.7mil US\$) e Italia en el tercer lugar con el 7,60% (85.5mil US\$).

IV.2.2. Año 2010:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Argentina	145.346,98	2.095.907,85	84,76%
2	Estados Unidos	28.095,77	190.601,20	7,71%
3	Colombia	11.204,56	145.533,60	5,89%
4	Italia	25.095,34	23.399,71	0,95%
5	Suiza	5.308,98	17.452,80	0,71%
6	Barbados	0,50	1,00	0,00%
7	Panamá	5,70	1,00	0,00%
Total		215.057,83	2.472.897,16	100%

Tabla 5: Partida 2106.90.60.00 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2010 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores porcentuales de las importaciones por país de Origen - Partida 2106.90.60.00 (Enero - Diciembre de 2010)

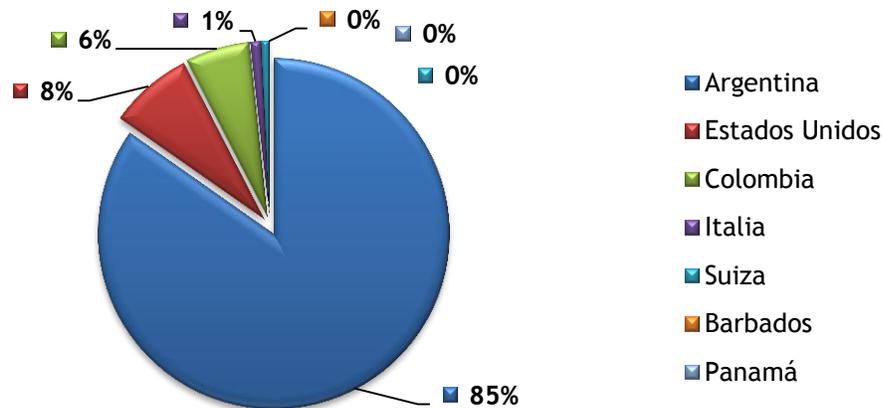


Figura 5: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2010 de productos clasificados por la partida 2106.90.60.00

Durante el año 2010, las importaciones totales de la partida 2106.90.60.00 fueron equivalentes a los 2.472.897,16US\$ cuyo monto aumentó un 54.5% (1.347.749,73US\$ más) en comparación a los registrados durante el 2009, por su parte los volúmenes totales sólo aumentaron en un 0.4%.

El principal proveedor del producto, al igual que en el año 2009, fue Argentina con un 84,76% que en comparación al año anterior aumento un 12.14% su participación en la comercialización del producto. Por otra parte, Estados Unidos también mantuvo el segundo lugar con el 7,71% de las importaciones totales y Colombia subió al tercer lugar con el 5,89% dejando a Italia en el cuarto lugar. El total de países abastecedores fue menor en comparación con el año anterior de un total de 8 proveedores registrados en el 2009 sólo 6 fueron los suplidores del productos entrando Suiza a la lista en el quinto lugar.

IV.2.3. Año 2011 (*) cifras provisionales:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Argentina	51.054,00	669.452,00	62,42%
2	Colombia	23.346,00	348.438,00	32,49%
3	Estados Unidos	8.913,00	50.843,00	4,74%
4	Brasil	302,00	2.335,00	0,22%
5	Panamá	41,00	1.421,00	0,13%
Total		83.656,00	1.072.489,00	100%

Tabla 6: Partida 2106.90.60.00 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2011 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores porcentuales de las importaciones por país de origen - Partida 2106.90.60.00 (Enero-Diciembre de 2011)

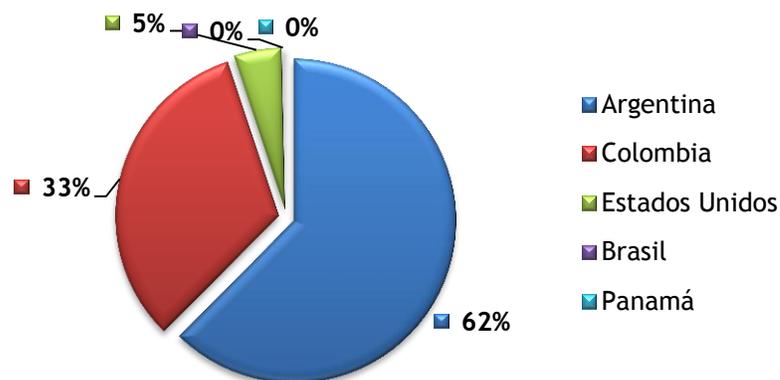


Figura 6: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2011 de productos clasificados por la partida 2106.90.60.00

En el año 2011, fueron importadas 83 toneladas equivalentes a 1.07 mill., de US\$ que en comparación al año 2009, disminuyeron en un 60,94% las cantidades totales importadas y en un 4.67% las importaciones en cifras FOB., tomando como referencia las cifras registradas en el año 2010, los volúmenes totales importados en el 2011 disminuyeron en un 61.1% y los valores FOB totales importados disminuyeron en un 56.6%.

En lo que respecta a países proveedores, Argentina ocupó el primer lugar nuevamente, con el 62,42% del total de las importaciones, traduciéndose en un 26.35% menos en relación al año 2010. Colombia, pasó a ocupar el segundo lugar con el 32,49% y Estados Unidos descendió al tercer lugar con el 4,74% de las importaciones. A diferencia de los 6 países registrados en el año 2010, sólo fueron un total de 5 países los suplidores del producto 2106.90.60.00., en el 2011.

IV.3. PRODUCTOS DE LA PARTIDA 2106.90.90.90: LAS DEMÁS PREPARACIONES ALIMENTICIAS NO EXPRESADAS NI COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE.

IV.3.1. Año 2009:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Colombia	6.053.126,88	14.741.985,17	27,0437%
2	Estados Unidos	2.598.454,83	14.159.822,17	25,9758%
3	Países Bajos (Holanda)	1.980.870,94	11.371.250,76	20,8602%
4	México	1.673.948,64	8.177.005,90	15,0005%
5	Bélgica	679.154,21	974.539,98	1,7878%
6	Nueva Zelanda	85.336,40	776.098,02	1,4237%
7	Argentina	102.696,86	775.386,78	1,4224%
8	Brasil	455.542,82	693.552,96	1,2723%
9	Irlanda	175.687,00	626.365,20	1,1490%
10	Italia	360.099,94	528.598,77	0,9697%
11	Alemania	101.581,95	523.296,60	0,9600%
12	España	78.103,63	495.808,84	0,9095%
13	Japón	38.657,00	344.444,00	0,6319%
14	Perú	22.891,00	59.202,50	0,1086%
15	India	9.067,80	49.770,00	0,0913%
16	Gran Bretaña	6.386,09	48.784,30	0,0895%
17	Suiza	5.916,60	40.801,20	0,0748%
18	Ecuador	33.991,45	36.350,59	0,0667%
19	Líbano	38.968,50	27.235,00	0,0500%
20	Chile	5.970,46	22.308,61	0,0409%
21	Dinamarca	5.317,00	21.121,16	0,0387%
22	Francia	12.320,00	15.008,71	0,0275%
23	Panamá	314,86	1.738,59	0,0032%
24	Canadá	12,00	945,00	0,0017%
25	Barbados	21,10	110,00	0,0002%
26	Puerto Rico	19,50	75,71	0,0001%
27	Costa Rica	4,22	35,00	0,0001%
Total		14.524.461,68	54.511.641,52	100%

Tabla 7: Partida 2106.90.90.90 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2009 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores porcentuales de las importaciones por país de origen - Partida 2106.90.90.90 (Enero-Diciembre de 2009)

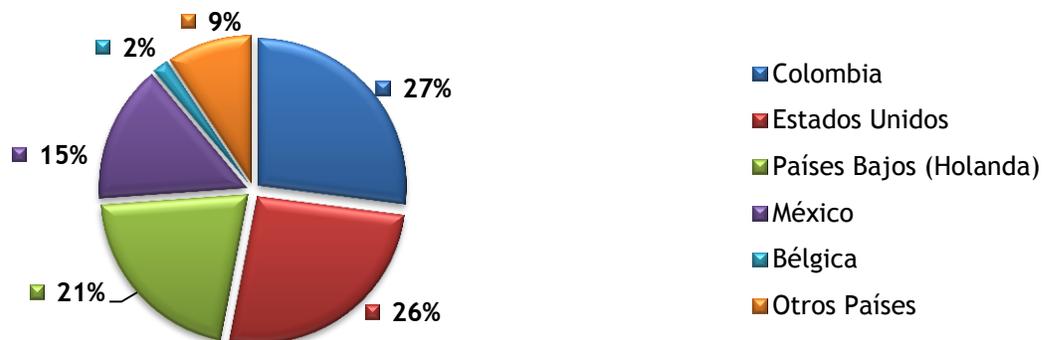


Figura 7: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2009 de productos clasificados por la partida 2106.90.90.90

El total de las importaciones FOB, de la partida 2106.90.90.90 fue de 54.511 millones de dólares en el año 2009. Hubo un total de 27 países proveedores, de los cuales Colombia tuvo una participación del 27% (14,74 millones de US\$) del total de las importaciones ocupando el primer lugar. En segundo lugar estuvo Estados Unidos con el 26% y en tercer lugar Holanda con un 21%, seguida de México con el 15% y Bélgica con el 9%. Dentro de los países suplidores, Chile ocupó el veinteavo lugar con una participación de 0.04% equivalente a 21.1 miles de US\$.

