

# PMP

# Estudio de Mercado Aceite de Oliva en Venezuela

2015

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

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



## I. TABLA DE CONTENIDO

<b>I. RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>4</b>
1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino. ....	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.....	4
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.....	4
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.....	5
5. Análisis FODA .....	5
<b>II. Acceso al Mercado .....</b>	<b>7</b>
1. Código y glosa SACH .....	7
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino .....	7
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores. ....	7
3.1. Acuerdo de Complementación Económica No. 23: .....	8
3.2. Mercado Común del Sur (MERCOSUR): .....	8
3.3. Preferencias arancelarias Venezuela – Perú. ....	8
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.....	9
4.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA).....	9
4.2. Costos de internación.....	9
4.3. Situación del Control cambiario en Venezuela .....	9
4.4. Agente de Aduanas .....	9
4.5. Almacenaje.....	11
4.6. Transporte .....	12
4.7. Régimen Tarifario de Servicios Portuarios .....	12
4.8. Certificado de No Producción Nacional .....	13
5. Regulaciones y normativas de importación ( <i>links a fuentes</i> ).....	13
5.1. Registro Sanitario expedido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud. (Régimen legal No. 12).....	13
5.2. Certificado Sanitario del País de Origen. (Régimen legal No. 5) .....	13
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país ( <i>links a fuentes e imágenes</i> ).....	14
6.1. Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios.....	14
6.2. Superintendencia de Precios Justos.....	15
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.....	15
7.1. Sencamer.....	15
7.2. Registro de Marca .....	16
<b>III. Potencial del Mercado .....</b>	<b>16</b>
1. Producción local y consumo .....	16
2. Importaciones ( <i>valor, volumen y precios promedio</i> ) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado. ....	17
<b>IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado .....</b>	<b>18</b>
1. Identificación de los principales actores en cada canal .....	18

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.....	18
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s) .....	18
4. Estrategia comercial de precio.....	18
5. Política comercial de proveedores.....	19
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.....	19
<b>V. Consumidor/ Comprador .....</b>	<b>19</b>
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.....	19
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.) .....	19
<b>VI. Benchmarking (Competidores) .....</b>	<b>20</b>
1. Principales marcas en el mercado ( <i>locales e importadas</i> ).....	20
2. Atributos de diferenciación de productos en el mercado.....	20
3. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado ( <i>tablas comparativas e imágenes en lo posible</i> ).....	20
4. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).....	22
<b>VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....</b>	<b>24</b>
<b>VIII. Fuentes de información relevantes (<i>links</i>) .....</b>	<b>24</b>
<b>IX. Anexos.....</b>	<b>25</b>

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.*

# I. RESUMEN EJECUTIVO

En Venezuela, no existe producción de aceite de oliva. En consecuencia, tradicionalmente, efectúa, significativas importaciones de este producto para abastecer el consumo. Los proveedores de aceite de oliva que han tenido mayor presencia a lo largo de los años en el mercado local han sido tradicionalmente los países Europeos, España, Italia y Portugal. Sin embargo, en la actualidad, también hay una notable presencia de proveedores sirios y chilenos en los anaqueles.

## 1. Códigos arancelarios SACH objeto del estudio

Descripción del producto: Aceite de oliva virgen

Código arancelario SACH del producto:

- **1509.1011**
- **1509.1019**
- **1509.1091**
- **1509.1099**

## 2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

Actualmente, Venezuela se caracteriza por ser un país inmerso en las importaciones de acuerdo a los altos índices de escasez de productos, y debido a la insuficiencia de producción nacional. El rubro del aceite de oliva específicamente, nunca ha sido producido a nivel local, sin embargo, siempre ha tenido una fuerte presencia en el mercado venezolano, ya que, el consumidor venezolano siempre ha preferido productos que le proporcionen calidad y bienestar.

Hoy en día, existe un gran interés, por parte de los importadores venezolanos, de conocer la oferta exportable de aceite de oliva procedente de Chile, ya que, es un mercado que en Venezuela se puede incursionar perfectamente ofreciendo la calidad del aceite de oliva chileno en cualquiera de sus usos (granel o retail).

Se debe destacar que al aceite de oliva virgen, bajo su código arancelario en Venezuela 1509.1000, goza de una ventaja comparativa sobre otros proveedores del mercado, ya que le corresponde una Preferencia Arancelaria Regional (AR. PAR 4) de 20% ad valorem, aplicada sobre la tarifa establecida en el Arancel de Aduanas para terceros países, por lo cual, el aceite de oliva chileno paga aranceles más reducidos (8%).

