

---

# Estudio de Mercado aguas gourmet en Venezuela

(Junio) 2011

---

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

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación arancelaria y para – arancelaria</i> .....	4
<b>1. Arancel General:</b> .....	4
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno:</b> .....	4
<b>3. Otros países con ventajas arancelarias:</b> .....	5
<b>4. Otros impuestos:</b> .....	8
<b>5. Barreras para – arancelarias:</b> .....	11
<i>III. Requisitos y barreras de acceso</i> .....	13
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	13
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	14
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	16
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	24
<b>1. Estadísticas importaciones de Venezuela- Año 2010:</b> .....	24
<b>2. Estadísticas importaciones de Venezuela- Año 2009</b> .....	24
<b>3. Estadísticas importaciones de Venezuela- Año 2008:</b> .....	24
<i>V. Características de presentación del producto:</i> .....	38
<b>1. Potencial del producto.</b> .....	38
<b>1.1. Formas de consumo del producto.</b> .....	39
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto:</b> .....	39
<b>1.3. Comentarios de los importadores:</b> .....	40

<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.</b> .....	41
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.</b> .....	42
<i>VI. Canales de comercialización y distribución</i> .....	42
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i> .....	43
<i>VIII. Estrategias y campañas de promoción utilizadas por la competencia</i> .....	45
<i>IX. Características de presentación del producto</i> .....	46
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i> .....	46
<i>XI. Ferias y eventos locales a realizarse en el mercado en relación al producto</i> .....	48
<i>XII. Fuentes relevantes de información en relación al producto</i> .....	49

## PRODUCTO: AGUAS MINERALES GOURMET

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

**2202.1000**

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

**2201.100000:** Agua mineral y agua gaseada.

**2201.900000:** Los demás.

**2202.100000:** Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada.

**2202.900000:** Los demás.

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

**2201.000000:** Agua, incluidas el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizada, hielo y nieve.

**2202.000000:** Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida nº 20.09.

## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

20%

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

0%

Entre Venezuela y Chile se mantiene vigente desde el 1° de julio de 1993 el Acuerdo de Complementación Económica (**ACE Nº 23**). Desde su entrada en vigencia y en virtud del programa de

liberalización negociado, en la actualidad el 97% de los productos del universo arancelario de Chile se encuentra libre de pago de aranceles.

Entre los productos que cuentan con esta liberación arancelaria, se encuentran las aguas gourmet. Es decir, todas aquellas aguas minerales gasificadas, saborizadas, aromatizadas, con edulcorante, entre otras, de origen chileno, gozan de una preferencia arancelaria del 100% para su ingreso al mercado venezolano.

Esta situación preferencial implica una gran oportunidad para exportadores chilenos que desean colocar sus productos en el mercado venezolano, considerando que la mayoría de los países deben pagar un 20% de arancel para ingresar dicho producto al mercado venezolano.

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

#### Comunidad Andina (CAN):

En el año 2007, el Gobierno venezolano anunció su decisión de retirarse de la **Comunidad Andina de Naciones (CAN)** y según la normativa de este bloque subregional compuesto por Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia y Venezuela, las exoneraciones arancelarias se mantuvieron por cinco años, es decir, hasta el 21 de abril del año 2011.

Lo anterior implica que los países miembros que deseen mantener preferencias parciales o totales a los productos de su intercambio comercial, deben negociar en forma bilateral nuevos acuerdos de alcance parcial o total, fuera del marco de la CAN.

En este tenor, a fines de marzo del año 2011 (31/03/2011), en visita oficial del Presidente Hugo Chávez a Cochabamba, 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 previas establecidas entre ambos países en el marco de la CAN.

Posteriormente, en reunión de mandatarios entre Venezuela y Colombia, efectuada el 9 de abril en la ciudad de Cartagena, ambos países acordaron mantener 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.

Al finalizar las dos prórrogas, las preferencias deben especificarse en un nuevo convenio o acuerdo de complementación económica que reemplace en forma definitiva, lo anteriormente acordado en el seno de la CAN. Las autoridades venezolanas han señalado en forma no oficial, su interés de suscribir acuerdos de tipo no convencional y con un papel protagónico del sector público.

Asimismo, en el mes de abril de 2011, una delegación ecuatoriana visitó Venezuela para realizar un Encuentro Bilateral de Cooperación Económica, y declararon que esperaban que antes del 22 de abril esté culminado un acuerdo bilateral que prorrogue las preferencias vigentes establecidas en el marco de la Comunidad. A mediados de abril, los cancilleres de ambos países firmaron el Acuerdo Marco de Cooperación y de Complementación Económica entre Ecuador y Venezuela, extendiéndose las mismas preferencias arancelarias por cinco años más.

Por último, el 15 de abril de 2011, Venezuela y Perú 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. Seguidamente, en mayo y junio se realizó la primera y segunda ronda de negociaciones, respectivamente, y las autoridades peruanas estiman tener concretado el acuerdo binacional en el mes de julio de 2011.

#### Mercado común del sur (MERCOSUR):

Venezuela, concede preferencias arancelarias a los países miembros del Mercado Común del Sur (**MERCOSUR**) (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay), esto implica que gozan de una preferencia arancelaria porcentual establecida en el Arancel de Aduanas de Venezuela, según el Acuerdo de Complementación Económica (**ACE Nº 59**), vigente entre Venezuela y el **MERCOSUR**.

Esas preferencias se van profundizando de año en año. Las preferencias actuales y en los años sucesivos se indican a continuación, con relación al producto.

**Programa de Liberación Comercial**  
**Código arancelario 2201.10.0000**  
**Agua mineral y agua gaseada**

País	Preferencia % a partir del 01/01/2011	Arancel a partir del 01/01/2011	Preferencia % a partir del 01/01/2012	Arancel a partir del 01/01/2012
Argentina	82%	3,60	91%	1,80
Brasil	84%	3,20	92%	1,60
Paraguay	86%	2,80	93%	1,40
Uruguay	73%	5,40	80%	4,00

Programa de Liberación Comercial  
**Código arancelario 2201.90.0000**  
Los demás.

País	Preferencia % a partir del 01/01/2011	Arancel a partir del 01/01/2011	Preferencia % a partir del 01/01/2012	Arancel a partir del 01/01/2012
Argentina	69%	6,20	77%	4,60
Brasil	69%	6,20	77%	4,60
Paraguay	86%	2,80	93%	1,40
Uruguay	73%	5,40	80%	4,00

Programa de Liberación Comercial  
**Código arancelario 2202.10.0000**

Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada.

País	Preferencia % a partir del 01/01/2011	Arancel a partir del 01/01/2011	Preferencia % a partir del 01/01/2012	Arancel a partir del 01/01/2012
Argentina	82%	3,60	91%	1,80
Brasil	82%	3,60	91%	1,80
Paraguay	86%	2,80	93%	1,40
Uruguay	73%	5,40	80%	4,00

**Programa de Liberación Comercial**  
**Código arancelario 2202.90.0000**  
Los demás

País	Preferencia % a partir del 01/01/2011	Arancel a partir del 01/01/2011	Preferencia % a partir del 01/01/2012	Arancel a partir del 01/01/2012
Argentina	82%	3,60	91%	1,80
Brasil	69%	6,20	77%	4,60
Paraguay	86%	2,80	93%	1,40
Uruguay	73%	5,40	80%	4,00

Las preferencias se van profundizando año a año, hasta alcanzar un 100%.

**4. OTROS IMPUESTOS:**

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

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

**Agente de Aduanas:** Estos servicios tienen un costo aproximado según cada caso, en torno al 1% de la operación comercial (CIF), que corresponde a gastos de reconocimiento de la mercancía. Adicionalmente, se deben pagar gastos operacionales, según el tipo de producto, que pueden fluctuar entre Bolívares (Bs.) 1.500 y Bs. 2.500 por container y por carga suelta entre Bs. 800 y Bs.1000.

**Almacenaje:** Dependiendo de la naviera ya el tipo de carga, el costo referencial de almacenaje puede variar entre Bolívares 6.000 y 10.000, que sería un pago único en el entendido que la mercancía será retirada (nacionalizada) en un plazo de 10 a 12 días continuos.

**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 Container 20' pies	Tarifa Container 40' pies	Tarifa Container 20' pies Refrigerado	Tarifa Container 40' pies Refrigerado
San Antonio	Puerto Cabello / La Guaira	1530 US\$	1960 US\$	No Disponible	4560 US\$
San Vicente	Puerto Cabello / La Guaira	1830 US\$	2260 US\$	No Disponible	4560 US\$
Antofagasta	Puerto Cabello / La Guaira	1930 US\$	2360 US\$	No Disponible	No Disponible
Arica	Puerto Cabello / La Guaira	2130 US\$	2640 US\$	No Disponible	No Disponible

**Fuente:** Logimar Venezuela (Representantes de Compañía SUDAMERICANA DE VAPORES). Tarifas actualizadas al 30 de abril de 2011, 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.

**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 mínima)	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.

**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\$.

### Tarifas de portuarias

El 25 de mayo del año 2011, entró en vigencia en Venezuela la nueva Ley de Tasas Portuarias, que implica entre otros aspectos, un incremento entre el 30% y 235% en dólares, a contar del 26 de junio de 2011, en las tasas vigentes aplicables en el régimen tarifario. Las nuevas tasas de servicios portuarios prestados a personas naturales o jurídicas, se aplicarán a las embarcaciones por el arribo, fondeo, zarpe al territorio nacional, uso de aguas protegidas, de superficie y de muellaje de contenedores llenos y vacíos. Posteriormente, el 6 de junio de 2011, el Gobierno oficializó el nuevo régimen tarifario de los servicios a la carga y a los buques en todos los puertos nacionales (Gaceta Oficial No. 39.689). Se espera que próximamente se publiquen las nuevas tarifas por el manejo de cargas en los puertos, alquiler de maquinaria, almacenaje e impuestos por parte de los llamados Bolipuertos (Bolivariana de Puertos,

empresa gubernamental adscrita al Ministerio del Poder Popular para el Transporte y las Comunicaciones a cargo de la gestión portuaria del país). Según información de prensa, las nuevas tasas fueron definidas en dólares americanos, tomando como referencia los estándares internacionales. Sin embargo, el pago se realizará en bolívares al tipo de cambio oficial (Bs. 4,30 por dólar).

De acuerdo a esta nueva Ley de Tasas Portuarias y de servicios de cargas, el buque y los agentes navieros seguramente efectuarán y ajustes pertinentes, por lo que las tarifas de navieras y fletes de referencia indicadas, podrían tener variación (se sugiere consultar a su naviera, caso a caso), costos que deberá asumir el consignatario de la mercadería.

## 5. BARRERAS PARA - ARANCELARIAS

### Control de Cambios en Venezuela:

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

A partir del 1ro. de enero de 2011 entró en vigor el Convenio Cambiario N° 14, publicado en la Gaceta Oficial N° 39.584 por medio del cual se establece un tipo de cambio único de Bolívares 4,30 por dólar, aplicable a las operaciones de comercio exterior: (Se pueden bajar las gacetas de la dirección de internet siguiente <http://www.pgr.gob.ve/Recursos/gaceta.asp>).