También, abastecieron a Venezuela del producto 2106.90.90.90 países como: Brasil, India, Argentina, Puerto Rico, España, Japón, Suiza y Alemania.

IV.3.2. Año 2010:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Estados Unidos	1.436.921,13	7.226.965,58	28,9593%
2	México	1.120.214,63	5.861.000,22	23,4857%
3	Holanda	778.059,47	5.613.573,98	22,4942%
4	Colombia	450.782,50	2.104.229,04	8,4319%
5	Brasil	647.687,59	963.326,18	3,8602%
6	Irlanda	208.635,30	743.830,20	2,9806%
7	Argentina	28.025,13	648.924,93	2,6003%
8	Bélgica	370.050,60	645.221,85	2,5855%
9	Alemania	109.168,95	316.005,76	1,2663%
10	Italia	12.854,03	192.315,80	0,7706%
11	Perú	32.159,00	187.548,76	0,7515%
12	España	48.086,07	160.481,10	0,6431%
13	Chile	46.741,73	144.515,07	0,5791%
14	India	4.869,97	50.020,00	0,2004%
15	Líbano	65.862,20	46.419,00	0,1860%
16	Francia	12.432,14	19.892,78	0,0797%
17	Dinamarca	4.282,00	16.498,49	0,0661%
18	Panamá	1.939,37	8.344,81	0,0334%
19	Uruguay	785,00	6.142,50	0,0246%
20	Barbados	114,50	297,68	0,0012%
21	Puerto Rico	0,05	79,11	0,0003%
22	Reino Unido	0,50	0,80	0,0000%
Total		5.379.671,86	24.955.633,64	100%

Tabla 8: Partida 2106.90.90.90 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2010 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores porcentuales de las importaciones por país de origen - Partida
2106.90.90.90
(Enero-Diciembre de 2010)

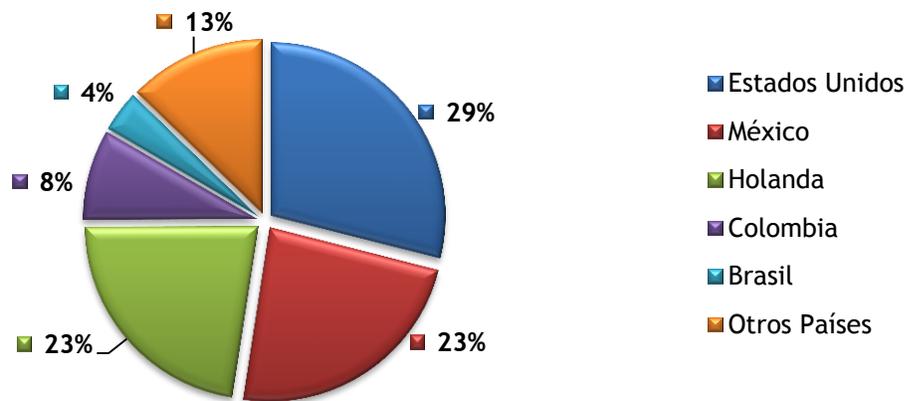


Figura 8: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2010 de productos clasificados por la partida 2106.90.90.90

En el año 2010 las importaciones totales registradas fueron de 24.95 millones de dólares estadounidenses que en comparación al año anterior disminuyeron en un 54.21%, es decir fueron 29.55 millones de US\$ menos.

Los proveedores totales fueron de 22 países, de los cuales el primer lugar lo ocupó Estados Unidos con el 28.95% (1.43 mill., de US\$) del total de las importaciones. Luego figuró México pasó a ocupar el segundo lugar con el 23.48% reemplazando a el lugar que ocupó Estados Unidos en el 2010. Seguidamente se posicionó Holanda con el 22% en el tercer lugar, Colombia en el cuarto lugar con el 8% y en el quinto lugar Brasil con el 3.8% tomando el lugar que ocupó Bélgica en el 2009. Chile por su parte subió al puesto número 13 con un total de 144.515,07US\$ equivalentes al 0.57% del total de las importaciones registradas en el 2010.

IV.3.3 Año 2011 (*) cifras provisionales:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Holanda	1.521.451,00	11.838.860,00	59,7540%
2	México	508.751,00	2.622.092,00	13,2344%
3	Estados Unidos	175.644,00	1.695.658,00	8,5585%
4	Colombia	144.301,00	1.331.335,00	6,7196%
5	Brasil	768.152,00	1.131.674,00	5,7119%
6	Argentina	36.771,00	652.387,00	3,2928%
7	España	40.787,00	139.312,00	0,7031%
8	Italia	6.792,00	101.925,00	0,5144%
9	Austria	4.707,00	98.186,00	0,4956%
10	Suiza	5.827,00	97.072,00	0,4899%
11	Samoa Americana	588,00	41.730,00	0,2106%
12	Dinamarca	7.344,00	41.319,00	0,2085%
13	Líbano	22.143,00	13.054,00	0,0659%
14	Panamá	1.481,00	6.776,00	0,0342%
15	República Árabe de Siria	1.718,00	950,00	0,0048%
16	Chile	30,00	299,00	0,0015%
17	Nicaragua	12,00	11,00	0,0001%
18	Barbados	34,00	11,00	0,0001%
Total		3.246.533,00	19.812.651,00	100%

Tabla 9: Partida 2106.90.90.90 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2011 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores porcentuales de las importaciones por país de origen - Partida 2106.90.90.90 (Enero-Diciembre de 2011)

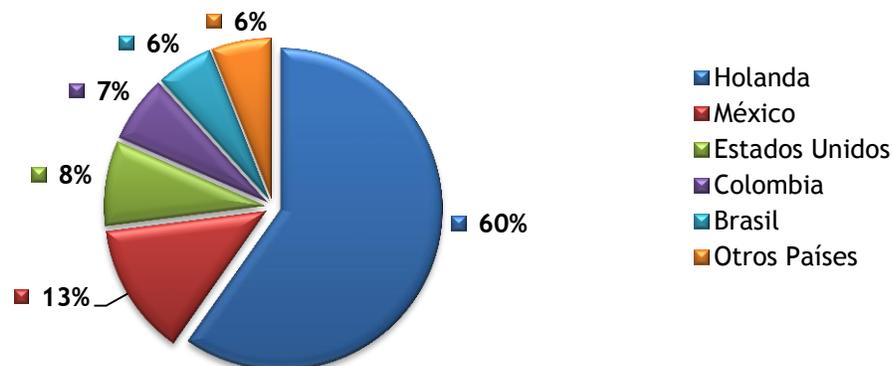


Figura 9: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2011 de productos clasificados por la partida 2106.90.90.90

En el año 2011, las importaciones totales disminuyeron en con respecto a las dadas en el año 2009 y 2010. Respecto al 2010, hubo un descenso de un 20.60% mientras que en comparación con las cifras registradas durante el 2009 la diferencia porcentual fue de -63.65%. Lo que se traduce en un total de 19.812.651US\$ totales importados en el 2011 de la partida 2106.90.90.90.

También, se redujo el número total de países proveedores con respecto a los que comercializaron en los 2 años anteriores, fueron 18 países en total, de los cuales Holanda pasó a ocupar el primer lugar con el 59.75%. Al igual que en el año anterior México figuró en el segundo lugar con el 13.23%, Estados Unidos tomó el tercero con el 8.55%, Colombia se mantuvo en el cuarto con el 6.71% y Brasil continuó en el quinto con el 5.71%.

Por otra parte, Chile con un total de 299US\$ participó con el 0.0015% del total de importaciones registradas durante el 2011.

Nota: Debido a que las partidas 2106.90.90.90 comprende las demás de las demás preparaciones no comprendidas ni expresadas en otra parte del Arancel de Aduanas, no sólo productos edulcorantes se registran en la cifras importadas en este producto. Existen otros rubros contenidos dentro de las cifras anteriormente presentadas, por lo que no se puede tomar como información específica de edulcorantes u otros tipos de sustitutos de la azúcar.