## 3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.

Para incursionar satisfactoriamente en el mercado venezolano, se deben tomar en cuenta las necesidades del importador hoy en día, utilizando estrategias de precios y comercialización a través de convenios, acuerdos o

alianzas que brinden beneficios mutuos a las partes. En este contexto, la Oficina Comercial Prochile en Venezuela se encarga de apoyar en todo lo concerniente con el asesoramiento a las partes.

Además, se recomienda al exportador chileno en conjunto con el importador venezolano, realizar campañas publicitarias que eduquen al consumidor final sobre los beneficios que ofrece el aceite de oliva extra virgen de origen chileno, ya que, los consumidores venezolanos no poseen suficiente conocimiento acerca de todo lo que éste producto brinda en calidad y beneficios para la salud.

También, se debe pensar en el desarrollo de catas de aceite de oliva en principales puntos de venta a nivel local, que permitan a los consumidores venezolanos conocer la calidad del aceite de oliva extra virgen chileno y con promoción encaminada hacia los beneficios que este ofrece. Así como también, ofrecer mensajes en redes sociales y presentarse en ferias y eventos gastronómicos que permitan dar a conocer todo el potencial que posee este producto en Venezuela.

#### 4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

- Realizar visitas y misiones comerciales con la finalidad de dar a conocer la oferta de Chile en el sector. Para tal efecto, la Oficina Comercial ofrece todo el apoyo necesario que contribuya a esta iniciativa, así como la coordinación de agendas de reuniones con empresas potenciales importadoras debidamente validadas por la Oficina Comercial.
- Elaborar y remitir a la Oficina Comercial perfiles con información de la empresa y oferta exportable en formato digital, incluyendo formatos y presentaciones disponibles por producto, para su posterior difusión a potenciales importadores.
- Remitir muestras de productos a la Oficina Comercial, para su presentación a potenciales interesados. Para ello, la Oficina Comercial ofrece su apoyo.
- Ofrecer posibilidad de elaborar productos con marcas propias de potenciales clientes, de acuerdo al interés y necesidades del mercado informadas por el potencial importador.
- Otro aspecto muy importante a evaluar es lo referente al precio del producto, que será un elemento de gran importancia para eficaz incursión y comercialización del mismo en el mercado venezolano, debido a las diferentes paridades cambiarias existentes en el marco del control cambiario, en donde el precio del producto dependerá del tipo de dólar oficial de acceso para el importador.

#### 5. Análisis FODA

<b>ESTRATEGIA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar visitas comerciales, ferias y catas de aceite de oliva en Venezuela, con el fin de dar a conocer la calidad del producto.</li> <li>• Posicionar el producto en base a calidad, beneficios para la salud y precios competitivos.</li> <li>• Atender las necesidades del mercado con respecto a la calidad del producto.</li> <li>• Posicionarse en el mercado venezolano, utilizando la calidad del</li> </ul>	<b>FACTORES INTERNOS</b>	
	<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chile logra exportar Aceite de Oliva Extra Virgen de la mejor calidad y con beneficios para la salud.</li> <li>• Contar con el apoyo de la Oficina de ProChile en Venezuela, para la prospección del mercado y gestiones ante organismos</li> </ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incertidumbre cambiaria. Aunque los productos alimenticios están en las prioridades en la asignación de divisas, existen considerables retrasos en las aprobaciones de las autorizaciones.</li> </ul>