(ver Anexo I Formas de Pago en Venezuela).

En el caso de las aguas minerales, se encuentran en la lista de productos considerados prioritarios y para tener acceso a las divisas al tipo de cambio oficial, se requiere el Certificado de No Producción (CNP) para su importación. Sin embargo, según información suministrada por algunos importadores, aunque las aguas minerales posean esta preferencia cambiaria, se les ha hecho difícil obtener el CNP ya que existe producción nacional, y queda a discreción del funcionario del ministerio involucrado si en el momento de la petición la producción es insuficiente.

**Certificado de No Producción o de Insuficiencia de la Producción Nacional:**

El día 5 de abril de 2010, se publicó en Gaceta Oficial Nº 39.396, una resolución que se mantiene vigente mediante la cual se publica el listado de los bienes – con su respectivo código arancelario – que requieren y los que no requieren el Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP), para el otorgamiento de la Autorización de Adquisición de Divisas (AAD) y establece para cada uno de ellos el tipo de cambio aplicable.

El **Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP)** es un instrumento requerido para la realización de trámites ante **CADIVI** o de El Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (**SENIAT**), relativos a la obtención de divisas o exoneración de impuestos de importación (Aranceles o IVA según el caso), sirve al mismo tiempo como recomendación a **CADIVI** para conceder una Autorización de Adquisición de Divisas (AAD), que conduce a la autorización de compra de divisas a precio oficial.

Por su parte, las aguas minerales objeto de este perfil, **se encuentran en el listado Nº 2**, por lo cual deben obtener, previo a la solicitud de divisas, el Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP), que en este caso es otorgado por el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación. (Ver anexos IV y V).

Sin embargo, al existir producción nacional, queda a discreción del funcionario pertinente si ésta en ese momento es o no suficiente para las necesidades del país, por lo que el importador no posee la seguridad de poderlo obtener para el acceso a divisas oficiales, lo que implica que los actuales o potenciales importadores, deben gestionar la compra de divisas a través de otros mecanismos.

**Renovaciones de Registros Sanitarios:**

A contar del mes de marzo de 2011, el Ministerio del Poder Popular para la Salud, a través de la División de Higiene de los Alimentos, emitió un comunicado en el cual establece LA EXIGENCIA que para la tramitación de Renovación de Registro Sanitario de Licores y Alimentos -nacionales como importados- debe realizarse los Análisis por ante el Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel, lo que constituye un requerimiento adicional que no está contemplado en el Reglamento General de Alimentos, ni en la Normas Complementarias al mismo.

Según la opinión de importadores locales, ésta nueva disposición ocasionará un gran retraso, dada la congestión que está ocurriendo en dicho Laboratorio, que está sobrepasado por los requerimientos analíticos solamente con fines de Registro Sanitario/Renovación de los productos denominados de control previo, lo que se ha estado traduciendo en lapsos de entrega de más de seis (06) meses.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

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

En primer lugar, según lo establece el Arancel de Aduanas venezolano, para la importación de aguas, se requiere de Certificado Sanitario de País de Origen (Régimen Legal N°. 5).

En segundo lugar, con relación a los permisos para la importación, este producto debe tramitar un Registro Sanitario expedido por el Ministerio de Salud y Desarrollo Social (Régimen Legal N°. 12), cuyos requisitos, procedimientos y plazos se indican en el Anexo N°. II.

Por otra parte, para que el producto chileno pueda gozar de las preferencias arancelarias en el marco del ACE No. 23, debe venir acompañado del respectivo Certificado del País de Origen.

Los permisos, registros sanitarios, marcas y certificaciones correspondientes usualmente los tramita el importador, con la debida autorización del proveedor según sea el producto. No obstante, para el caso de registros sanitarios de alimentos y bebidas que otorga el Ministerio del Poder Popular para la Salud, y dado que el propietario de los registros es el fabricante según la legislación vigente, los exportadores pueden adelantar, previo a la selección del importador, el trámite de análisis de laboratorio y registros. (Anexo VI)

Asimismo, si las aguas provenientes desde Chile vienen con marcas propias del fabricante, el representante o importador debe gestionar el correspondiente registro de marcas (Anexo III).

Por su parte, mientras el exportador chileno define la empresa que será su representante o importador, puede ir adelantando los registros sanitarios y de marcas, autorizando a especialistas o gestores que se dedican a este trabajo, información disponible en la Oficina Comercial de PROCHILE en Caracas.

#### **Normas de calidad: COVENIN**

En Venezuela existe el Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos (SENCAMER), que es una institución pública, adscrita al Ministerio del Poder Popular para el Comercio. A su vez SENCAMER cuenta con la Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). La norma COVENIN **1431-82** fue elaborada bajo los lineamientos técnicos del Comité Técnico de normalización **CT 10**, Productos alimenticios, por el subcomité técnico **SC 13** Agua potable envasada. Este comité está encargado de la creación de Normas Técnicas Venezolanas COVENIN para el sector alimentos, cuya normalización tiene por objeto el logro de la adecuación de sus productos

a los diferentes usos y destinos que tienen los mismos. Con relación al agua mineral, existe la siguiente norma obligatoria de calidad, la cual se puede consultar en el siguiente Website:

<http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/1431-82.pdf>

**Norma Covenin: 1431**

**Año de publicación: 1982**

En Venezuela, la Norma General que rige el etiquetado es la Convenin No. 2952:2001 "NORMA GENERAL PARA EL ROTULADO DE ALIMENTOS ENVASADOS", disponible en: <http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/2952-01.pdf>

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

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

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

Registro Sanitario:

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

Dirección: Centro Simón Bolívar, Edificio Sur, Piso 3, Oficina 313, División Higiene de los Alimentos, El Silencio, Caracas.

Teléfonos: 58-212-4080000 / 4080475 Fax: 4080505. Correo-e: [msds@msds.gov.ve](mailto:msds@msds.gov.ve)

Web: [www.mpps.gob.ve](http://www.mpps.gob.ve)

Director de Higiene de los Alimentos: Sr. Luis Millán.

Correo-e: [msdsdha@hotmail.com](mailto:msdsdha@hotmail.com) / [millanla@yahoo.com](mailto:millanla@yahoo.com)

Jefa de Registros: Srta. Milady Barrios

Correo-e: [miladyb\\_3@hotmail.com](mailto:miladyb_3@hotmail.com) / [mbarrios@mpps.gob.ve](mailto:mbarrios@mpps.gob.ve)

Nota: se sugiere tener un apoderado o empresa autorizada para efectuar el registro y seguimiento. Información de posibles asesores disponible en la Oficina Comercial. El tiempo estimado de entrega es de 45 días hábiles.

**MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA ALIMENTACIÓN**

Dirección: Av. Andrés Bello, Edificio "Las Fundaciones" P.B Local 8 "Taquilla Única". Dirección de Mercadeo. Municipio Libertador. Distrito Capital. Venezuela.

Teléfono: 58-212-5770257

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

**Registro de marca:**

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

DIRECCIÓN: CENTRO SIMON BOLIVAR, EDIFICIO NORTE, PISO 4, EL SILENCIO, CARACAS.

TELEFONOS: 58-212-4842961/4842907/4846478. FAX: 58-212-4831391.

EMAIL: [sapi@sapi.gob.ve](mailto:sapi@sapi.gob.ve)

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

COORDINADORA DE MARCAS: DRA. CASTIELA VELASQUEZ, TELÉFONO: 58212-4842907.

EMAIL: [cvelasquez@sapi.gob.ve](mailto:cvelasquez@sapi.gob.ve)

DIRECTOR GENERAL: DR. JOSE JULIAN VILLALBA, TELÉFONO: 58212-4842907.

EMAIL: [jvillalba@sapi.gob.ve](mailto:jvillalba@sapi.gob.ve)

**Normas de Calidad: COVENIN**

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

DIRECCIÓN: MULTICENTRO EMPRESARIAL DEL ESTE, EDIF. LIBERTADOR, NÚCLEO A, PISO 1. AV. LIBERTADOR Y AV. FRANCISCO DE MIRANDA (ACCESO POR AMBAS AVENIDAS). CHACAO-CARACAS.

TELEFONOS: 58-212- 5754111 / 2017711 FAX: 58-212- 5765004

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

COORDINADOR CDI GERENCIA DE NORMALIZACION: SR. RICHARD FLORES. TELEFONO: 58-212-5754111

EMAIL: [richard.flores@fondonorma.org.ve](mailto:richard.flores@fondonorma.org.ve)

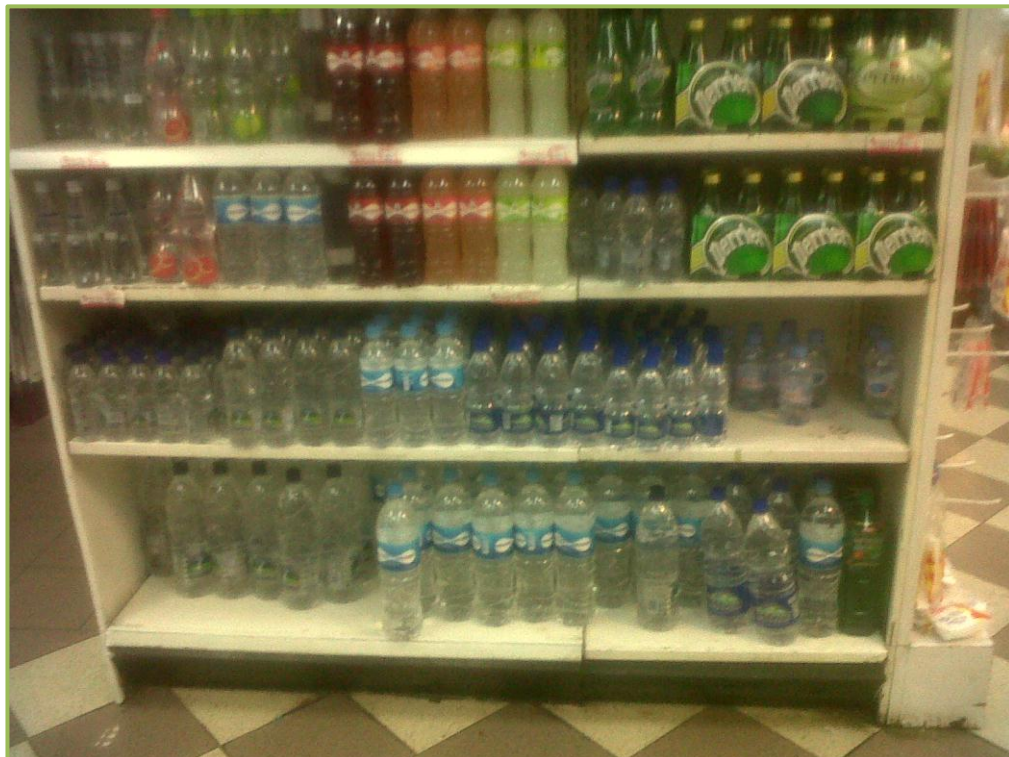
3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)