IV.4. PRODUCTOS DE LA PARTIDA 3824.90.99.90: LOS DEMÁS PRODUCTOS QUÍMICOS Y PREPARACIONES DE LA INDUSTRIA QUÍMICA O DE LAS INDUSTRIAS CONEXAS (INCLUIDAS LAS MEZCLAS DE PRODUCTOS NATURALES), NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE.

IV.4.1. Año 2009:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Brasil	2.426.491,41	22.905.470,91	56,7677%
2	Estados Unidos	2.489.051,00	6.997.007,23	17,3410%
3	Colombia	3.805.564,40	2.429.246,93	6,0205%
4	Argentina	2.179.157,41	1.753.281,02	4,3452%
5	Alemania	411.769,05	1.256.910,02	3,1151%
6	Francia	83.726,89	922.229,51	2,2856%
7	Gran Bretaña	265.646,24	910.281,35	2,2560%
8	México	198.673,41	606.163,41	1,5023%
9	China	251.367,09	503.884,21	1,2488%
10	Chile	89.377,07	367.941,00	0,9119%
11	Japón	6.697,65	347.061,90	0,8601%
12	Dinamarca	58.389,00	277.907,85	0,6888%
13	España	23.040,83	266.638,87	0,6608%
14	Tailandia	19.554,00	228.306,35	0,5658%
15	Italia	43.703,61	159.177,83	0,3945%
16	Taiwán	35.400,00	69.544,80	0,1724%
17	Bélgica	24.761,46	66.140,33	0,1639%
18	Panamá	12.620,11	62.128,59	0,1540%
19	Suiza	1.857,24	57.933,62	0,1436%
20	Singapur	21.165,00	49.481,80	0,1226%
21	Malasia	31.520,00	34.560,00	0,0857%
22	Canadá	6.566,13	32.706,88	0,0811%
23	Hong Kong	3.917,45	20.237,22	0,0502%
24	Países Bajos (Holanda)	8.851,55	17.370,22	0,0430%
25	India	20.944,00	6.473,08	0,0160%
26	Austria	202,31	695,98	0,0017%
27	Corea del Sur	16,18	504	0,0012%
28	Antillas Holandesas	80,55	192,42	0,0005%
30	URSS	0,66	0,95	0,0000%
Total		12.520.111,70	40.349.478,28	100%

Tabla 10: Partida 3824.90.99.90 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2009 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores porcentuales de las importaciones por país de origen - Partida 3824.90.99.90 (Enero - Diciembre de 2009)

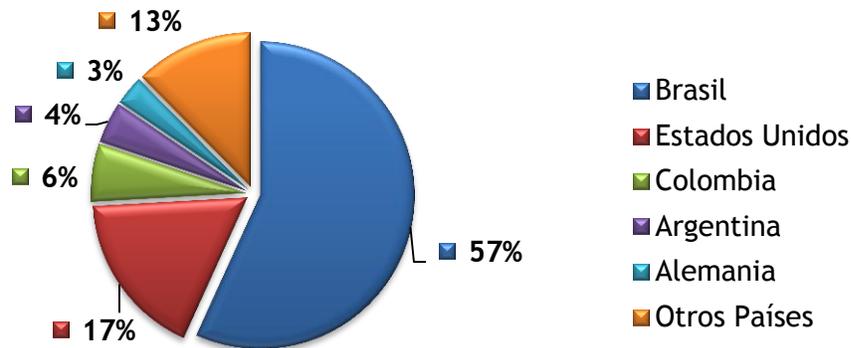


Figura 10: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2009 de productos clasificados por la partida 3824.90.99.90

Durante el período de enero - diciembre del año 2009, se importaron 12.520 toneladas de productos clasificados por la partida 3824.90.99.90, las cuales representaron un valor total de 40.349.478,28 US\$, que se comercializaron con un total de treinta (30) países suplidores.

Brasil como principal abastecedor tuvo una participación del 56.7% del total importado, Estados Unidos con el 17.3% figuró en el segundo lugar seguidamente se posicionó Colombia con el 6%, en el cuarto lugar Argentina con el 4.3% y Alemania en la quinta posición con el 3.1%. Finalmente, en lo que respecta a Chile, fue el décimo país proveedor del producto con el 0.90% (367.941US\$) del total importado.

IV.4.2. Año 2010:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Brasil	1.916.777,53	22.813.594,22	62,5244%
2	Estados Unidos	1.850.513,27	5.193.206,40	14,2328%
3	Alemania	664.551,25	1.921.469,20	5,2661%
4	México	285.148,98	1.142.112,13	3,1301%
5	Colombia	999.044,29	1.016.056,27	2,7847%
6	Dinamarca	141.435,00	572.134,94	1,5680%
7	Reino Unido	146.174,29	512.366,22	1,4042%
8	Francia	41.399,82	493.742,18	1,3532%
9	España	55.694,98	420.721,82	1,1531%
10	Italia	128.999,21	380.319,27	1,0423%
11	Japón	5.938,82	263.725,59	0,7228%
12	Canadá	268.686,05	242.664,39	0,6651%
13	Argentina	278.751,71	229.882,94	0,6300%
14	Suiza	122.782,95	227.553,65	0,6236%
15	China	59.063,87	193.632,74	0,5307%
16	Tailandia	13.760,00	154.486,66	0,4234%
17	República Islámica de Irán	67.728,00	149.264,00	0,4091%
18	Panamá	20.837,00	101.232,06	0,2774%
19	Suecia	127.365,00	98.498,63	0,2700%
20	Bélgica	25.211,36	76.227,11	0,2089%
21	Antillas Holandesas	16.560,00	76.196,23	0,2088%
22	India	61.143,00	52.583,92	0,1441%
23	Malasia	31.720,00	45.007,26	0,1233%
24	Costa Rica	525,00	29.000,00	0,0795%
25	Chile	5.791,49	22.058,70	0,0605%
26	Austria	4.240,03	20.161,63	0,0553%
27	Holanda	1.486,23	16.424,55	0,0450%
28	Taiwán, Provincia de China	7.140,00	12.322,50	0,0338%
29	Arabia Saudita	275,23	4.512,00	0,0124%
30	Federación Rusa	280,85	2.740,00	0,0075%
31	Emiratos Árabes Unidos	79,66	1.269,78	0,0035%
32	Singapur	2,56	1.139,00	0,0031%
33	Barbados	38,30	624,73	0,0017%
34	Curazao	0,37	294,92	0,0008%
35	Portugal	324,73	261,12	0,0007%
Total		7.349.470,83	36.487.486,76	100%

Tabla 11: Partida 3824.90.99.90 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2010 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores porcentuales de las importaciones por país de origen - Partida 3824.90.99.90 (Enero - Diciembre de 2010)

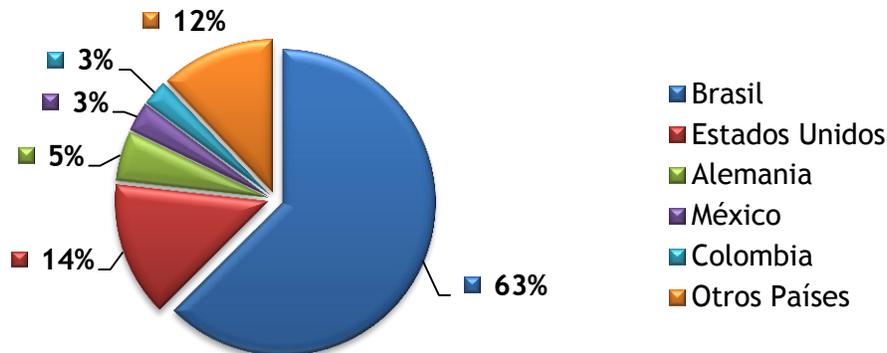


Figura 11: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2010 de productos clasificados por la partida 3824.90.99.90.

Un total de 7.349 toneladas de la partida 3824.90.99.90, fueron importadas durante el año 2010 que en comparación al año anterior disminuyeron en un 41.29%, sin embargo, el valor total importado durante el año 2010 fue de 36.487 millones de US\$ que en comparación con el año anterior sólo aminoró en un 9.57% es decir 3.861.991,52US\$ por debajo.

En relación a los países proveedores del producto, el número total aumentó a 35 naciones, dentro de las cuales Brasil continuó ocupando el primer lugar con el 62.52% del total de las importaciones aumentando un 10.21% las exportaciones del año 2010 en comparación al 2009. Asimismo, Estados Unidos mantuvo su posición, con el 14.23%, Alemania subió al tercer lugar con un 5.26%, México desplaza a Argentina como cuarto mayor suplidor con el 3.13% y finalmente Colombia baja a una quinta posición con el 2.78% del valor total importado.