<p>aceite de oliva extra virgen chileno y los beneficios que éste ofrece.</p>	<p>oficiales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventaja arancelaria frente a países europeos según PAR No. 4 (Preferencia Arancelaria Regional No. 4 ALADI) de 20% de preferencia arancelaria para el aceite de oliva chileno.</li> <li>• El aceite de oliva chileno ofrece la mejor calidad frente a sus competidores, debido a que, los aceites de oliva chilenos son realmente extra virgen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aunque los productos chilenos son de excelente calidad y beneficiosos para la salud, el aceite de oliva chileno aún no cuenta con una participación representativa en el mercado venezolano.</li> <li>• Precio más alto del aceite de oliva chileno, comparado con aceites de otros orígenes que ingresan al mercado con menor arancel.</li> </ul>	
<p>Factores Externos</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe producción local de aceite de oliva. Dependiente de las importaciones.</li> <li>• El Aceite de Oliva Virgen se encuentra en la lista de productos prioritarios en el país, por lo tanto, cuenta con oportunidad para obtener divisas oficiales.</li> <li>• Importadores venezolanos se encuentran interesados en comercializar la oferta exportable de aceite de oliva de Chile.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer calidad a un precio competitivo en el mercado.</li> <li>• Procurar cubrir la demanda y ofrecer variedad de marcas para el mercado venezolano.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar visitas comerciales que permitan al exportador chileno conocer el mercado local y el potencial que posee el aceite de oliva chileno en el mismo.</li> <li>• Aplicar estrategias de promoción que logren penetrar al aceite de oliva chileno en el mercado local.</li> </ul>
	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situación actual del control cambiario y autorizaciones de importación en Venezuela. Se requiere asesoría y apoyo de la Oficina Comercial.</li> <li>• Fuerte competencia con países europeos como España, Portugal y República Árabe de Siria, que han logrado mantenerse en el mercado venezolano.</li> <li>• Actualmente, en los consumidores prevalece el factor precio como determinante de compra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar a la comercialización de aceite de oliva chileno, debido a la ventaja comparativa que éste tiene frente a otros proveedores, a través, de la Preferencia Arancelaria Regional (AR. PAR 4) de 20% ad valorem, aplicada sobre la tarifa establecida en el Arancel de Aduanas para terceros países, por lo cual, el aceite de oliva chileno paga aranceles más reducidos (8%).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se sugiere evaluar la estrategia de precios utilizada, ya que, esto representaría mayor posicionamiento del aceite de oliva chileno en el mercado venezolano.</li> </ul>

## II. Acceso al Mercado

### 1. Código y glosa SACH

CÓDIGO ARANCELARIO	DESCRIPCIÓN
1509.1011	Aceite de oliva virgen, orgánico en envases de contenido neto inferior o igual a 5L.
1509.1019	Los demás aceites de oliva virgen.
1509.1091	Los demás aceites de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente, en envases de contenido neto inferior o igual a 5 l.
1509.1099	Los demás aceites de oliva y sus fracciones.

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

CÓDIGO ARANCELARIO	DESCRIPCIÓN
1509.10.10	Virgen

### 3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

CÓDIGO ARANCELARIO	ARANCEL CHILE	Arancel Competidor1 (España)	Arancel Competidor2 (República árabe de Siria)	Arancel Competidor3 (Portugal)
1509.10.00	8%	10%	10%	10%

**Nota:** Actualmente, las exportaciones de Chile hacia Venezuela cuentan con una preferencia arancelaria de 8% para el aceite de oliva, gracias a la Preferencia Arancelaria Regional No. 4 (PAR No. 4), donde se obtiene un descuento de 20% en el pago del arancel, calculado sobre el arancel general que es 10% a partir del 05/04/2015 según Decreto No. 9.430 de 2013.

### 3.1. Acuerdo de Complementación Económica No. 23:

Acuerdo de Complementación Económica (ACE N° 23). Acuerdo suscrito en el año 1993 entre ambos países: El producto “Aceite de Oliva” se encuentra en la lista de productos exceptuados del ACE N° 23. Le corresponde una Preferencia Arancelaria Regional (AR. PAR 4) de 20% ad valorem, aplicada sobre la tarifa establecida en el Arancel de Aduanas para terceros países. En consecuencia, el aceite de oliva chileno paga aranceles más reducidos (8%) en comparación con los provenientes de países europeos (10%).

### 3.2. Mercado Común del Sur (MERCOSUR):

#### 3.1.1. Acuerdos de Complementación Económica No. 63; 68 y 69 en el marco del MERCOSUR.

En el contexto del ACE N° 59, desde el año 2006 Venezuela se encontraba gestionando su ingreso como miembro pleno al Mercado Común del Sur, MERCOSUR, lo cual finalmente concretó el 31 de julio de 2012. Es importante señalar que actualmente dentro del marco comercial y bajo el hecho puntual que Venezuela ahora es miembro pleno del MERCOSUR, concede preferencias arancelarias a los productos originarios de los países miembros: Argentina, Brasil, Uruguay. En este sentido, los productos que ingresen de estos países gozan de una preferencia arancelaria porcentual vigente desde el 1ro. de enero de 2013, según lo establecido en los Acuerdo de Complementación Económica-ACE- que Venezuela suscribió con la República de Argentina (ACE N° 68), República Federativa del Brasil (ACE N° 69 ) y con la República Oriental del Uruguay (ACE N° 63), las que se indican a continuación:

**PROGRAMA DE LIBERACIÓN COMERCIAL**  
**Código 1509.1000**

PAÍS	PREFERENCIA ARANCELARIA APLICABLE A PAÍSES MERCOSUR	ARANCEL A PAGAR MERCOSUR
<b>Argentina</b>	100%	0%
<b>Brasil</b>	100%	0%
<b>Uruguay</b>	100%	0%

### 3.3. Preferencias arancelarias Venezuela – Perú.

Con relación al Perú, el 7 de enero del año 2012 se celebró en la ciudad de Caracas, Venezuela la suscripción del Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial Perú – Venezuela, que entró en vigencia el 1º de agosto del año 2013, en el cual, se comprende casi un 100% de las partidas con preferencias arancelarias del comercio histórico de ambos países, además de incluir, aproximadamente unas 600 partidas que no formaban parte del intercambio comercial. Entre los productos que gozan de una preferencia arancelaria del 100%, se encuentra el aceite de oliva virgen, que actualmente es comercializado entre ambas naciones.

*Para consultar éste acuerdo:*



[http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=173&Itemid=192](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=173&Itemid=192)

## 4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

### 4.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA)

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.

**Nota:** Según Decreto número 8.847 de 2012 presidencia de la República, se exoneran del IVA, de los aranceles de importación y de las tasas aduaneras, las importaciones de bienes realizadas en el marco de los Convenios suscritos por Venezuela, con cargo a la ejecución de los Tratados y Acuerdos celebrados con la República Popular de China, Colombia, Portugal, Turquía, Alemania y otros países con los que se suscriben convenios o contratos en un espíritu de cooperación mutua.

### 4.2. Costos de internación

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

### 4.3. Situación del Control cambiario en Venezuela

Desde el año 2003, en Venezuela rige un sistema de control de cambios de divisas que centraliza la compra y venta de monedas extranjeras. Actualmente, el **Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX)** <http://www.cencoex.gob.ve/la-institucion/quienes-somos> es el organismo que vela por la adjudicación de divisas oficiales de la República Bolivariana de Venezuela.

En el mes de marzo del 2016, las autoridades económicas anunciaron un nuevo sistema cambiario dual que entró en vigencia el 10/03/2016, no solo para dirigir/administrar sino para también captar flujos alternos de ingresos en divisas para el país que actualmente provee en un 95% las exportaciones petroleras. Según se indicó en los anuncios, es un mecanismo de transición y los “primeros pasos hacia la unificación cambiaria” luego de implementado el sistema de cambio dual. Es un sistema diseñado y orientado para que los actores de la economía traigan sus divisas y el Estado las pueda dirigir, por eso la autoridad no ve el nuevo sistema como un “Control” de Cambios.

En la actualidad, desde marzo de 2016 **(1)**, existen dos mecanismos para la adquisición de divisas los cuales se describen a continuación:

Nombre del mecanismo	Operaciones de divisas con Tipo de Cambio Protegido -DIPRO-	Operaciones de divisas con Tipo de Cambio Complementario (Flotante de Mercado)  -DICOM-
<b>Tipo de Cambio</b>	<p>1 US\$ = Bs. 9,975 para la compra</p> <p>1 US\$ = Bs. 10 para la venta (58,7% de ajuste inicial) y se ajustará progresivamente poniendo fin al anclaje cambiario según monitoreo y lo vaya considerando una Comisión conformada por el Banco Central de Venezuela, Vicepresidencia Económica y Ministerio del Poder Popular para las Finanzas</p>	<p>La paridad se estableció en base a la anterior tasa SIMADI que al 10 de marzo primera jornada luego de los anuncios se ubicaba en 1US\$ 215 por dólar</p> <p>Actualizado al 6/04/2016 <b>(2)</b></p> <p>1 US\$ = Bs. 300,4893 para la compra</p> <p>1 US\$ = Bs. 301,2425 para la venta</p>
<b>Descripción del mecanismo</b>	<p>Este tipo de cambio es aplicado a la importación de los rubros pertenecientes a los sectores alimentos, salud y de las materias primas e insumos asociados para la producción de estos sectores en la búsqueda de la protección social a sectores vulnerables y con el fin de cubrir las necesidades básicas del país y de los sectores productivos <b>(3)</b></p>	<p>Este mecanismo (llamado por la autoridad esquema abierto) regirá para todas las transacciones no incluidas bajo el tipo de cambio protegido (DIPRO) y fluctuará según la dinámica económica del país. Es un sistema libre de oferta y demanda y el precio lo establecerá el mismo mercado, dependiendo de flujo de divisas. El objetivo del nuevo sistema es darle racionalidad al sistema de flotación del tipo de cambio con el compromiso de oferta en divisas por parte del sector privado y del sector público a través de la colocación de cerca de US\$ 5.000 millones /año y se estima que se inicie con US\$ 400 a USD 500 millones. Se estima que el grueso de la economía va a dirigirse a este sistema de flotación y el Banco Central de Venezuela intervendrá con oferta para evitar alzas importantes.</p>
<b>Organismo que lo administra</b>	<p>Centro de Comercio Exterior -CENCOEX-: Organismo que vela por la adjudicación de divisas oficiales de la República Bolivariana de Venezuela.</p> <p>Marco Legal: Convenio Cambiario N° 35 <a href="http://www.bcv.org.ve/ley/convenio35.pdf">http://www.bcv.org.ve/ley/convenio35.pdf</a></p>	<p>Ministerio del Poder Popular de Economía, Finanzas y Banca Pública y el Banco Central de Venezuela, a través de la participación de las instituciones bancarias, casas de cambio, operadores de valores autorizados y de la Bolsa Pública de Valores Bicentenaria.</p> <p>Marco Legal: Convenio Cambiario N° 35 <a href="http://www.bcv.org.ve/ley/convenio35.pdf">http://www.bcv.org.ve/ley/convenio35.pdf</a></p> <p>Marco Legal normas que rigen la operación de divisas en el sistema financiero nacional: Convenio Cambiario N° 33 <a href="http://www.bcv.org.ve/ley/convenio33.pdf">http://www.bcv.org.ve/ley/convenio33.pdf</a></p>

De acuerdo a los procedimientos establecidos, para el importador poder acceder a dólares a tasa preferencial de Bolívars 10 por dólar, el importador debe gestionar previamente un Certificado de No Producción correspondiente, ante el Ministerio correspondiente según la naturaleza del producto, además de contar previamente con la Autorización de Adquisición de Divisas (AAD) que emite el CENCOEX (anteriormente CADIVI), en forma previa al embarque.

Notas:

- (1) Gaceta Oficial N° 40.865 del 9 de marzo de 2016: <http://images.eluniversal.com//2016/03/10/303679934-gaceta-oficial-n-408.pdf>
- (2) Para conocer el valor actualizado del Tipo de Cambio Flotante DICOM, se sugiere consultar el sitio Web del Banco Central de Venezuela [www.bcv.gob.ve](http://www.bcv.gob.ve)
- (3) Para el caso particular del presente estudio y según Gaceta Oficial Extraordinaria No. 6.169 de fecha 27 de enero de 2015, último listado oficial disponible, el aceite de oliva en Venezuela es considerado prioritario para el abastecimiento nacional. Por lo tanto, tendría posibilidad de acceder al tipo de Cambio Protegido - DIPRO-, equivalente a Bs. 10 por dólar. Sin embargo, en los anuncios del nuevo sistema cambiario dual las autoridades económicas indicaron que próximamente publicarán nueva lista oficial de los productos e ítems arancelarios que tendrán acceso al Tipo de Cambio Protegido, DIPRO. Mayor información <http://www.finanzasdigital.com/wp-content/uploads/2015/01/Gaceta6169Simplificaciondeimportaciones.pdf>

#### 4.4. Agente de Aduanas

El agente de aduanas es el encargado de realizar el proceso de nacionalización de la mercancía, y actúa como intermediario entre el importador y el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria SENIAT. El agente de aduanas divide sus trámites y separa los gastos a terceros ocasionados por el embarque y la comisión que recauda por los mismos. El detalle de la factura por concepto de agente aduanal varía respecto al tipo de mercancía, no obstante se mencionan a continuación los más importantes:

- Comisión por el agente de aduanas de aproximadamente un 1% sobre el valor de la base imponible (Valor CIF de la factura comercial).
- Demoras en el proceso de nacionalización.
- Orden de elevador (Grúas y montacargas).
- Contenedor al vacío: gastos ocasionados por devolver el contenedor vacío una vez descargado y entregado al cliente.