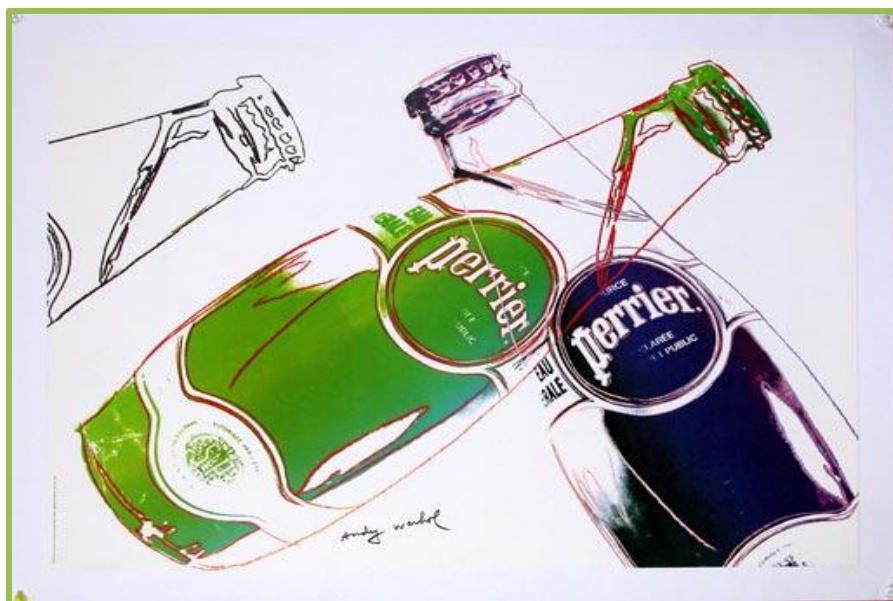








PROMOCIONES



Producto importado por ICAB, c.a. y Distribuido por Hawaiian Tropic de Vito, c.a.  
Telfs: 0212-241.00.69 / 50.77  
RIF: J-31254259-4

Piensa Verde >>>  
Toma Verde...

Toma  
**OKF**

Bebida natural de  
**coco**

- ✓ Sin preservativos químicos.
- ✓ Ayuda a la digestión.
- ✓ Restaura los electrolitos del cuerpo.
- ✓ Con azúcar orgánica de caña.
- ✓ Con vitaminas B y C.



Cont: 500 ml

100% Refrescante    100% Saludable    100% Sabroso    100% Natural

Producto importado por ICAB, c.a. y Distribuido por Hawaiian Tropic de Vda. c.a.  
Teléfono: 0212-241.00.69 / 50.77  
RIF: J-31294259-4

Piensa Verde >>>  
Toma Verde...

Toma  
**OKF**

**Sparkling**

El refresco natural  
con sabor a fruta!



Endulzada con miel, sin azúcar y en envase plástico irrompible que conserva toda la calidad del producto, viene en variados sabores a fruta.

Cont. 245 ml



100% Retrescante    100% Saludable    100% Sabroso    100% Natural

# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2010 2201.100000 AGUA MINERAL Y AGUA GASEADA.

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	364.805,34	20.493	76%
Italia	95.845,65	4.420	16%
Holanda	17.253,00	1.345	5%
Alemania	14.345,13	675	2%
<b>Subtotal</b>	<b>492.249,12</b>	<b>26.934</b>	<b>99%</b>
<b>Total</b>	<b>505.779,31</b>	<b>27.140</b>	<b>100%</b>

## 2. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2009

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	995.533,36	67.546	82%
Italia	245.263,75	13.546	16%
Holanda	6.917,82	1.128	1%
Estados Unidos	697,57	147	0,2%
<b>Subtotal</b>	<b>1.248.414,84</b>	<b>82.368</b>	<b>99,2%</b>
<b>Total</b>	<b>1.258.238,36</b>	<b>82.688</b>	<b>100%</b>

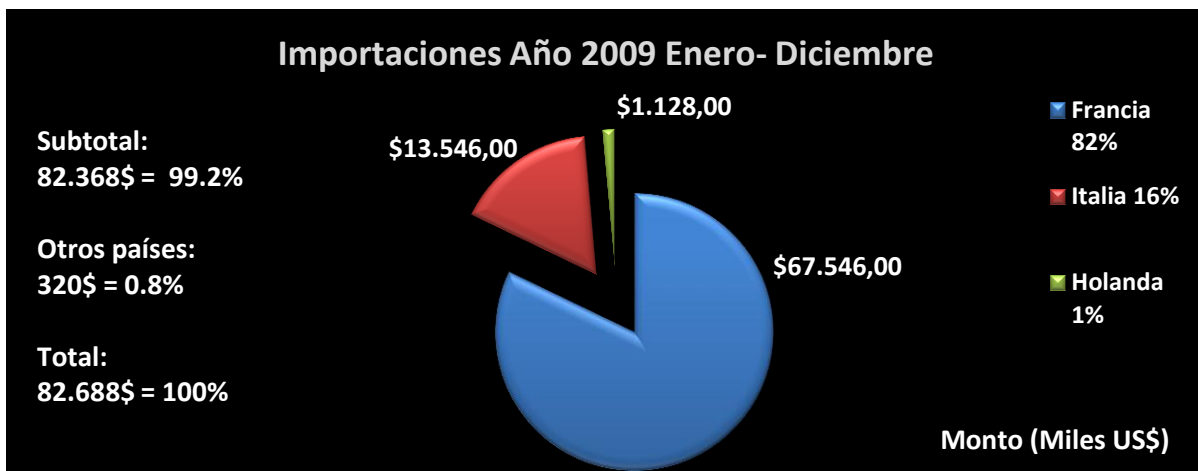
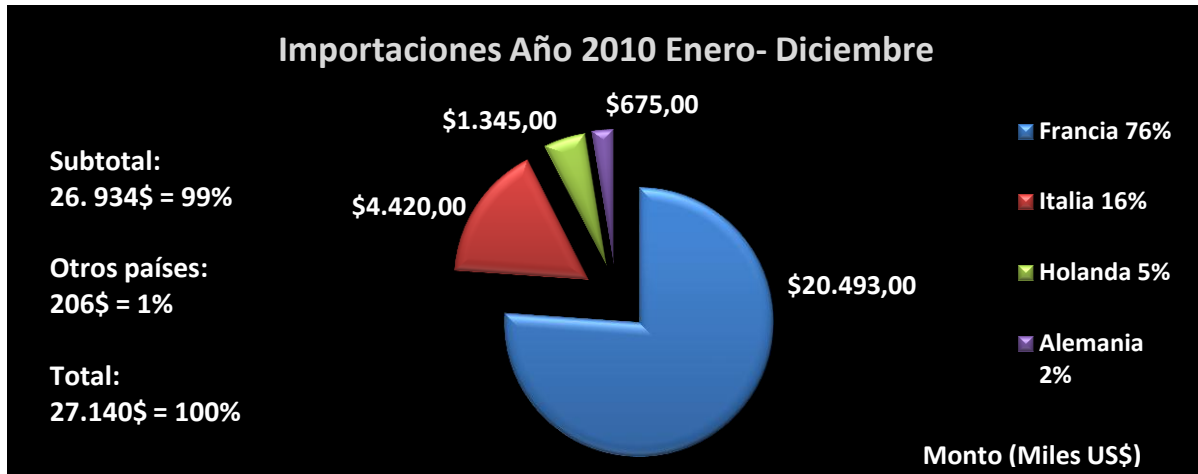
## 3. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2008

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	393.051,68	24.340	62%
Italia	250.383,15	13.371	34%
Estados Unidos	25.757,84	1.300	3%
Panamá	1.069,60	119	0,3%
<b>Subtotal</b>	<b>670.262,53</b>	<b>39.130</b>	<b>99,3%</b>
<b>Total</b>	<b>676.539,24</b>	<b>39.299</b>	<b>100%</b>

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



Estadísticas - Importaciones 2201.100000 Agua mineral y agua gaseada.



## ANÁLISIS ESTADÍSTICO: 2008-2010 ENERO-DICIEMBRE

**2201.000000: Agua, incluidas el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizada, hielo y nieve.**

✓ **2201.100000 Agua mineral y agua gaseada.**

En el año 2008, el principal país abastecedor fue Francia con un 62% de participación y un monto superior a los US\$ 24,3 millones, seguido de Italia con 34% (US\$ 13.3 millones). En tercer lugar, se ubicó Estados Unidos con US\$ 1,3 millones. En el referido año, otros cinco países tuvieron participación poco representativa en las importaciones de aguas, como: Panamá, Portugal, Alemania, Argentina y Bélgica.

En el año 2009, nuevamente Francia fue el principal proveedor, con 82% de participación y 177,51% de crecimiento versus el año 2008. Seguidamente, Italia con 16% de participación la cual se mantuvo en torno a los US\$ 13,3 Millones y en tercer lugar Holanda con un 1% de participación. Por otra parte, además de los mencionados, otros cinco países tuvieron participación en las importaciones de aguas, como: Alemania, Barbados, Portugal, entre otros.

Al cierre del año 2010, nuevamente Francia fue el principal proveedor, con una rebaja en los envíos para ubicarse en US\$ 20,4 millones (-70%). Seguidamente, Italia, que se mantuvo con un 16% y de tercer lugar Holanda con un 5% de participación. Es importante destacar la participación de otros once países en las importaciones de aguas, como: Portugal, Bélgica, Estados Unidos, entre otros.

**2201.90.0000 Las demás.**

### 4. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2010

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	19.962,64	6.147	94,69%
Italia	3.597,72	174	2,68%
Estados Unidos	222,89	103	1,59%
Alemania	1.521,24	59	0,91%
<b>Subtotal</b>	<b>25.304,49</b>	<b>6.483</b>	<b>99,87%</b>
<b>Total</b>	<b>25.333,42</b>	<b>6.492</b>	<b>100%</b>

## 5. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2009

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	157.844,8	13.823	56%
Cuba	3.319,64	9.466	38%
Estados Unidos	5.292,04	1.135	4,6%
Portugal	6.888,37	162	0,6%
<b>Subtotal</b>	<b>173.344,84</b>	<b>24.586</b>	<b>99,2%</b>
<b>Total</b>	<b>173.752,96</b>	<b>24.656</b>	<b>100%</b>

## 6. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2008

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Portugal	4.864,14	270	53%
Estados Unidos	1.013,12	184	36%
Panamá	84,90	27	5%
Barbados	61,45	13	3%
<b>Subtotal</b>	<b>6.027,07</b>	<b>494</b>	<b>97%</b>
<b>Total</b>	<b>6.039,90</b>	<b>511</b>	<b>100%</b>

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

Estadísticas - Importaciones 2201.90.0000 Las Demás.



## ANÁLISIS ESTADÍSTICO: 2008-2010 ENERO-DICIEMBRE

**2201.000000: Agua, incluidas el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizada, hielo y nieve.**

✓ **2201.90.0000 Las demás**

En el año 2008, el principal país abastecedor fue Portugal fue con una participación en el mercado del 53%. Seguidamente, Estados Unidos con un 36%, de tercer lugar Panamá con un 5% y de cuarto lugar Barbados con el 3%. Además de estos cuatro países, también tuvo menor participación Irlanda y España.