Chile con el 0.06% (22.058,70US\$), disminuye las exportaciones y toma el veinticincoavo lugar como país proveedor, lo que se traduce en una diferencia de 94% es decir 345.882,3US\$ dólares menos que en el año 2009.

IV.4.3. Año 2011 (*) cifras provisionales:

Posición N°	Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	Participación en el Mercado (%)
1	Brasil	3.141.558	29.723.009	56,5535%
2	Estados Unidos	2.242.267	9.541.934	18,1553%
3	Francia	298.983	2.642.484	5,0278%
4	Alemania	371.899	2.396.489	4,5598%
5	Colombia	2.679.609	2.052.404	3,9051%
6	México	445.867	1.352.310	2,5730%
7	Argentina	1.586.413	1.266.684	2,4101%
8	Suiza	187.892	511.982	0,9741%
9	Reino Unido	146.785	485.262	0,9233%
10	Dinamarca	95.400	458.423	0,8722%
11	Italia	193.481	408.024	0,7763%
12	Tailandia	27.575	286.469	0,5451%
13	Canadá	268.343	269.778	0,5133%
14	Holanda	42.163	184.688	0,3514%
15	Bélgica	34.954	148.458	0,2825%
16	Costa Rica	4.352	144.000	0,2740%
17	China	22.722	116.831	0,2223%
18	República Islámica de Irán	33.864	90.592	0,1724%
19	Taiwán, Provincia de China	37.200	85.800	0,1633%
20	España	11.399	78.717	0,1498%
21	Malasia	32.360	75.226	0,1431%
22	Panamá	7.972	74.023	0,1408%
23	Japón	1.635	60.544	0,1152%
24	Antillas Holandesas	19.487	29.633	0,0564%
25	Curazao	6.659	26.938	0,0513%
26	Suecia	20.968	25.510	0,0485%
27	Albania	73	19.492	0,0371%
28	Grecia	36	806	0,0015%
29	Singapur	172	697	0,0013%
30	Emiratos Árabes Unidos	1	73	0,0001%
31	Israel	9	62	0,0001%
32	Hong Kong	1	11	0,0000%
33	India	21	5	0,0000%
34	República de Corea	11	3	0,0000%
35	Federación Rusa	0	2	0,0000%
	Total	11.962.131,00	52.557.363,00	100%

Tabla 12: Partida 3824.90.99.90 - Volumen y valor de las importaciones venezolanas por país de origen.

Fuente: Estadísticas de Importaciones Venezolanas. Año 2011 - Instituto Nacional de Estadística.

Valores de las importaciones por país de origen - Partida 3824.90.99.90
(Enero - Diciembre de 2011)

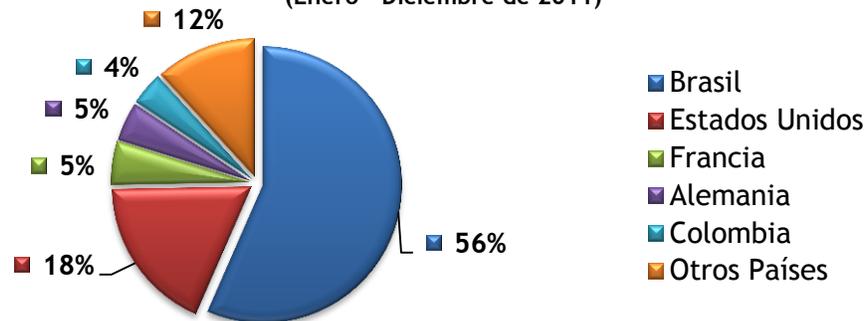


Figura 12: Representación gráfica de las importaciones registradas durante el año 2011 de productos clasificados por la partida 3824.90.99.90

En el año 2011, las importaciones del producto 3824.90.99.90, fue de 11.962.131Kg., brutos en volúmenes y de 52.557.363US\$ en valor total importado. En comparación a los dos años anteriores, las importaciones totales registradas durante el año 2011 fueron mayores, se registró un incremento de 44,04% (16.069 millones de US\$) respecto al año 2010 y un 30.25% (12.207 millones de US\$) en comparación al año 2009.

Brasil, continuó siendo el principal abastecedor del producto durante el 2011, con el 56.55% del valor total importado, Estados Unidos al igual que Brasil mantuvo el lugar como segundo país proveedor durante los tres años, registrando el 18.15% del total importado en el 2011. Por su parte, Francia con el 5.01% tomó el tercer lugar que ocupó Alemania en el año anterior, desplazándose éste último al cuarto lugar con el 4.55%, quedando en la quinta posición Colombia con el 3.90% del valor total importado.

Chile, a pesar de que tuvo participación como país suplidor del producto 3824.90.99.90 durante los dos años anteriormente estudiados, en el año 2011 no hubo importaciones de procedencia chilena de dicha partida.

Nota: Debido a que la partida 3824.90.99.90 comprende los demás productos químicos y preparaciones de la industria química o de las industrias conexas (incluidas las mezclas de productos naturales), no expresados ni comprendidos en otra parte, existen otros rubros contenidos dentro de las cifras anteriormente presentadas de la subpartida, por lo tanto no se puede tomar como información específica de edulcorantes u otros tipos de sustitutos de la azúcar.

Es importante destacar que la clasificación del producto va a depender del componente, materias prima o principio activo que tenga el edulcorante o sustituto del azúcar involucrado.

Elaboración propia de ProChile Caracas con cifras suministradas por el Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela (INE)

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

V.1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Los venezolanos se caracterizan, entre otros aspectos, por su afición a la buena imagen, el glamour y el uso de las últimas tendencias en lo que a moda se refiere. Es por esto, que en su cotidianidad mujeres y hombres venezolanos incorporan actividades y dietas que les permita cuidar de su salud y lucir figuras esbeltas.

Por otra parte, si bien a los venezolanos les gusta lucir atractivos, dentro de las costumbres alimenticias prevalece en un alto porcentaje el consumo de platos ricos en carbohidratos y azúcares, por lo cual, entre otras causas, existen personas con problemas de sobrepeso u obesidad, diabetes y otras patologías que además de afectar el equilibrio de su salud física son problemas que influyen también en el bienestar psicológico de la persona que lo padece.

La población estimada de Venezuela es de 28.833.845 de habitantes a lo largo y ancho del territorio nacional y según información suministrada de un importante grupo comercializador de edulcorantes en el mercado local, aproximadamente un 12% del total de la población sufre de diabetes u otro tipo de trastornos vinculados a la sobre producción o déficit de insulina. Según información oficial suministrada por la Organización Mundial de la Salud, aproximadamente un 30% de la población total del país, comprendida por personas mayores a los 15 años de edad, padece de problemas de sobrepeso.

La diabetes, como es sabido es una enfermedad que se presenta por trastornos en la producción de insulina (hormona responsable de mantener estables los valores de azúcar en el sistema sanguíneo de los seres humanos). En Venezuela, dos de los tres tipos de diabetes son los más comunes, la diabetes de tipo 1 “Diabetes Mellitus o Diabetes Insulino-dependiente” y la de tipo 2 “Diabetes no Insulino-dependiente”.

Según información suministrada por la Fundación de Amigos contra la Diabetes y la Sociedad Venezolana de Endocrinología y Metabolismo, cada vez es mayor el número de personas, sobretudo entre las edades de pre-adolescencia y niñez que acuden a los centros de salud para recibir tratamiento especial para la enfermedad.

Los pacientes que presentan cuadros diabéticos o presentan problemas de sobrepeso, además de ejercicios físicos, requieren de dietas especiales para controlar la ingesta de alimentos ricos en carbohidratos y azúcares, por lo cual necesitan disminuir el consumo de azúcar o en el caso de diabéticos erradicarlo. Es por ello que en su dieta diaria pueden incluir “edulcorantes” como una alternativa sana para consumir alimentos con sabores dulces sin agravar su salud, además de que pueden utilizarse en cualquier preparación sea sólida, líquida, fría o caliente que desee consumir en sus comidas diarias.

Aunado a la cultura de un “buen lucir” y a los problemas de diabetes y obesidad, podemos añadir, que actualmente existe la tendencia global del consumo de productos naturales y Venezuela no queda excluida de ello, por el contrario, cada vez es mayor el interés de los consumidores locales por productos naturales o también conocidos como productos verdes. Por ende, los edulcorantes que sean fabricados a base de Stevia, tienen un potencial adicional para su comercialización en el mercado local al ser fabricados por materias primas extraídas de la naturaleza, lo que crea mayor confianza en el consumidor.