En el año 2009, Francia fue el principal proveedor, con US\$ 13,8 millones y una participación del 56%, seguido de Cuba con 38% (US\$ 9,4 millones) y en tercer lugar Estados Unidos con 4,6% de participación (US\$ 1,1 millones). En el referido año 2009, otros cuatro países tuvieron menor participación en las importaciones, como: Portugal, Panamá, Barbados y España.

Al cierre del año 2010, el principal país abastecedor fue Francia con 94,69% de participación y un monto superior a los US\$ 6,14 millones, seguido de Italia, Estados Unidos y Alemania.

**Nota importante:** al ser una partida arancelaria amplia, “Las demás” es probable que las cifras anteriormente mostradas incluyan otro tipo de bebidas que no necesariamente sean aguas minerales (tales como jugos, bebidas energizantes, leches, aguas saborizadas, entre otras).

2202.10.0000 Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada.

### 7. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2010

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Perú	75.080,00	3.216	42%
Austria	10.000,00	997	13%
Italia	14.622,38	858	11%
España	10.354,50	758	10%
<b>Subtotal</b>	<b>110.056,88</b>	<b>5.829</b>	<b>76%</b>
<b>Total</b>	<b>127.271,74</b>	<b>7.699</b>	<b>100%</b>

### 8. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2009

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Perú	78.560,00	3.397	51%
Italia	14.906,45	1.341	20%
Estados Unidos	21.261,95	1.065	16%
Siria	1.516,76	264	4%
<b>Subtotal</b>	<b>116.245,16</b>	<b>6.067</b>	<b>91%</b>
<b>Total</b>	<b>127.886,07</b>	<b>6.600</b>	<b>100%</b>

### 9. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2008

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	57.490,07	15.720	66%
Perú	66.818,13	2.441	10%
China	16.649,10	2.086	9%
Francia	15.208,00	1.539	6%
<b>Subtotal</b>	<b>156.165,30</b>	<b>21.786</b>	<b>91%</b>
<b>Total</b>	<b>184.082,43</b>	<b>23.897</b>	<b>100%</b>

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

Estadísticas – Importaciones 2202.10.0000 Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada.



## ANÁLISIS ESTADÍSTICO: 2008-2010 ENERO-DICIEMBRE

**2202.000000:** Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida nº 20.09.

- ✓ **2202.10.0000 Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada.**

En el año 2008, el principal país abastecedor fue Estados Unidos con US\$ 15,7 millones y una participación en el mercado del 66%, seguidamente, Perú con un 10%, China con un 9% y Francia de último lugar con un 6%. Además de estos cuatro países, también tuvo participación menor Italia, Siria, Líbano, entre otros seis.

En el año 2009, Perú desplaza a Estados Unidos, colocándose en primer lugar con una participación del 51% (US\$ 3,3 millones), seguido de Italia con un 20% (US\$ 1,3 millones). En tercer lugar se ubicó Estados Unidos con 16% de participación, seguidamente de Siria con un 4%. En el referido año 2009, otros seis países tuvieron participación en las importaciones, tales como: Líbano, Alemania, Brasil, entre otros.

Al cierre del año 2010, Perú sigue liderando el primer lugar con un 42% de participación y un monto superior a los US\$ 3,2 millones, seguido de Austria con 13% (cercano a US\$ 1 millón). En tercer lugar, se ubicó Italia con 11% y en cuarto lugar España con el 10% de participación en el mercado. En el referido año, además de los países mencionados, también tuvo participación menor Francia, Alemania, entre otros.

**Nota importante:** al ser una partida arancelaria amplia, “Las demás”, es probable que las cifras anteriormente mostradas incluyan otro tipo de bebidas que no necesariamente sean aguas minerales (tales como jugos, bebidas energizantes, leches, aguas saborizadas, entre otras).



2202.90.0000 Las demás

### 10. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2010

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	1.320.496,02	391.334	42%
Colombia	1.921.179,98	233.103	25%
Austria	386.336,84	83.737	9%
México	448.725,61	55.864	6%
Chile (7)	157.130,00	9.704	1%
<b>Subtotal</b>	<b>4.233.868,45</b>	<b>773.742</b>	<b>83%</b>
<b>Total</b>	<b>5.016.026,21</b>	<b>929.727</b>	<b>100%</b>

### 11. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2009

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Colombia	6.352.373,94	580.493	31%
Austria	1.445.964,67	448.779	24%
Estados Unidos	1.072.477,72	318.628	17%
México	1.200.966,56	136.379	7%
Chile (5)	1.751.271,20	104.969	6%
<b>Subtotal</b>	<b>11.823.054,09</b>	<b>1.589.248</b>	<b>85%</b>
<b>Total</b>	<b>13.340.131,60</b>	<b>1.847.354</b>	<b>100%</b>

### 12. IMPORTACIONES DE VENEZUELA- AÑO 2008

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Colombia	8.833.459,73	900.258	39%
Austria	1.477.983,80	428.303	18%
Estados Unidos	1.426.915,76	367.665	16%
República Dominicana	852.440,00	113.150	5%
Chile (4)	3.181.377,58	253.351	11%
<b>Subtotal</b>	<b>15.772.176,90</b>	<b>2.062.727</b>	<b>89%</b>
<b>Total</b>	<b>17.716.494,22</b>	<b>2.326.667</b>	<b>100%</b>

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

Estadísticas - Importaciones 2202.90.0000 Las demás.



## ANÁLISIS ESTADÍSTICO: 2008-2010 ENERO-DICIEMBRE

**2202.000000:** Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida nº 20.09.

✓ **2202.90.0000 Las demás.**

En el año 2008, el principal país abastecedor fue Colombia con un monto cercano a US\$ 1 millón y una participación en el mercado del 39%, seguidamente, Austria con un 18%, Estados Unidos con un 16% y de cuarto lugar Chile con un 11%. Además de estos cuatro países, también tuvieron participación otros dieciocho países, como: República Dominicana, Alemania, Holanda, entre otros. En este mismo período, como se mencionó anteriormente, Chile tuvo una importante participación en el mercado venezolano (11% de participación equivalentes a US\$ 253,3 millones). Sin embargo, se tiene información certificada que Chile no exporta aguas a Venezuela, por lo cual esta cifra indicada seguramente corresponde a otro tipo de bebidas no alcohólicas enviadas por Chile al mercado venezolano.

En el año 2009, nuevamente Colombia lidera el primer lugar con US\$ 580,4 millones y una participación del 31%, seguido de Austria con un 24%. En tercer lugar se ubicó Estados Unidos con 17% de participación, seguidamente de México con un 7%. En el referido año 2009, Chile queda de quinto lugar con un 6% con US\$ 104,9 millones. Por otra parte, además de estos cinco países, otros dieciséis países tuvieron participación menor en las importaciones de aguas, como: Canadá, Perú, y Austria.

Al cierre del año 2010, Estados Unidos desplaza a Colombia con un 42% de participación y un monto superior a los US\$ 391,3 millones, seguido de Colombia con 25% (US\$ 233,1 millones). En tercer lugar, se ubicó Austria con 9% y en cuarto lugar México con el 6% de participación en el mercado. Por su parte, Chile se ubicó en el séptimo lugar con (US\$ 9,7 millones) equivalentes al 1% de participación en el mercado de las importaciones venezolanas. También, es importante destacar que, en el referido año además de los países mencionados, también tuvo participación menor Canadá, Holanda, Francia, entre otros.

**Nota importante:** al ser una partida arancelaria amplia, “Las demás”, es probable que las cifras anteriormente mostradas incluyan otro tipo de bebidas que no necesariamente sean aguas minerales (tales como jugos, bebidas energizantes, leches, aguas saborizadas, entre otras).

Como se puede apreciar, Francia lidera en forma importante el mercado de las aguas gourmet de origen importado, siendo una de sus principales marcas presentes Perrier y Evian, información que se pudo constatar en las visitas efectuadas a puntos de venta. Asimismo, se observó en puntos de venta la presencia de aguas procedentes de Estados Unidos, Italia, Corea, Argentina, entre otros países antes mencionados.

## ANTECEDENTES SOBRE PRODUCCIÓN NACIONAL

Venezuela es un país altamente dependiente de las importaciones, tanto de materias primas, bienes intermedios y productos terminados que se adquieren en mercados internacionales. Se estima que más del 80% de los productos que consume el país, son de origen importado. El aparato productivo de bienes no petroleros, se encuentra debilitado y no posee la capacidad de atender la demanda interna.

Sin embargo, se puede destacar que la producción de aguas minerales en Venezuela no es escasa. Se encuentran dos empresas que abastecen el mercado local y su distribución llega a los consumidores a través de las cadenas de supermercados y tiendas propias. Una de ellas es Pepsi Cola Venezuela, C.A., empresa que fabrica y comercializa el agua mineral marca Minalba, en sus tres presentaciones: agua mineral, saborizada y sparkling.

En diciembre de 1996, se concreta una asociación estratégica entre PepsiCo Internacional y Empresas Polar. Nace así en el año 2000 Pepsi-Cola Venezuela, C.A., cuyo objetivo es producir y comercializar las marcas de PepsiCo, así como las marcas locales de Empresas Polar, principal empresa venezolana en la producción de alimentos, productos de consumo masivo y cervezas, con red de distribución a nivel nacional.

**Pepsi-Cola Venezuela<sup>1</sup>** cuenta con un gran portafolio de marcas dentro de las categorías de Bebidas Carbonatadas y No carbonatadas. Con ellas satisface diversas necesidades del consumidor como las de hidratarse, nutrirse, disfrutar, refrescarse o acompañar sus comidas, cubriendo distintas ocasiones tanto dentro como fuera del hogar. Cada producto cuenta con los más altos estándares de calidad y sabor, haciendo que todos tengan un posicionamiento elevado.

Las marcas de Pepsi-Cola Venezuela se caracterizan por su innovación, variedad y por mantenerse a la vanguardia. Minalba es una de ellas, la cual además de consolidar su portafolio actual, es la marca pionera en el segmento de aguas saborizadas con su marca Minalba Flavors (primera agua saborizada del mercado venezolano, que con un toque de sabor natural a frutas cítricas, sin azúcar, sin calorías, brinda “un disfrute único del bienestar en todo momento”) y Minalba Sparkling (única agua 100% pura de manantial ligeramente gasificada). Los consumidores de Minalba Flavor podrán disfrutar de tres sabores cítricos: Limón, Naranja y Toronja Rosada, disponible en una innovadora y práctica botella plástica PET de 600 ml.

1. [http://www.empresas-polar.com/docs/pepsico\\_ficha.pdf](http://www.empresas-polar.com/docs/pepsico_ficha.pdf)

Minalba Sparkling, es la única agua mineral ligeramente gasificada 100% pura de manantial hecha en Venezuela, envasada sin ningún tipo de tratamiento químico, lo que garantiza su pureza desde el origen. La gasificación del agua es realizada mediante un proceso de inyección del gas realizado al momento de envasar el agua de manantial.