Finalmente, se puede señalar que existen 5 valores principales esperados por un consumidor al momento de adquirir un producto alimenticio, los cuales son: el placer (lo sensación que provoca el producto, cargada de valores emocionales); la salud (los efectos benéficos y preventivos sobre la salud), la practicidad (eficacia de utilización y de adaptación a la vida moderna), la forma (aporte a su apariencia física o bienestar mental y psicológico) y la ética (atención hacia los ciudadanos y hacia el medioambiente). Según la XTC World Innovation -consultora orientada a las industrias, cadenas de distribución y prestadores de servicio que intervienen en la comercialización de nuevos productos alimenticios de consumo masivo- los consumidores latinoamericanos, posicionan al placer como el valor de carácter prioritario al consumir alimentos, en segundo lugar la salud y en el tercero la practicidad.

En tal sentido, esta información es de utilidad para que los fabricantes generen innovación en los productos edulcorantes, para darle a éstos características que se adecuen a los gustos y necesidades de los consumidores latinos. En particular, los consumidores venezolanos, en lo que alimentos se refiere, prefieren comprar productos que le generen la mayor satisfacción posible, en este caso los que “mejor sabor le proporcionen al momento de ingerir comidas y bebidas”.

De acuerdo con la información recopilada en las entrevistas de opinión calificada a relevantes actores del sector, se contó con la opinión de un biólogo experto en el mercado de edulcorantes venezolano, quien mencionó que la clave de un sabor dulce impecable en edulcorantes depende netamente de los componentes sobre los cuales se fabriquen. Para ello, explicó que el éxito de estos productos en nuestro mercado va a depender de los tratamientos y procesos tecnológicos que se apliquen en la fabricación de ellos. Los edulcorantes pueden ser artificiales o naturales. Entre los

edulcorantes artificiales de consumo más común se encuentran: el Aspartame, la Sacarina y la Sucralosa, mientras que de los edulcorantes naturales están: Fructosa, el Glicerol, hidrolizados de almidón, el Lactitol y la Estevia.

Además, mencionó que de acuerdo a las técnicas de cultivo de la planta de Estevia, se puede mejorar el “sabor metalizado” que tiene el steviósido, que se extrae para la fabricación de edulcorantes de manera que el producto final posea atributos atractivos al paladar. Es de vital importancia que las empresas chilenas oferentes de materia prima de Stevia apliquen técnicas de innovación dentro de sus procesos tecnológicos para producir edulcorantes con dulzores exquisitos - evitando el amargor- que satisfagan las necesidades de los consumidores, no sólo viéndolo desde el punto de vista del mercado venezolano, si no que en líneas globales pueden captar mercados potenciales a nivel mundial de culturas de consumo naturista, amantes del bienestar y del cuidado de la salud.

Existe en el mercado un especial interés en conocer la oferta exportable chilena de edulcorantes en base a Stevia, para comercializarlos bajo marca propia en el mercado venezolano así como también, revelaron que en futuras negociaciones el concepto de 0% arancel a las importaciones de alimentos sería un sustancioso beneficio.

En lo que a producción local respecta, existe un solo productor venezolano de edulcorantes, marca Hermesetas bajo licencia de Suiza, que actualmente representa el 12% del mercado, por ende el 78% restante de la demanda es cubierta por edulcorantes de origen importado, por lo cual, los productos de origen extranjero que cumplan con las características deseadas por los consumidores venezolanos, tienen oportunidades de captar amplios segmentos de mercado.

Con relación a negocios con Chile, existen oportunidades de mercado para este tipo de producto en formato granel (líquidos / granulados), tanto para las industrias de alimentos como del sector farmacéutico (cadenas farmacéuticas retail desean evaluar la inserción de edulcorantes de Chile dentro de su portafolio de productos). Por último, actores vinculados al sector, informaron que próximamente habrá escasez de edulcorantes marca Splenda en el mercado venezolano, al parecer por la imposibilidad del importador de adquirir divisas oficiales a través de CADIVI. Por consiguiente, esta puesto un escenario favorable en Venezuela para que edulcorantes de otras marcas puedan posicionarse con más fuerza en el mercado local.

V.1.1. Formas de consumo del producto:

Según información suministrada por el IMS el comportamiento del mercado local a diciembre de 2011 arrojó que el consumo de edulcorantes tiene una tendencia de:

- ✓ Un 70% de las ventas de edulcorantes es granulado en presentación sachets / sobres.
- ✓ Un 19% corresponde a tabletas con dispensador
- ✓ Un 11% de las ventas equivale a edulcorante granulado para uso de repostería.

Además, expresaron que las ventas de edulcorantes de presentaciones líquidas son escasas.

Por otra parte, expertos del mercado de edulcorantes en Venezuela entrevistados por la Oficina Comercial, afirman que el consumo de estos productos en Venezuela se comporta de la siguiente manera:

- ✓ El 65% de las ventas totales de edulcorantes corresponde a productos granulados en presentaciones de sachets o sobres.
- ✓ El 25% de las ventas concierne a las pastillas de edulcorantes en presentación de dispensadores.
- ✓ Aproximadamente entre un 7% u 8% se agrupan las ventas de edulcorantes granulados, la mayoría en presentaciones en recipientes plásticos.
- ✓ El 2% restante, corresponde a las ventas de edulcorantes líquidos.

V.1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación / comercialización del producto (ventas a través de Internet):

En Venezuela, no existen tiendas electrónicas específicamente dirigidas a la venta de edulcorantes, otros sustitutos del azúcar y/o alimentos para la salud. Sin embargo, “Supermercados Plaza’s” es una de las principales cadenas de supermercados que comercializa una amplia gama de productos alimenticios, la cual cuenta con sucursales en las ciudades de Caracas y Valencia. Dicha cadena, tiene el servicio de venta en línea de productos, los cuales son puestos a disponibilidad del consumidor a través del portal web <http://www.elplazas.com/>, en el cliente puede ingresar en la sección de “compra en línea” para adquirir sus productos.

V.1.3. Comentarios de los Importadores (entrevistas de qué motiva la selección de un producto o país de origen):

En primer lugar, dentro los puntos resaltantes en las entrevistas realizadas, los especialistas mencionaron el tema de la insuficiencia de producción nacional en líneas generales. Venezuela, es un país altamente importador, donde aproximadamente un 90% de los productos que se venden son de origen extranjero. Por ende, el mercado local presenta un escenario favorable para exportadores competentes que deseen introducir sus productos.

En segundo lugar, los expertos señalaron, que en relación a la promoción de productos, los comercializadores de edulcorantes en el país deben avocar sus estrategias de marketing para captar a la gran masa de consumidores de azúcar, ya que el gran competidor de los edulcorantes es el azúcar. Así como también, captar el mercado de los consumidores de productos light y ofrecer los edulcorantes como materia prima a la industria de fármacos (por ejemplo, para la fabricación de jarabes especiales y demás productos farmacéuticos para el consumo de diabéticos) y a industrias de alimentos funcionales.

Seguidamente, dentro de las intervenciones que se dieron en las entrevistas, los comercializadores locales de edulcorantes, explicaron que si bien el consumo de estos productos está orientado hacia una gran masa de la población venezolana, dependiendo de las marcas y precios pueden ser consumidos o no por la generalidad de la población.

En líneas más específicas, los edulcorantes con altos precios de venta retail, son comprados por consumidores de mayor nivel adquisitivo, lo que les permite comprar productos que tengan altos precios en comparación a los que pueden adquirir personas de menores o bajos poderes adquisitivos y que por dicha razón consideran un número limitado de productos como prioritarios para su consumo.

En el caso de los edulcorantes, si una persona con limitaciones en sus ingresos, no tiene necesidad prioritaria de consumir estos productos, tiene menores probabilidades de incluirlos dentro de sus insumos de consumo rutinario, ya que si, por ejemplo no padece de diabetes o de alguna otra condicional de salud de esta índole, la compra de edulcorantes representaría un lujo para su dieta diaria.

Sin embargo, todos los expertos que fueron entrevistados coincidieron en que los venezolanos, como consumidores tienen la característica particular de “pagar el precio que sea siempre que el alimento cumpla con el nivel de satisfacción deseado”. Por lo tanto, si los edulcorantes cumplen con las expectativas y necesidades de los consumidores, las personas estarán dispuestas a pagar precios relativos a la calidad ofrecida por el producto.

Además, una de las características más resaltantes en la sociedad venezolana es el consumismo, entre otras causas, por la cultura y la determinante variable inflacionaria. Dicho consumismo, hace de Venezuela un mercado dinámico en lo que a compras se refiere, lo que significa ventajas para la

inserción de productos innovadores de empresas que puedan mantener la presencia de su marca en el mercado. Los compradores, comúnmente tienen como un hábito de prevención, adquirir masivamente los productos importados, puesto que es habitual que desaparezcan o bien se vuelvan un lujo de compra por el aumento de precios de manera impredecible y desproporcional.