Una de las novedades con las que Pepsi-Cola Venezuela ha contribuido a dinamizar el mercado de bebidas no alcohólicas ha sido H2Oh!, bebida con un toque de 7Up (refresco), ligeramente gasificada y sin calorías, en perfecta combinación con el bienestar de una natural.

Por otra parte, otra empresa venezolana muy importante en el mercado de las aguas minerales es la transnacional Coca-Cola Company (Coca-Cola Servicios de Venezuela). Esta empresa se lanza a competir en el mercado de las aguas saborizadas bajo la marca Nevada, con tres versiones que combinan la pureza del agua con deliciosos sabores naturales de limón, toronja y la novedosa flor de jamaica.

Actualmente, en Venezuela, las aguas saborizadas representan solo 2% del volumen de ventas de la categoría de aguas empaçadas, mientras que en otros mercados como Colombia equivale a 20% del valor.

Un estudio de mercado realizado por The Coca-Cola Company, revela que la empresa alcanzó excelentes resultados, con más de 74% de intención de consumo de Nevada Sabores.

La investigación también demostró que los principales motivadores de compra de aguas saborizadas en Venezuela, son el sabor, la disponibilidad y el empaque diferencial; tres factores que la empresa Coca-Cola no dudó en capitalizar con su propuesta, incorporando otros elementos como el color, que brinda la sensación de estar ingiriendo una refrescante infusión y la novedad, a través de su versión flor de jamaica, que promete propiedades curativas científicamente comprobadas como la pérdida de peso, el efecto diurético y el combate del colesterol dañino. Además, un diseño atractivo de la botella que sigue la línea de la NEVADA tradicional y un plan innovador de distribución a cargo de nuestro socio Coca-Cola FEMSA, son otros de los factores que garantizan el éxito de esta nueva marca de The Coca-Cola Company”.

Estas empresas antes mencionadas, son las que lideran el mercado de las aguas gourmet en Venezuela, ya que además de diseño, variedad de sabores y una disponibilidad a nivel nacional, estas empresas combinan el factor precio-calidad en sus productos, brindando así un producto con muy buena calidad y precios atractivos.

# V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

En Venezuela, el mercado de las bebidas no alcohólicas es un segmento muy amplio, altamente competitivo y compuesto por siete categorías principales, sin ningún orden específico: refrescos, malta, jugos de larga y corta duración, bebidas isotónicas (bebidas rehidratantes o bebidas deportivas), bebidas achocolatadas, té listo y agua mineral.

En el caso del agua mineral, según información de prensa, en Venezuela, este tipo de bebidas representa sólo 2% del volumen de ventas de la categoría de aguas empaçadas.

Sin embargo, según un estudio de mercado realizado por Coca-Cola, empresa que comercializa el agua mineral Nevada en el país, se ha incrementado 15% la intención de consumo de aguas saborizadas de color, en comparación con las opciones incoloras. Las cifras destacan, además, que el mercado de agua embotellada representa 8% del sector de bebidas no alcohólicas en Venezuela.

Por otra parte, en reciente entrevista de prensa efectuada a un importador de aguas procedentes desde Holanda, se indica que en el primer trimestre del 2011 han tenido un crecimiento de un 45%, en comparación con el último trimestre del año 2010, lo que demuestra el creciente interés del consumidor venezolano por el segmento de las aguas gourmet.

Considerando los precios observados en distintos locales comerciales, las marcas nacionales ofrecen mejores precios que las importadas. El precio más alto de las opciones nacionales resulta inferior al más bajo de las marcas importadas. Sin embargo, entrevistas de opinión calificada afirmaron que existe un importante segmento de consumidores de aguas gourmet, entre las marcas importadas más vendidas en el país son: Evian (Francia), Perrier (Francia) y San Pellegrino (Italia), en el caso de las gasificadas; y en el caso de las aguas saborizadas, destaca la marca OKF, procedente de Corea.

Venezuela es el segundo país del mundo con el más alto consumo per cápita de Whisky, bebida alcohólica que usualmente es acompañada con agua gasificada.

El mercado de las aguas gourmet se encuentra en importante crecimiento en Venezuela y en los actuales momentos es propicia la ocasión para presentar la oferta de Chile a empresas importadoras de alimentos de consumo masivo y por otra parte de licores, considerando la amplia llegada que poseen tanto a nivel de supermercados como de restaurantes.

**Nota:** Información extraída del diario “El Nacional”. Nevada le puso sabor y color al agua. Fecha: 27 de Mayo de 2009.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Según entrevistas de opinión calificada, las ventas de aguas se colocan en un 25%-30% en restaurantes y un 75%-80% en supermercados. Las botellas más utilizadas para restaurantes son las de vidrio de 250ml y 330ml con tapa corona, para destaparla a la vista del consumidor, la cual suele ser ordenada principalmente para mezclarlas con bebidas alcohólicas, como whisky, vodka, entre otras bebidas a gusto del consumidor; y para supermercados las más comercializadas son Four Pack o Six Pack de botellas vidrio de 330ml o 250ml y PET's de 500ml y 1,5 lt con tapa de rosca. Sin embargo, el PET pierde más rápido el gas, en el caso de las aguas gaseadas, que las botellas de vidrio, aunque ambas se comercializan muy bien en Venezuela.

Con relación a las impresiones o etiquetado, cada marca posee su propio diseño, impreso en la botella, usualmente son etiquetas de papel autoadhesivas.

Con respecto a las formas del consumo de aguas gourmet, tanto de origen nacional como importadas, los hábitos de los venezolanos se pueden distinguir en los consumidores corrientes, que realizan la compra dependiendo del precio del producto, sin importar la marca y el origen; consumidores potenciales, que no consumen el producto pero pueden pasar a ser consumidores, debido a que le gusta probar nuevas marcas y nuevos productos.

Debido a la alta cultura de consumo de bebidas alcohólicas del consumidor venezolano, las aguas gourmet se pueden adquirir en todo tipo de lugares como: supermercados, bodegones, licorerías, bares y discotecas (gasificadas), restaurantes, tiendas de delicatessen, entre otros.

De igual forma es importante destacar que las aguas gourmet son consumidas por público de todas las edades, principalmente después de la adolescencia.

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

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

La página web de la empresa Akuana (produce agua mineral en botellas de plástico PET con un novedoso y práctico diseño de 499ml y lanzará su producción en agosto del año 2011), es un ejemplo de estas nuevas tecnologías de comercialización, es muy sencilla la compra y se puede elegir la cantidad de ejemplares a comprar. Para mayor información puede visitar: <http://www.akuana.com/producto.asp>

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

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

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

[http://www.licoresmundiales.com/catalogo\\_productos.php?id=8](http://www.licoresmundiales.com/catalogo_productos.php?id=8)

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

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

Con respecto a la información recopilada de representantes de varias empresas importadoras en Venezuela, existe una fuerte participación en el mercado de las aguas minerales (saborizadas, gaseadas, etc.), liderado por Coca-Cola y Pepsi-Cola. Los clientes de ambas empresas se encuentran satisfechos por la relación precio-calidad y los tiempos de entrega que les ofrecen.

En cuanto a las aguas importadas, la demanda es inducida, es decir, no es una categoría que haya alcanzado un posicionamiento significativo por sí sola en cuanto al consumo de agua gaseada, debido a que el consumidor venezolano aún no tiene el hábito de consumirla en el día a día (en especial la gasificada), sino en ocasiones o lugares específicos. Por el contrario, las aguas saborizadas posee un margen de crecimiento significativo en comparación con las demás.

Se presume que el 2% de la población venezolana de estrato social A-B (2,31% de la población según la prestigiosa firma consultora Datanálisis) tiene ingresos como para incluir aguas gourmet en sus compras habituales y/u ocasionales. De igual manera el estrato socioeconómico C (17,6%) se encuentra en crecimiento, tomando como factor primordial el precio del producto. El resto de la población, depende de un ingreso para vivir, con esto se refieren al segmento C, D y E en el país. Afirmaron, que el hecho de "ganar poco", no quiere decir que elegirán el producto más económico, ya que a las masas les gusta el "lujo", siempre aspiran a lo mejor siempre y cuando este dentro de sus posibilidades.

Es por ello que es muy importante la labor de promoción y mercadeo que se realice para su lanzamiento y posicionamiento.



En relación a las aguas minerales importadas, en Venezuela, se observa un importante crecimiento, tanto en supermercados, restaurantes, farmacias, cafés, etc., ya que las aguas gourmet extranjeras poseen variedad, calidad y prestigio frente a las marcas nacionales que principalmente se enfocan en liderar con precios competitivos.

Por otra parte, los entrevistados sugirieron, además, educar al consumidor venezolano con experiencias de marca para crear un hábito de consumo, ya que en el caso de las aguas gourmet, son productos con gusto adquirido, comerciables por su contenido y no por el precio que estos posean.

De acuerdo a lo anterior, los potenciales importadores venezolanos se encontraron muy interesados en evaluar nuevos proveedores que puedan brindarles innovadores productos que combinen calidad, precio, diseño y prestigio.

También señalaron, que uno de los inconvenientes que presentan al momento de importar, es el procedimiento para solicitar el CNP (Certificado de No Producción), que conduce a la obtención de divisas oficiales, lo que ha conducido a buscar otras fuentes de divisas alternativas, según se induce en Anexo I.

Sin embargo, los fabricantes e importadores venezolanos se encontraron muy interesados en evaluar los productos chilenos que combinen calidad, precio, diseño y prestigio, además de aprovechar las ventajas que ofrece el Acuerdo de Complementación Económica vigente (cero arancel), que es realmente atractivo en comparación con el 20% de arancel general venezolano.

También se mencionó la importancia de que las nuevas aguas gourmet de Chile a ofrecer en Venezuela, tengan atractivos especiales en el empaque (slogan, promesa básica, historia o ubicación del manantial, pureza, si proviene de la Patagonia debe indicarlo, etc.), lo cual permite mayor facilidad para su lanzamiento, mercadeo y comercialización.

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

Las aguas gourmet (saborizadas, gaseadas, aromatizadas etc.), se comercializan durante todo el año en Venezuela. Es decir, no existe en si una temporada donde haya mayor o menor demanda del producto, ya que es un producto de primera necesidad y su demanda se comporta de manera uniforme durante todo el año.

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

Las aguas gourmet en general se venden en todos los estados de Venezuela, con mayores volúmenes en las principales ciudades de alta densidad poblacional como: Caracas, Maracaibo, Valencia, Maracay, Barquisimeto y Puerto Ordaz.

Los centros de consumo de este producto son restaurantes, supermercados, panaderías, farmacias, gimnasios, spas, seguido de restaurantes, reuniones sociales, eventos gastronómicos, entre otros.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En Venezuela, existen dos canales de comercialización; la vía formal y la vía informal.

Con respecto al conducto formal de comercialización, se pueden mencionar: Empresas de representaciones o broker que representan y colocan productos en empresas importadoras u otros; empresas importadoras y a la vez distribuidoras; cadenas de supermercados que realizan importaciones directas, etc.

Tradicionalmente, en el mercado venezolano los márgenes -en los diferentes eslabones de la cadena de comercialización- son elevados en comparación con Chile.

Según información recopilada en las diversas entrevistas realizadas, los márgenes de comercialización entre el importador y los supermercados se encuentran entre un 25%-30% de ganancia sobre el precio del producto, igualmente para los restaurantes.

En cuanto a los márgenes entre supermercados- consumidor final, estos agregan al precio de compra del producto un 20% aproximadamente al precio de venta del mismo. Esta información también es válida para las tiendas de delicatessen.

Por otra parte, los márgenes entre restaurantes- consumidor final se encuentran aproximadamente entre 70%-80% sobre el precio de venta que ofrece el importador.

En el caso de las aguas gourmet, en Venezuela, los canales de distribución y comercialización además de los mencionados, también se incluyen los gimnasios, spas, restaurantes, entre otros.

Por otra parte, existe el canal informal de importación, donde se consiguen -incluso en supermercados- aguas importadas sin número de registro sanitario en diversos puntos de venta, inclusive de la misma marca que traen importadores formalmente establecidos.

# VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

## Producción Nacional:

Producto / Marca	Precio al detal por Botella (Bs.F) (Precio punto de venta) <sub>1</sub>	Contenido (ml)
Sparkling/ Minalba	7.78	600
Flavor/ Minalba	7.78	600
Agua Saborizada/ Nevada	6.50	600
Agua Gaseada/ Trevi	11.00	250

1. Los precios incluyen IVA (Impuesto al Valor Agregado) equivalente al 12%.

Productos Importados:

Producto / Marca	País de Procedencia	Precio al detal por Botella (Bolívares) (Precio punto de venta) <sub>1</sub>	Contenido (ml)
Agua gasificada/ S. Pellegrino	Italia	28.90	500
Pink grapefruit/ Perrier	Francia	23.81	500
Agua gasificada/ Pedras	Portugal	14.15	250
Agua saborizada/ OKF	Corea	58.54	1500
Agua saborizada/ OKF	Corea	25.39	500
Agua gasificada/ Carvalhelhos	Portugal	35.27	1000
Agua gasificada/ Perrier	Francia	27.44	750
Agua gasificada/ Perrier	Francia	20.05	500
Agua gasificada/ Perrier	Francia	10.67	330
Agua gasificada/ Voss	Noruega	75.20	800
Agua gasificada/ Voss	Noruega	38.40	375
Sparkling / Izze	Estados Unidos	32.72	340

Agua saborizada/ SOBE Life Water	Estados Unidos	29.76	240
Agua gasificada/ Acqua Panna	Italia	41.80	1000
Agua gasificada/ OGO	Holanda	15.99	330
Agua sparkling/ Ferrarelle	Italia	18.50	750
Agua sparkling/ Louquen Reserve	Argentina	35.99	750

Los precios incluyen IVA (Impuesto al Valor Agregado) equivalente al 12%.

Tipo de Cambio oficial: Bolívares 4,30 por dólar y en caso que sea a través del SITME del Banco Central de Venezuela, sería de aproximadamente 5,30 bolívares por dólar.

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

Las estrategias y campañas de promoción publicitaria y de mercadeo, incluye la presencia de publicidad de las aguas gourmet en tiendas o locales comerciales, vallas, medios impresos, comerciales de televisión, spas, peluquerías, cafés, gimnasios, así como, el muestreo y acciones que involucran el disfrute del consumidor a través de experiencias refrescantes.

Además, de un diseño atractivo, cómodo e innovador, son otros factores que garantizan que el agua gourmet tenga un crecimiento en el mercado venezolano. Es decir, en Venezuela también se observan las tendencias y modas que empiezan a surgir, como “D-TEC” (la moda a destecnologizarce) una moda por los ambientes libres de tecnología y alimentos orgánicos que siguen muchos consumidores, pero muy diferente a la moda “verde” la cual se centra más en el tema ambiental-natural.

Es importante destacar que en Venezuela el factor moda-belleza se involucra con las estrategias y campañas que utilizan las distintas empresas locales, ya que la mayoría de los consumidores se preocupan por su salud física y mental. Por otra parte, las neveras exhibidoras del producto, es también una importante estrategia para la promoción y venta del producto en punto de venta.

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Las aguas gourmet en Venezuela se observan en varias presentaciones como: envases de plástico PET de 500ml y 1,5Lt; botellas de vidrio de 250ml, 330ml, 750ml, etc., en empaques fáciles de llevar de cartón, como el six pack, entre otros.

Las aguas gourmet se comercializan gracias a la variedad de sabores que se observan en el mercado. Se encuentran las saborizadas de toronja, flor de jamaica, limón, aloe vera, mango, fresa, melocotón, entre otros sabores. También están las gasificadas o sparkling, ideales para acompañarlas con un whisky; las aromatizadas; con vitaminas, entre muchas más.

Según la información recopilada, las aguas en envases PET son más acogidas en supermercados, mientras que en botellas de vidrio principalmente en restaurantes.

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

1. A través del Servicio de Información Comercial de ProChile, los exportadores podrán adquirir información actualizada de las empresas venezolanas importadoras de aguas minerales o interesadas en serlo, y persona contacto que se encuentra a cargo de las compras (teléfono, fax, email, website, etc.).
2. Se sugiere organizar visitas y misiones comerciales con la finalidad de dar a conocer las características del mercado de las aguas gourmet, así como realizar campañas y promociones que den a conocer el producto, para lo cual esta Oficina Comercial prestará todo el apoyo necesario que contribuya a esta iniciativa.
3. De acuerdo a entrevistas de opinión calificada, se sugiere una llamativa (incluyendo atractiva leyenda en el etiquetado), cómoda y variada presentación, es decir, variedad de sabores, empaques y precios para una buena comercialización en el mercado venezolano.

Por otra parte, es muy importante que el empaque, botella o envase de agua, posea al reverso una breve reseña de su historia o procedencia, para que de esta manera el consumidor este informado del producto que va a consumir, además que añade prestigio al

producto y por ende obtendrá una mejor comercialización. Además, el costo es un factor muy importante para los importadores venezolanos a la hora de elegir un producto debido a la combinación precio-calidad como estrategia de mercado que ofrecen las empresas locales.

4. Como se mencionó anteriormente, el precio también será de vital importancia para surgir en el mercado, es decir, no hay que dejar a un lado todos estos aspectos que servirán de estrategias para una mejor comercialización del producto. Lo que se quiere con esto, es que el consumidor al llegar a un local comercial, gimnasio, spa, café o inclusive a su hogar, el agua gaseada, saborizada, aromatizada, etc., pueda reemplazar a un refresco, ya que es mucho más saludable y más acorde a estos ambientes.
5. También, se sugiere realizar campañas y promociones que den a conocer el producto como publicidad con contenido, catas, estrategias comunicacionales, entre otras, para lograr mucho más alcance y que el consumidor pueda observar los valores y atributos de esta categoría.

Como estrategia de promoción se sugiere que el exportador apoye al futuro importador en colocar stands exhibidores o vitrinas refrigeradas en los importantes puntos de venta.

6. En cuanto a los empaques, se recomiendan los six pack para la posible venta a supermercados, las botellas de vidrio para el segmento de restaurantes, botellas con formato deportivo, exhibidores o neveras de la marca a comercializar para ubicarlos en spas, gimnasios, cafés, etc.
7. Se sugiere desarrollar alianzas con empresas importadoras de alimentos de consumo masivo o empresas dedicadas a la importación de licores, para de esta manera aumentar la comercialización con los restaurantes, la cual actualmente representa el 30%.

Así mismo, se podría evaluar efectuar alianzas con empresas venezolanas productoras de aguas saborizadas, que podrían interesarse en incorporar en su portafolio aguas gourmet de Chile, para complementar su actual oferta.

8. Como estrategia de penetración, además del atractivo contenido de la historia del agua o manantial, se sugiere efectuar campañas comunicacionales de usos alternativos del producto, aporte a la salud, diurético, uso cosmético (rociadores), entre otros.
9. En adecuada coordinación con ProChile Caracas, se sugiere evaluar la Participación en el Festival Gourmet Internacional, principal evento de promoción de productos del sector, donde tradicionalmente la oficina comercial cuenta con un espacio institucional para la promoción de productos de Chile de este sector.

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

1. **Festival Gourmet Internacional**, que se realizará en Caracas entre el 27 y 30 de octubre de 2011, con una muy fuerte presencia de la oferta del sector vinos, licores y productos gourmet. Este evento se realizará en el Centro Internacional de Exposiciones de la Universidad Metropolitana (CIEC). El Salón está dirigido a profesionales, empresarios, periodistas, expertos y aficionados a la gastronomía, abierto al público previo pago. Para mayor información, visitar el sitio Web: [www.festivalgourmetinternacional.com](http://www.festivalgourmetinternacional.com) , o bien contactar a la Oficina Comercial de ProChile en Caracas.
2. **Salón Internacional de la Gastronomía**, que se realiza anualmente (principios del mes de octubre), organizado por la revista Exceso del Diario El Nacional. Es de menor categoría que el Festival Gourmet Internacional, pero igualmente sirve de vitrina de promoción de los productos gourmet. Para más información visitar: [www.saloninternacionaldegastronomia.com](http://www.saloninternacionaldegastronomia.com)
3. **ASESORIAS GOURMET**  
Recientemente se llevó a cabo en Caracas (29/6) una Cata privada, previo pago de inscripción, de aguas y otros productos, organizada por una importante periodista especializada en gastronomía; en una importante tienda y restaurant de comercialización de vinos y delicatessen, entre productos gourmet.  
Degustación dirigida de Aguas armonizadas con vino y comida. “2 Gustos 2 Vanessas”. Invitada especial: Vanessa Rolfini, periodista especializada en gastronomía y blogger.  
[www.historiasdesobremesa.blogspot.com](http://www.historiasdesobremesa.blogspot.com);  
Lugar: De Casta Life & Food, Web: [www.decasta.com.ve](http://www.decasta.com.ve)  
Contacto en la organización: Vanessa Barradas (Periodista).  
Teléfono: 58- 412 3685086 / Correo: [vanessabarradas1@gmail.com](mailto:vanessabarradas1@gmail.com)



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

- ✓ SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION ADUANERA Y TRIBUTARIA, SENIAT: <http://www.seniat.gob.ve>
- ✓ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DE VENEZUELA, INE: <http://www.ine.gob.ve>
- ✓ MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA SALUD: <http://www.mpps.gob.ve/ms/>
- ✓ INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE RAFAEL RANGEL: <http://www.inhrr.gob.ve>
- ✓ SERVICIO AUTÓNOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: <http://www.sapi.gob.ve>
- ✓ COMISIÓN ADMINISTRADORA DE DIVISAS (CADIVI): <http://www.cadivi.gob.ve>
- ✓ MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA ALIMENTACIÓN: [www.minpal.gob.ve](http://www.minpal.gob.ve)
- ✓ SERVICIO AUTÓNOMO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN, CALIDAD, METROLOGÍA Y REGLAMENTOS TÉCNICOS. SENCAMER: [www.sencamer.gob.ve](http://www.sencamer.gob.ve)
- ✓ FONDONORMA (NORMAS DE CALIDAD COVENIN): [www.fondonorma.org.ve](http://www.fondonorma.org.ve)
- ✓ BANCO CENTRAL DE VENEZUELA [www.bcv.org.ve](http://www.bcv.org.ve)
- ✓ <http://www.minalba.com.ve/>
- ✓ <http://comerciocorporativo.blogspot.com/2009/05/nevada-avanza-con-sabor-y-todo-color.html>
- ✓ <http://www.empresas-polar.com/pepsi-cola-venezuela>
- ✓ PARA CONSULTAS DE GACETAS OFICIALES: <http://www.pgr.gob.ve/Recursos/gaceta.asp>
- ✓ BOLIVARIANA DE PUERTOS: [www.bolipuertos.gob.ve](http://www.bolipuertos.gob.ve)
  