Por otra parte, con relación al comportamiento de las marcas líderes en el mercado nacional, los expertos mencionaron que Splenda se posiciona en el primer lugar con ventas de unidades equivalentes a un 58%. En segundo lugar, se posiciona Equal con un 28% y en tercer lugar se sitúa Hermesetas con un 12%. Por otra parte, La IMS Health dio a conocer que el mercado de edulcorantes en Venezuela está liderado por Splenda con un share de valores equivalente a un 72%, seguidamente se posiciona Equal con un 21,2% y por último se encuentra Hermesetas con un 5,7%.

V.1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.

La demanda de edulcorantes en Venezuela es constante durante todo el año, los expertos señalan que si se presentan variaciones de consumo en algún momento del año, no son porcentualmente significativas. Pudiera presentarse el caso, de variaciones un poco menos discretas para los meses de diciembre y enero, en donde posiblemente se presente un sutil declive en el consumo de edulcorantes durante el mes de diciembre, a causa del consumo de los platos típicos del país, época en la que el consumidor se aleja de las dietas o regímenes alimenticios cotidianos producto de las fiestas decembrinas. En el caso contrario, durante el mes de enero las personas tienden a tomar dietas especiales que les haga perder los gramos ganados en el mes anterior, por lo cual puede aumentar el consumo de edulcorantes.

V.1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.

Las zonas de consumo de productos edulcorantes están directamente relacionadas a las ciudades con mayor densidad poblacional del país, dentro de las cuales figuran: Caracas, Maracaibo, Maracay, Valencia, Puerto Ordaz y Barquisimeto. Por otra parte, dentro de los establecimientos en los cuales se lleva a cabo el consumo de edulcorantes se tiene: las farmacias, supermercados, bodegas, restaurantes, franquicias de alimentación sana, eventos gastronómicos, puestos de comidas rápidas como areperas, pastelerías, panaderías, cafés, entre otros.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Según el principal productor de edulcorantes en Venezuela, el mercado local está definido por dos grandes canales de distribución (presentaciones retail):

- ✓ El Canal farmacéutico: también conocido como el “Canal Ético” está constituido por las redes farmacéuticas, casas de representación y droguerías. Representa un 50% del total de la comercialización del mercado de edulcorantes en el país.
- ✓ La otra rama de distribución es el Canal de Consumo: el cual agrupa los grandes hipermercados y supermercados (tanto cadenas como independientes); canales formales de tiendas más pequeñas (bodegas, quincallas); y, en general, mercados de menor formato, el cual representa el otro 50% de comercialización local de edulcorantes.

Desde otro punto de vista, empresa importadora de productos para la salud que próximamente incursionará en las importaciones de edulcorantes de mesa, se estima que el canal retail de consumo masivo (supermercados y otros) posee mayor participación e importancia para la colocación de edulcorantes, versus el canal farmacéutico de droguerías y farmacias.

En levantamiento de información de mercado e investigación de precios en puntos de venta, se visualizó la existencia de un aparente mercado no oficial de comercialización de este tipo de productos, en que marcas tradicionales como Splenda aparecen en puntos de venta con empaques sin etiquetas de identificación del importador formal para Venezuela, Johnson & Johnson.

Por otra parte, según la información manejada por expertos, los márgenes de comercialización entre el importador y el distribuidor están comprendidos en un 20% de ganancia sobre el precio del producto, mientras que los márgenes entre los supermercados / farmacias y el consumidos final se encuentran en un 30% de ganancia sobre el precio del producto.

Adicionalmente, existe un interesante mercado de los edulcorantes a granel para uso industrial. Las fábricas alimenticias pueden emplear componentes endulzantes a las líneas de productos light, tales como jugos, refrescos, galletas, chocolates, snacks, mermeladas, entre otros. Por otro lado, las industrias de fármacos pueden incorporar edulcorantes en la fabricación de diferentes tipos de medicamentos aptos para diabéticos como por ejemplo en jarabes, expectorantes y vitaminas.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL:

Producto / Marca	País de origen	Precio (BsF)*	Empaque
Dulkre Classic / Dulkre	Argentina	32,78	Caja de cartón de 50 sachets con un contenido neto de 40 gr.
Dulkre Classic / Dulkre	Argentina	63,26	Caja de cartón de 100 sachets con un contenido neto de 80 gr.
Dulkre Classic / Dulkre	Argentina	105,17	Caja de cartón de 200 sachets con un contenido neto de 160 gr.
Dulkre Clásico / Dulkre	Argentina	52,6	Dispensador plástico de 150 tabletas.
Fructosa Líquida Dulzol / Santiveri	España	45,88	Envase plástico de gotero con un contenido neto de 90ml.
Equal	Argentina	31,51	Caja de cartón de 50 sachets con un contenido neto de 40 gr.

Equal	Argentina	55,44	Caja de cartón de 100 sachets con un contenido neto de 80 gr.
Equal	Argentina	88,8	Caja de cartón de 200 sachets con un contenido neto de 160 gr.
Frutazucar	Nacional	52,27	Pomo plástico con tapa de rosca con un contenido neto de 680gr., de fructosa.
Hermesetas Gold	Suiza	24,61	Caja de cartón de 50 sachets con un contenido neto de 40gr.
Hermesetas Gold	Suiza	31,95	Dispensador plástico de 100 tabletas.
Hermesetas Gold	Suiza	67,6	Dispensador plástico de 300 tabletas.
Hermesetas Gold	Suiza	32,91	Caja con envase de solución líquida de 150cc
Le Zuc	Colombia	51,95	Caja de cartón de 50 sachets con un contenido neto de 40 gr.

Le Zuc	Colombia	83,24	Caja de cartón de 100 sachets con un contenido neto de 80 gr.
Le Zuc	Colombia	84,93	Bolsa plástica con un contenido neto de 150gr de endulzante granulado.
Healthy Food / Now	Estados Unidos	53,63	Bolsa plástica con un contenido neto de 1.360gr., de fructosa en polvo.
Fructosa Now Food / Now	Estados Unidos	104,2	Bolsa plástica con un contenido neto de 680gr., de fructosa en polvo.
Splenda	Estados Unidos	128	Dispensador plástico de 100 tabletas., contenido neto de 5gr.
Splenda	Estados Unidos	59,04	Caja de cartón de 50 sachets con un contenido neto de 50 gr.
Splenda	Estados Unidos	97,44	Caja de cartón de 100 sachets con un contenido neto de 100 gr.
Splenda	Estados Unidos	398,4	Caja de cartón de 700 sachets con un contenido neto de 700 gr.

Splenda	Estados Unidos	583,7	Caja de cartón de 1000 sachets con un contenido neto de 1 Kg.
Splenda	Estados Unidos	176,23	Bolsa plástica con un contenido neto de 550gr.
Splenda	Estados Unidos	365,5	Bolsa plástica con un contenido neto de 742gr.
Sucaryl	Argentina	30,84	Envase plástico con tapa de rosca de un contenido de 180ml, de solución líquida.
Sucaryl Sucralosa	Argentina	45.68	Envase plástico con tapa de rosca de un contenido de 180ml, de solución líquida.
Sweet'N Low	Estados Unidos	25,5	Caja de cartón de 50 sachets con un contenido neto de 40 gr.
Sweet'N Low	Estados Unidos	44	Caja de cartón de 100 sachets con un contenido neto de 80 gr.
Truvia	Estados Unidos	201,6	Envase plástico con tapa de rosca con un contenido neto de 280gr., de endulzante a base de Stevia en polvo.

Legenda: (*) Todos los precios incluyen IVA

Tipo de Cambio Oficial (Control de Cambios) Bolívares 4,30 por dólar / SITME (Banco Central de Venezuela): Bs. 5,60 por dólar.

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Dentro de las estrategias y campañas de promoción de edulcorantes más utilizadas se encuentran:

✓ Publicidades:

Estas son presentadas a través de panfletos o volantes, stands de degustaciones, impresos situados en los espacios publicitarios de anaqueles de farmacias y supermercados o en las puertas de entradas de éstos, vitrinas, entre otros.

Por otra parte, existen estrategias de campañas publicitarias indirectas, como por ejemplo, la promoción de edulcorantes de mesa en franquicias como: Képen, McDonald's, Mokafe, Cinnabon, Oh La La, entre otros. Dentro de sus servicios ofrecen a los clientes endulzantes de mesa para consumir en bebidas.