- ✓ PRINCIPALES PERIODICOS DE CIRCULACION NACIONAL:
  - Diario El Universal: <http://caracas.eluniversal.com/>
  - Diario El Nacional: <http://www.el-nacional.com/>
  - El Mundo Economía y Negocios: <http://www.elmundo.com.ve/>
  - Diario Tal Cual: <http://www.talcualdigital.com/>
  - Diario Ultimas Noticias: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/>
  - Diario Reporte de la Economía: <http://www.diarioreportedelaeconomia.com/>
  - Diario Vea: <http://diariovea.com.ve/>

## Anexo I

### “FORMAS DE PAGO EN VENEZUELA”

#### I.- Control de Cambios

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

Para realizar operaciones de comercio exterior, el importador debe solicitar una Autorización de Adquisición de Divisas (AAD) antes de materializar la importación y una Autorización de Liquidación de Divisas (ALD), luego de la internación de los bienes, correspondientes a la operación comercial para poder optar por el pago en moneda extranjera al tipo de cambio oficial.

Por otra parte, las operaciones se pueden llevar a cabo en el marco del Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos de la **Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)**. Para esto, la operación debe realizarse entre países miembros de **ALADI** y con productos originarios de los mismos. Además de cumplir con los requerimientos que establece **CADIVI** para poder canalizar los pagos por concepto de las importaciones en el marco de este Convenio latinoamericano.

Sin embargo, importadores de productos chilenos allegados a la Oficina Comercial de ProChile en Caracas, han señalado que en los actuales momentos existe más fluidez en la liquidación de solicitudes fuera del Convenio ALADI, aunque para la apertura de cartas de crédito en la banca comercial de este tipo de operaciones, se exige al importador el 100% de garantía en moneda local.

En el mes de enero del año 2011, las autoridades venezolanas pusieron en vigor los Convenios Cambiarios No. 14 y 15 (Gacetas Oficiales No. 39.584 del 30/12/2010 y 39.593 del 13/01/2011)<sup>1</sup>, por medio de los cuales se **elimina** la tasa cambiaria preferencial de Bs. 2,60 por dólar que estaba vigente a contar del mes de enero del año 2010.

En ese sentido, la paridad cambiaria oficial, para los productos considerados como prioritarios por el Gobierno, quedó de la siguiente manera (aplicable tanto al sector público como privado):

Bolívares 4,2893 por dólar para la compra / Bolívares 4,30 por dólar para la venta.

Sobre el sistema de pagos a través de la Comisión de Administración de Divisas, CADIVI, es recurrente el comentario de importadores que se observa mayor agilidad en las liquidaciones en los años 2010 y 2011, siempre y cuando el importador cumpla con los requisitos exigidos y se trate de productos considerados de primera necesidad, de acuerdo a listados de códigos arancelarios publicados por el Gobierno.

## II.- Sistema de Transacciones con Títulos en Moneda Extranjera (SITME)

Por otra parte, a partir de mediados del año 2010, el Banco Central de Venezuela publicó los lineamientos para operaciones en el Sistema de Transacciones con Títulos en Moneda Extranjera (SITME) que administra el Banco Central de Venezuela –BCV-, para la venta de dólares adicionales (anteriormente el mercado permuta de divisas) con una paridad cambiaria ubicada entre Bs. 5 y 6 por dólar (varía diariamente), a través de la compra/ venta de bonos.

<http://www.bcv.org.ve/c7/pdf/lineasitmejun10.pdf>

<http://www.bcv.org.ve/c4/notasprensa.asp?Codigo=8636&Operacion=2&Sec=False>

Por su parte, las personas jurídicas con domicilio fiscal en Venezuela, es decir empresas y compañías que entren dentro de la categoría de importadores de bienes y servicios, podrán adquirir títulos, a través del SITME, por un monto máximo de US\$ 50.000 diarios y US\$ 350.000 mensuales (no acumulativo).

<sup>1</sup> Se pueden bajar las gacetas por número de la dirección de internet siguiente: <http://www.pgr.gob.ve/Recursos/gaceta.asp>

Dentro de las condiciones que deben cumplir los importadores para poder acceder a este Sistema se encuentran:

- Tener un Registro vigente de Usuario de Divisas (RUSAD) en la Comisión de Administración de Divisas, CADIVI.
- Que la empresa no haya tenido acceso a divisas preferenciales liquidadas en CADIVI (con una Autorización de Liquidación de Divisas, ALD) en los últimos noventa (90) días calendario (independientemente del producto). La legislación no es clara, si las empresas pueden acceder a divisas en el SITME, para un fin distinto del que recibieron divisas mediante CADIVI.
- Para la contabilización de este plazo de espera tomando en cuenta operaciones canalizadas en CADIVI a través del Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos de la ALADI, la legislación no señala si los noventa (90) días se contabilizan a partir de la asignación del código SICAP de reembolso que otorga el Banco Central de Venezuela, considerando que las operaciones ALADI no cuentan con un ALD emitido por CADIVI.
- Presentar declaración jurada especificando el destino de los fondos (se declara el uso, ejemplo importaciones, más no es necesario detallar el producto a importar, a diferencia de CADIVI).
- Las personas jurídicas pueden usar una sola institución financiera al mes, y tener a lo menos, 45 días de antigüedad en la misma.

Las empresas solicitantes deben presentar un formulario de solicitud con una cantidad de documentos requeridos para evaluar la petición. El SITME establece un rango de precios de la divisa, con un valor techo establecido de Bolívares 5,29999 por dólar, la cual puede ser variada por el Banco Central de Venezuela a través de la modificación de la tabla de valor de los Títulos Valores.

La normativa del SITME no establece plazos para embarque ni nacionalización de la importación y expertos en la materia han señalado que lo ideal es que las divisas sean solicitadas y utilizadas para el pago de facturas con fecha posterior a la creación del SITME. No está claro el criterio de la autoridad para la selección de empresas, plazos ni asignación de montos. El retraso, asignación inferior a la

solicitada o rechazo, se debe posiblemente a menor disponibilidad del Banco Central de Venezuela para este Sistema. Según información publicada por el Diario El Universal el 21/03/2011, en el mes de septiembre de 2010 (8/09/2010) este Sistema alcanzó el monto máximo de aprobaciones con la marca de 81,12 millones de dólares, pero no todos los días es así. En lo que va de año, según señala el artículo, la negociación más alta que se ha registrado fue el 11/02/2011 con 40,95 millones. En el año 2011, el promedio diario de aprobaciones se ubica en los 30 millones.

Asimismo, no se debe efectuar declaración posterior después de la importación. Suele suceder que a los importadores les otorgan montos inferiores a los solicitados, lo cual implica esperar el mes siguiente para nuevas solicitudes hasta que puedan juntar el monto de divisas necesario para autorizar el embarque a su proveedor.

Como en muchos casos el límite máximo establecido de US\$ 350.000 dólares/mes se hace insuficiente para un importador, puede suceder que una misma empresa disponga de 2 o 3 compañías adicionales registradas, para poder tener mayor acceso y disponibilidad de divisas, para cumplir con sus compromisos a proveedores extranjeros. Si una empresa importa bienes prioritarios que puede acceder divisas a través de CADIVI y a la vez bienes no prioritarios que puede acceder a divisas a través del SITME, debe efectuar la gestión con cada organismo con personas jurídicas (compañías) diferentes, debido a la condición de acceso al SITME para aquellas empresas que no se les haya otorgado divisas mediante CADIVI en los últimos noventa (90) días calendario.

Despachos de abogados que prestan asesoría en materia cambiaria, han indicado que llama la atención que los lineamientos para operar a través de este sistema no han sido publicados en el ordenamiento jurídico interno (Gaceta Oficial), sino solamente en la página web del Banco Central de Venezuela sin firma de algún representante legal de esa entidad gubernamental.

También es usual que directivos de empresas soliciten divisas para viajes a través del SITME como persona natural (monto máximo establecido de US\$ 5.000 dólares / año) presentando la documentación

correspondiente, incluyendo boleto aéreo; la persona debe declarar que el uso de las divisas es para viajes; la persona debe tener una cuenta en dólares en el exterior y estar inscrita en CADIVI. Al no existir a la fecha el requerimiento de declaración jurada posterior de uso de divisas para viajeros, las mismas pueden ser utilizadas para el pago a proveedores a través de transferencias en el exterior, desde la cuenta de la persona natural al proveedor.

### III.- **Compra / Venta de Bonos de Petróleos de Venezuela (PDVSA) o del Banco Central de Venezuela**

Periódicamente, el Gobierno venezolano efectúa licitaciones a través de la banca comercial para la compra/ venta de bonos. A modo referencial, la última emisión tuvo las siguientes características:

- La petrolera estatal lanzó convocatoria para la oferta pública del Bono Amortizable PDVSA 2022, de hasta \$ 3.000 millones.
- Se recibieron 88.477 órdenes de compra (solicitudes), por un total de \$9.075,8 millones, triplicando la oferta nominal.
- Con acceso a personas tanto naturales (órdenes entre US\$ 3.000 y 10.000 dólares) como jurídicas (entre US\$ 3.000 y 20 millones).

El tipo de cambio implícito, producto de la compra/venta de bonos, se ubicó en un precio superior a los Bolívares 6 por dólar.

No está claro el criterio de la autoridad para la asignación de montos por persona / empresa debido a que la demanda siempre excede ampliamente a la oferta.

El uso de las divisas adquiridas a través de la compra y venta de bonos, no restringe su uso ni tampoco el importador debe efectuar declaración jurada posterior a su uso.

Por su parte, la compra y venta de bonos se encuentra considerada en la Ley de Ilícitos Cambiarios, artículo No. 2:

“Divisa: Expresión de dinero en moneda metálica, billetes de bancos, cheques bancarios y cualquier modalidad, distinta al bolívar, entendido éste como la moneda de curso legal en la República Bolivariana

de Venezuela así como también títulos valores que estén denominados en moneda extranjera o puedan ser liquidados en moneda extranjeras”.

El SITME se ha convertido también en un mecanismo alternativo que tienen los importadores para acceder a divisas que no han sido posible obtener a través de CADIVI ni del SITME.

#### **IV.- Bolsa Pública de Valores Bicentenario.**

A contar de finales del de enero de 2011, autoridades del Gobierno del ámbito económico realizaron anuncios a través de los medios de comunicación, de la inauguración de esta Bolsa Pública e inicio operaciones (31/01/2011).