Por último, los edulcorantes son promocionados en los espacios publicitarios de los periódicos de circulación nacional y revistas del sector salud como: Panacea (El Periódico de La Salud); Revista Claro; Revista Dietética y Salud; Revista Estética y Salud; Revista Farmatodo; Revista Impacientes (Sema Business Production); Revista Sala de Espera; Revista Salud Dual; Revista + Salud de Locatel y la Revista Tu Turno. También, se observan publicaciones en prensa de cocina gourmet, tales como: Comidasensorial.com; Cualitativa; Revista Cocina y Vino; Revista Vida Gourmet de El Nacional; Revista Sabor y Sazón; Revista Estampas, entre otros.

✓ Vallas:

En las ciudades más pobladas de Venezuela, resulta productivo el establecimiento de vallas publicitarias a lo largo de autopistas, calles y avenidas, puesto que el tráfico es uno de los factores más rutinarios durante todo el año. Por ejemplo, en la ciudad de Caracas, durante las llamadas “horas pico” (comprendidas desde las 6:00 y 8:00 am y de 4:30 a 6:30pm), las personas que conducen, pueden permanecer atascadas en sus vehículos períodos de tiempo que van desde un cuarto de hora hasta 3 o 4 horas dependiendo, entre otros, de accidentes o infracciones que acontezcan durante esas horas. Por lo tanto, las personas que se mantengan en tráfico, dispondrán de tiempo para observar vallas publicitarias desde sus autos.

✓ **Comerciales Radiales:**

En el mismo orden de ideas, las promociones radiales resultan ser buen negocio cuando de estrategia de marketing se habla. En el país, las emisoras radiales son frecuentemente escuchadas a diario mientras las personas conducen, por el tema del tráfico vehicular constante en las ciudades de mayor densidad poblacional.

✓ **Comerciales Televisivos:**

Dentro de la programación nacional televisiva, se encuentran espacios publicitarios para promocionar productos. En Venezuela, la televisión es uno de los medios de comunicación con mayor captación, por ende, las empresas que desean realizar campañas de difusión masiva utilizan este medio.

✓ **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 ende las empresas interesadas pueden aprovechar de las web 2.0 para promocionar sus productos a menores costos.

Ejemplos de promociones realizadas en Venezuela por la competencia:



Cómete la vida entera y disfruta

365
Dulces días
con Splenda

Compra cualquier producto SLENDA
Identificado con la promoción,
conserva tu factura y la
calcomanía premiada;
llama al (0212) 891.8533
ó al (0212) 891.8537,

¡ y gana premios al instante !!!

- *1.000 BsF mensuales x 12 meses
- *10 Bicicletas Elipticas
- *5 iPods
- *5 Máquinas de café expreso
- *2.000 Recetarios SLENDA
- *100 Cestas de Productos SLENDA

Reg. S.M. No. 4.56719 / A.56717
Promoción autorizada por el INDEPABIS. Válida del 15/02/09 al 15/04/09. Comunicarse en horario de oficina de 9am a 5pm. Para cualquier duda o comentario comunicarse al (0212) 891.8533.



Peso Ligero

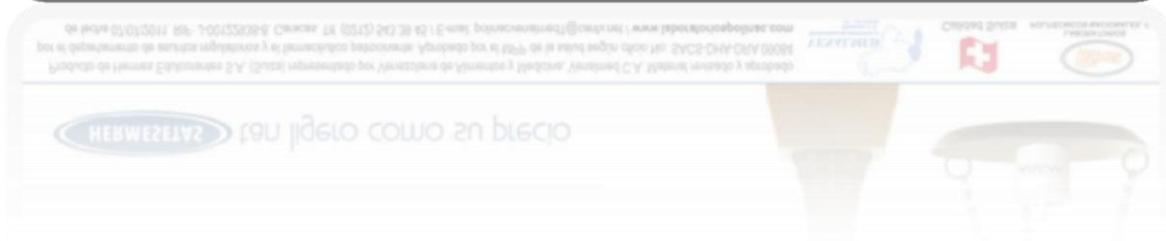
Prepara tus postres y endulza tus bebidas favoritas con Hermesetas, el peso ligero de los edulcorantes.

disponible en farmacias y supermercados

HERMESETAS tan ligero como su precio

Producto de Hermes Edulcorantes S.A. (Suiza) representado por Venezolana de Alimentos y Medicina, Venalmed C.A. Material revisado y aprobado por el departamento de asuntos regulatorios y el farmacéutico patrocinante. Aprobado por el MPP de la salud según oficio No. SACS-DHA-DRA.09084 de fecha 07/07/2011. RIF: J-00122938-8 Caracas. Tlf: (0212) 543.39.45 / E-mail: polinacvenalmed1@carilv.net / www.laboratoriospolinac.com

VENALMED
LABORATORIOS POLINAC S.A.
Calidad Suiza
LABORATORIOS POLITECNICOS NACIONALES S.C.



¡prepara tus postres
con hermesetas!...



precio bajo
en calorías

... y quítate un peso de encima



hermesetas, el peso ligero de los edulcorantes.

HERMESETAS

HERMESETAS

Calidad Suiza

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Los edulcorantes de mesa, son elaborados en tres tipos de productos, granulados, en pastillas y en soluciones líquidas. En relación al primero, las presentaciones más comunes y de mayor comercialización son los sachets de 0,8gr y 1gr que vienen en cajas de 50, 100 y 200 unidades. También, se encuentran los granulados presentados en pomos o envases PET (politereftalato de etileno, tipo de plástico transparente utilizado en envases) de 90 y 110gr. Por último, las presentaciones de pastillas endulzantes, son presentadas en dispensadores plásticos de 100, 300 y 1200 píldoras y las soluciones líquidas vienen contenidas en botellas plásticas de gotero, en su mayoría de 150ml.

Según la información proporcionada por los expertos, los edulcorantes en pastillas son más vendidos en farmacias que en supermercados, mientras que en estos últimos se venden de forma preferencial y mayoritaria los edulcorantes granulados.

Actualmente, los productos edulcorantes que están a la venta en el mercado local, se caracterizan por presentar en sus etiquetas contenidos nutricionales bastante completos. Además, contienen informaciones complementarias como recetas de postres, beneficios que proporciona el producto a la salud del consumidor, certificados de calidad internacionales, datos estadísticos de interés mundial, entre otros.

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, tanto para presentaciones granel como retail, previa coordinación con la Oficina Comercial.
- ✓ En relación a envases de producto, se sugiere que los edulcorantes granulados envasados en recipientes plásticos, sean presentados en recipientes pets con tapa de rosca, ya que estos envases son preferidos por los consumidores venezolanos. Por otra parte, los edulcorantes granulados de sobres, presentados en cajas pueden ser elaboradas con tecnologías innovadoras que le permitan al consumidor reciclarla o reutilizarlas.
- ✓ Se recomienda además, colocar en las etiquetas un espacio en el cual puedan proporcionar al consumidor informaciones de interés, como por ejemplo: beneficios de los edulcorantes naturales, propiedades del producto, actividades pro-ambientalistas que lleve a cabo la empresa fabricante, tips culinarios, curiosidades relacionadas a los edulcorantes, entre otras ideas.
- ✓ En lo que a inserción de mercado respecta, se recomienda a las empresas destinar un presupuesto para publicidad y marketing de los productos, el cual puede ser dirigido principalmente en medios de comunicación televisivos y radiales, y complementario a éstos se puede potencializar las campañas de promoción a través de las web 2.0 y eventos públicos que permitan correr voz de los productos y sus atributos.
- ✓ 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.
- ✓ Según las opiniones de expertos calificados, es de vital importancia que en la etiqueta se coloque de manera legible las fechas de elaboración y vencimiento con día, mes y año. Puesto que la decisión de compra de los consumidores venezolanos se ve influenciada, entre otros, por la vigencia del producto.

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

En Venezuela, aún no existe una feria comercial específica para la promoción de edulcorantes y alimentos saludables. No obstante, se llevan a cabo durante todo el año diferentes tipos de congreso, foros y charlas en los que se podría insertar la promoción de edulcorantes chilenos, dentro de los cuales se llevan a cabo:

XI.1. EVENTOS DE SALUD:

XI.1.1. Congreso de Posgrado en Diabetes JOSLIN 2012:

La Iniciativa en Diabetes para los Latinos, promulgado por la “Clínica Joslin de Boston”, es uno de los programas que ofrecen servicios clínicos y educación a médicos procedentes de países latinoamericanos. A su vez, desarrollan programas de investigación clínica y de alcance comunitario con el objeto de aminorar los casos de personas en riesgo de desarrollar diabetes y para los alivianar la situación clínica de pacientes que padecen la patología.

Dentro de los programas educacionales ofrecidos por la iniciativa, se encuentra “el Congreso de Posgrado en Diabetes JOSLIN” celebrado cada dos años, y que este año se llevará a cabo en nuestro país los días 17, 18,19 y 20 de marzo, en donde habrá a disposición stands comercial para promoción de productos.

El programa del evento ofrece talleres de cirugía bariátrica, de bombas de insulina y de insulinización en Diabetes Mellitus 2 (DM2), Además, tratarán temas tales como: la deficiencia de andrógenos e infertilidad en el Síndrome Metabólico y DM2; el rol de la dopamina en el cerebro, la fisiopatología y opciones terapéuticas; Indicaciones, beneficios y limitaciones de las bombas de infusión de insulina; Vitamina D y diabetes, enfermedad cardiovascular y cáncer, entre otros.

Afiche del Congreso de Posgrado en Diabetes JOSLIN 2012:

XI.1.2. Congreso Venezolano de Endocrinología y Metabolismo 2012:

Se realizará desde el 25 al 28 de abril en el World Trade Center de la ciudad de Valencia, en donde estarán a disposición espacios comerciales para la promoción de productos. A lo largo del congreso médicos especialistas internacionales dictarán talleres como: Insulinas; Manejo de la diabetes; Bombas de insulina, importancia de la bomba de infusión y el monitoreo; la glicemia en pediatría;

Importancia del diagnóstico y tratamiento del paciente; Nuevas recomendaciones en la aplicación de insulina.

Asimismo, se tratarán temas como: el manejo clínico práctico de la enfermedad renal en el diabético; ¿Por qué es necesario el control glucémico en el hospitalizado?; Protocolos de óptimo control glucémico; Manejo del paciente diabético hospitalizado fuera de UCI: experiencias de los estudios Rabbit; Manejo práctico de la diabetes gestacional; Ventajas de los inhDPP-4 en el tratamiento de la DM2; Terapia con GLP-1 en DM2: la adecuada escogencia es crucial. JOSLIN; Diabetes Neonatal; Últimos lineamientos en el tratamiento de la neuropatía diabética dolorosa, entre otros.

Afiche del Congreso Venezolano de Endocrinología y Metabolismo 2012:

S. V. E. M.

XIII
Congreso Venezolano de Endocrinología y Metabolismo
Dr. Enrico Sabatino

De lo molecular y lo tecnológico a la práctica clínica
 25 al 28 de abril de 2012 • World Trade Center de Valencia

INVITADOS INTERNACIONALES
 Gabriela Brenta
 Jorge Calles-Escandón
 Diego Ferone
 Hermes Flórez
 José Flórez
 Richard Legro

COSTOS
 Bs. 1000 Especialistas
 Bs. 800 Miembros SVEEM (solventes)
 Bs. 700 Médicos generales y de familia
 Bs. 600 Nutricionistas, Bioanalistas y Profesionales afines
 Bs. 500 Residentes

TANYA LASSES
 Organizadora de Eventos
 +58 (0212) 986.4349 | 986.8092
 tanya.lasses@eventos.com
 www.tlventos.com

Para mayor información ingrese a: <http://www.tanyalasses-eventos.com/eventos/endocrino/pdfs/normasTrabajosLibres.pdf>

XI.1.3. El VII Congreso de la Sociedad Científica Venezolana de Obesología:

Si bien es un evento dedicado a los temas más recientes en materia de problemas de sobrepeso, el Congreso, pueden participar empresas interesadas en promocionar edulcorantes para la dieta de personas con problemas de obesidad. Dicho evento se celebrará los días 22 y 23 de marzo de 2012 en el Hotel Tamanaco de la ciudad de Caracas.

XI.2. EVENTOS DE BELLEZA:

Gracias a que Venezuela ocupa el primer lugar de la lista Global Beauties por ser el país que ha ganado la mayor cantidad de títulos de bellezas integrales, los espacios publicitarios otorgados dentro de estos eventos, le brindan una oportunidad de promoción amplia a las empresas que hagan campañas publicitarias en los eventos. Dentro de los eventos de belleza que se celebraran en el año 2012 tenemos: El Miss Venezuela 2012, Señorita Criss Model's 2012, Chica Off Road 2012, Elits Model Carabobo 2012, Señora Venezuela Internacional 2012, entre otros.

XI.3. FERIAS:

XI.3.1. Festival Internacional Gourmet:

Tradicionalmente, ProChile 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 o bien contactar a la Oficina Comercial de ProChile en Caracas.

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

XII.1. INSTITUCIONES

Banco Central de Venezuela, BCV <http://www.bcv.org.ve/> y <http://www.bcv.org.ve/cuadros/2/212a.asp>

Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela, INE <http://www.ine.gob.ve>

Ministerio del Poder Popular de Planificación y Finanzas <http://www.mf.gob.ve/>

✓ **Comisión de Administración y Divisas (CADIVI):** <http://www.cadivi.gob.ve/>

Ministerio del Poder Popular para la Alimentación <http://www.minpal.gob.ve/>

Ministerio del Poder Popular para el Comercio <http://www.mincomercio.gob.ve/>

✓ **Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos SENCAMER:** <http://www.sencamer.gob.ve/>

Ministerio del Poder Popular para el Transporte Acuático y Aéreo <http://www.mpptaa.gob.ve/>

✓ **Bolivariana de Puertos (BOLIPUERTOS):** <http://www.bolipuertos.gob.ve/Default.aspx>

Ministerio del Poder Popular para la Salud <http://www.mpps.gob.ve>

✓ **Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel** <http://www.inhrr.gob.ve/index.html>

Procuraduría General de la República <http://www.pgr.gob.ve/>

✓ **Gacetas Oficiales:** http://www.pgr.gob.ve/index.php?option=com_content&Itemid=4

Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera Y Tributaria (SENIAT)
http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/PORTAL_SENIAT

Organización Mundial de la Salud <http://www.who.int/>

International Diabetes Federation: <http://www.idf.org>

The International Sweeteners Association (ISA) <http://www.info-edulcorants.org/>

IMS Health <http://www.imshealth.com/portal/site/ims/>

XTC World Innovation <http://www.xtcworldinnovation.com/>

XII.3.1. Requerimientos de Taquilla Única:

http://descargas.mincomercio.gob.ve/publico/taquilla_unica.pdf

XII.2. NORMAS Y LEYES

- ✓ Ley Orgánica de Aduanas (Gaceta Oficial N° 5.353 Extraordinaria):
<http://www.venmex.com/Edocuments/Ley%20de%20Aduanas.pdf>
- ✓ Reglamento de La Ley Orgánica de Aduanas:
<http://www.bolipuertos.gob.ve/descargas/G.O%20N%C2%BA%204.273%20Reglamento%20Ley%20Organica%20de%20Aduanas.pdf>
- ✓ Ley de Tasas Portuarias:
<http://www.bolipuertos.gob.ve/descargas/G.O%20N%C2%BA%206.025%20Ley%20de%20Tasas%20Portuarias.pdf>
- ✓ Régimen Tarifario de Servicios Portuarios: <http://www.bolipuertos.gob.ve/descargas/gaceta-oficial-39.689%20-%20Resoluci%C3%B3n%20R%C3%A9gimen%20Tarifario.pdf>
- ✓ Ley de INDEPABIS: <http://www.indepabis.gob.ve/leyes>

XII.3. 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
LABORATORIOS GUBERNAMENTALES AUTORIZADOS
PARA EFECTUAR ANÁLISIS FÍSICO QUÍMICOS DE ALIMENTOS Y LICORES

CARACAS - DISTRITO CAPITAL

INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE RAFAEL RANGEL (INHRR).

DIRECCION: UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA (UCV). Detrás del Hospital Clínico. Piso 3. Los Chaguaramos. Caracas - Venezuela.

TELEFONOS: 58-212-2191733/2191698/2191734

PRESIDENTA: Dra. María Fernanda Correa.

TELEFONO: 58-212-2191761/2191762. **FAX:** 58-212-2151768. **EMAIL:** mcorrea@inhrr.gob.ve

GERENTE SECTORIAL DE REGISTRO Y CONTROL: Dra. María Teresa Ibarz

TELEFONO: 58-212-2191663. **e-mail:** 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 **WEB:** www.edimar.org

JEFE DE LABORATORIO: Prof. Antonio Salazar. **e-mail:** 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. **e-mail:** 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

JEFA DE LABORATORIO: Sra. Emerita Abreu.

(*) En materia de alimentos, de acuerdo al tipo de producto, el análisis físico químico se puede efectuar en laboratorios privados debidamente autorizados.

ANEXO III

TRÁMITES PARA EL REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS EN VENEZUELA - MPPS

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.

ANEXO IV

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 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 la sede de Servicio Autónomo de la Propiedad intelectual (SAPI).

Elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela / venezuela.caracas@prochile.gob.cl
Abril de 2012