Según declaraciones en prensa del Ministro de Finanzas, Sr. Jorge Giordani, “la Bolsa Pública permitirá transparencia a las operaciones de divisas en Venezuela, cosa que lamentablemente no ocurrió con el lado más especulativo del sistema financiero, que es el mercado de valores”.

Las operaciones de este organismo están sustentadas en la Ley de la Bolsa Pública de Valores Bicentenario, adscrita al Ministerio para la Planificación y Finanzas y aprobada en el mes de noviembre de 2010 por la Asamblea Nacional (AN, Parlamento) de Venezuela, y que permite al Estado prestar todos los servicios necesarios para efectuar operaciones con valores.

La estructura y organización de la Bolsa Pública de Valores Bicentenario está concebida, según las autoridades, para que se minimicen los costos asociados a la emisión, colocación, negociación e intermediación de los valores negociados, procurando que el mayor contenido económico de las operaciones transadas tenga un efecto sustantivo en las actividades financiadas con los valores negociados. Será un Instituto en el cual podrán participar tanto entes públicos como empresas del sector privado para recibir financiamiento por esta vía, con el objetivo es promover la producción, la inversión y el ahorro.

Es importante mencionar que las operaciones de las casas de bolsa (mercado permuta de divisas) fueron cerradas en el año 2009, como consecuencia de las excesivas comisiones de intermediación –que según el Gobierno- cobraban las casas de bolsa.

Según analistas y declaraciones de prensa, este mecanismo es el establecimiento nuevamente del anteriormente llamado mercado permuta de divisas y prevé, al parecer, la participación de casas de bolsa, con los debidos mecanismos de control por parte del Gobierno.

Sin embargo, al mes de marzo de 2011 aún no se publica su reglamentación e implementación y no está operando (desde principios del mes de febrero de 2011, se encuentra en etapa de recepción de documentos junto a la ficha de identificación el inversionista, para el registro de empresas interesadas).

Según información de prensa publicada por el Diario El Nacional el 23/02/2011, la inscripción es lo que permitiría invertir en los dos papeles disponibles por el momento: Toyota Services y Envases Venezolanos. Los bonos de la automotriz son a 3 años con una inversión mínima de 1.000 bolívares y durante el primer año reportan un interés del 14% durante los primeros seis meses, mientras que los dos años siguientes será a tasa variable al 75% de la tasa promedio a la que los bancos otorgan sus créditos. Envases Venezolanos, en cambio, ofrece una tasa fija del 15,71% los primeros seis meses y tienen un plazo de año y medio, y además están abiertos a inversiones más modestas que comienzan en 100 bolívares. Aunque todavía los detalles se desconocen, pronto estarán disponibles también papeles del Banco Occidental de Descuento y de Total Bank, emisiones que ya fueron aprobadas por las autoridades.

El tipo de cambio se estima que será el que dé el mercado de acuerdo a la oferta/demanda, con posibilidad de intervención por parte del ente regulador.

Se supone que será un mecanismo alternativo de adquisición de divisas producto de la compra/venta de bonos en esta Bolsa, que tendrán acceso los importadores (rangos del tipo de cambio aún no definidos). Adicionalmente, informaciones de prensa han señalado que el Ministerio del Poder Popular para las



Finanzas, avanza en un plan para que esta Bolsa Pública asuma el Control del SITME (El Universal, 21/03/2011).

#### V.- Pagos con recursos propios en el exterior <sup>2</sup>.

Existen empresas que dependen en alta medida de las importaciones para poder subsistir, por lo cual hay importadores que deciden mantener el flujo de pedidos y las relaciones con sus proveedores externos, a través del pago con divisas propias que poseen en el exterior, según los plazos de pago comúnmente establecidos. La Ley de Ilícitos Cambiarios en Venezuela, no prohíbe a las partes pactar el pago en el exterior.

#### VI.- Garantías adicionales y otros.

A simple vista, existen diversos mecanismos por medio de los cuales los importadores tienen acceso a divisas para poder cumplir con sus compromisos con proveedores internacionales.

Sin embargo, cada uno de las alternativas descritas anteriormente, tienen múltiples variables involucradas que en muchos casos no son controlables por los importadores y podrían ocasionar retrasos en los pagos de sus compromisos con proveedores externos.

Es por ello, que algunos exportadores chilenos e importadores venezolanos allegados a la Oficina Comercial de ProChile en Caracas, han señalado que cuando las relaciones comerciales están en fase de inicio, en que los actores involucrados se están conociendo y no se pueden establecer largos plazos de crédito para el pago de sus obligaciones, es usual que los proveedores externos soliciten en forma anticipada el 50% o el 100% de la operación comercial, que lo realiza el importador con recursos propios que tengan en el exterior.

---

<sup>2</sup> En Venezuela, es penalizada la compra/ venta de divisas **dentro del país** por fuera de los mecanismos oficiales establecidos (Ley de Ilícitos Cambiarios que hace legalmente imposible el efectuar el pago de divisas dentro del territorio nacional) pero no prohíbe a las partes pactar los pagos en el exterior.

Posteriormente, cuando se liquidan las divisas al exportador a través de cualquiera de los mecanismos descritos, el mismo procede a efectuar la devolución a su cliente, descontando las comisiones bancarias involucradas, o bien se considera como abono en garantía pedidos sub-siguientes.

Un importador puede tener acceso a divisas a través de la consecución de un crédito en dólares fuera de Venezuela, y posteriormente honrar sus compromisos con fondos en el exterior, lo cual no es penalizado por la legislación vigente de ilícitos cambiarios.

Existen otros mecanismos alternativos que las empresas importadoras han estado buscando asesoría legal como posibilidades para obtener divisas, tales como swaps modificados; operaciones con commodities; compra de bienes inmuebles en el exterior pagaderos en bolívares para su posterior reventa en dólares; creación de sucursales en el exterior con posibilidad de facturar en el exterior; etc., sin embargo, son mecanismos de adquisición de divisas no oficiales, que el importador debe estudiar detenidamente para no correr riesgos de penalizaciones por delitos cambiarios, multas o suspensiones.

## VII.- Certificado de Insuficiencia o de no producción nacional (CNP)

Cuando un rubro no ha sido declarado prioritario por el Ejecutivo Nacional, el importador debe solicitar ante el ministerio del ramo correspondiente esa certificación, que hace constar que el producto no se fabrica en el país o se produce en cuantía insuficiente. **El Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP)** es un instrumento requerido para la realización de trámites ante **CADIVI** o de El Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (**SENIAT**), relativos a la obtención de divisas o exoneración de impuestos de importación (Aranceles o IVA según el caso), sirve al mismo tiempo como recomendación a **CADIVI** para conceder una Autorización de Adquisición de Divisas (AAD), que conduce a la autorización de compra de divisas a precio oficial.

El día 5 de abril de 2010, se publicó en Gaceta Oficial N° 39.396, una resolución mediante la cual se publica el listado de los bienes – con su respectivo código arancelario – que requieren y los que no requieren el Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP), para el otorgamiento de la

Autorización de Adquisición de Divisas (AAD), establece para cada uno de ellos el tipo de cambio aplicable y el Ministerio responsable para su tramitación, listado disponible en la Oficina Comercial de ProChile en Caracas.

El otorgamiento del CNP es a discreción del funcionario del Ministerio involucrado si existe producción nacional suficiente de productos equivalente o sustitutos y no existe garantía de la obtención de este Certificado el cual conduce a obtener divisas al tipo de cambio oficial de Bolívares 4,30 por dólar, por lo cual deben recurrir a obtener divisas a través del SITME y/o compra de bonos que son ofertados periódicamente por el Gobierno.

**Si la operación comercial será pagada por el importador a través del Sistema SITME del Banco Central de Venezuela; de la compra de bonos; o con recursos propios en el exterior, no es exigible el referido Certificado de Insuficiencia de Producción Nacional, salvo para la exoneración del pago del I.V.A. en la aduana.**

Elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela / [prochilecaracasve@cantv.net](mailto:prochilecaracasve@cantv.net)  
Marzo de 2011

**"Información para uso exclusivo de ProChile y de los exportadores, prohibida su reproducción y/o difusión dentro de Venezuela, debido a la existencia de elementos altamente sensibles a la Ley de Ilícitos Cambiarios"**

## ANEXO II

**TRÁMITES PARA EL REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS EN VENEZUELA****Requisitos:**

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

**MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA ALIMENTACIÓN**

Dirección: Av. Andrés Bello, Edificio "Las Fundaciones" P.B Local 8 "Taquilla Única". Dirección de Mercadeo. Municipio Libertador. Distrito Capital. Venezuela.

Teléfono: 58-212-5770257

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

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 III**  
**TRÁMITES PARA EL REGISTRO DE MARCAS VENEZUELA**

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

**SERVICIO AUTONOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (SAPI).**

Dirección: Centro Simón Bolívar, Edificio Norte, Piso 4, El Silencio, Caracas.

Teléfonos: 58-212-4842661. Fax: 4831391. Correo-e: [sapi@sapi.gob.ve](mailto:sapi@sapi.gob.ve) Web: [www.sapi.gob.ve](http://www.sapi.gob.ve)

Coordinador de marcas: Dra. María Alejandra Medina, teléfono: 58-212-4842907.

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

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**

**REQUISITOS PARA EMISIÓN DE CERTIFICADOS DE NO PRODUCCION EN VENEZUELA**

- Timbre Fiscal 0.3 UT equivalente a Bs F. 19.50
- Solicitud del certificado de no producción (2 planillas que genera el sistema firmadas y selladas)

- Solicitud escrita del certificado de No Producción o Producción Insuficiente con exposición de motivo por parte de la Empresa.
- Descripción técnica y comercial de el (los) producto(s) a importar.
- Fotocopia de la factura comercial o factura pro-forma, de la próxima importación.
- Copia del RIF
- Copia de la C.I del representante legal. En caso de que la persona que firma sea un apoderado, deberá anexar fotocopia del poder notariado y fotocopia de la C.I del apoderado
- Copia de la declaración del ISLR con fecha de cierre del último año calendario y sellado en el año actual. En caso contrario, consignar Balance general o estado de ganancias y pérdidas 2010 (hasta 1 mes antes de la fecha de presentación) firmado por un Contador Público y visado por el Colegio de Contadores Públicos. En caso de no declarar, anexar la constancia de no contribuyente emitida por el SENIAT.
- Copia de la declaración del IVA (Vigente hasta 1 mes antes de la fecha actual). En caso de no declarar, anexar la constancia de no contribuyente emitida por el SENIAT
- Copia de la declaración del Impuesto Municipal (Vigente). En caso de no declarar, anexar la constancia de no contribuyente emitida por la Alcaldía o Hacienda Pública Municipal
- Registro Mercantil (Acta Constitutiva) y su última modificación (si la hubiere) resaltando a la persona solicitante.

**NOTA IMPORTANTE: 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:

**MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA ALIMENTACIÓN**

Dirección: Av. Andrés Bello, Edificio "Las Fundaciones" P.B Local 8 "Taquilla Única". Dirección de Mercadeo. Municipio Libertador. Distrito Capital. Venezuela.

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