#### 4.5. Almacenaje

Dependiendo del volumen y valor de la mercancía, el costo referencial de almacenaje puede variar entre Bolívars 15.000 a 20.000 diarios, que sería un pago único en el entendido que la mercancía será nacionalizada en un plazo de 10 a 12 días continuos.

Nota: Este pago es tramitado y cancelado por el agente aduanal que represente al comprador o importador de las mercancías.

#### 4.6. Transporte

Según la información suministrada por representantes de navieras que cubren la ruta Chile-Venezuela, a modo referencial, el costo del flete marítimo en la actualidad es el siguiente:

Puerto de salida	Puerto de llegada	Tarifa Contenedor	Tarifa Contenedor	Tarifa Contenedor
		20' st.* (USD)	40' st.* (USD)	40' hc.** (USD)
San Antonio	Puerto Cabello	2859	3901	3901
San Vicente	Puerto Cabello	2859	3901	3901

\*Pies estándar

\*\*Pies High cubite.

Observaciones:

A estas cifras se le agregan:

- Cobro de USD 180 por concepto de DTHC - Destination Handling Charge. Este recargo se refiere al manejo de carga en destino. DSH en origen: 85 USDCGF San Antonio 57 USD Dv /20/ 40DV/ HCB 90 USD.
- CGF San Vicente 57 USD Dv /20/ 40DV/ HCB 90 USD Cobro de USD 50 por TEU, por concepto de BRS - Bunker Recovery Surcharge. Este recargo hace referencia al costo por combustible.
- Cobro de Bs. 1.500,00 + IVA (12%) por concepto de elaboración de B/Ls (Bill of Lading)

#### 4.7. Régimen Tarifario de Servicios Portuarios<sup>1</sup>

El 25 de marzo de 2009, mediante Decreto N° 6.645 de fecha 24 de marzo de 2009 y publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.146, se creó la empresa del Estado **BOLIVARIANA DE PUERTOS (BOLIPUERTOS), S.A.** que está adscrita al Ministerio del Poder Popular para Transporte Acuático y Aéreo, la que tiene por objeto gestionar, acondicionar, administrar, desarrollar, mantener, conservar y aprovechar los bienes y servicios que comprenden la infraestructura portuaria. Esto incluye las operaciones realicen tanto personas naturales como jurídicas.

En conformidad con el Decreto N° 1.397, publicado en Gaceta Oficial bajo el N° 6.150 Extraordinario, el *Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Tasas Portuarias* tiene por objeto establecer y regular las tasas a las cuales estarán sujetas las actividades realizadas por personas naturales o jurídicas en los puertos públicos administrados por el Poder Público Nacional. Las tasas portuarias establecidas en dicho decreto serán aplicadas por los hechos

<sup>1</sup> FUENTE: Bolivariana de Puertos (BOLIPUERTOS), S.A., disponible en: <http://www.bolipuertos.gob.ve>

imponibles generados y que se dividen en: derecho de arribo, derecho de muelle, derecho de embarque y desembarque, derecho de uso de superficie, derecho de depósito, derecho de almacenamiento, derecho de estacionamiento de vehículos y maquinarias, y derecho de registro.

Posteriormente, mediante Resolución N° 009 presentada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 40.618 se establece y regulan las tarifas a las cuales estarán sujetos los siguientes servicios: Servicios a la Carga, Servicios al Buque, y Otros Servicios. Las personas naturales o jurídicas usuarias de los servicios portuarios deberán pagar las tarifas correspondientes antes de proceder a retirar definitivamente la carga ubicada dentro del recinto portuario, con excepción de aquellos créditos que sean concedidos por la autoridad facultada para ello y las mismas serán expresadas y pagadas en moneda nacional, de acuerdo al monto de la Unidad Tributaria vigente (actualmente Bs. 150).

*Para consultar la Gaceta Oficial de Régimen Tarifario de Servicios Portuarios vigente:*

<http://www.finanzasdigital.com/wp-content/uploads/2015/03/Gaceta40618-tarifasProtuaras.pdf>

#### 4.8. Certificado de No Producción Nacional

Según gaceta oficial No. 39.980 de fecha 7 de agosto de 2012, el aceite de oliva, está obligado, para efectos de su importación, a contar con una autorización del Ministerio del Poder Popular para la Alimentación en la forma de un “Certificado de No Producción o de Insuficiencia de la Producción Nacional”, para poder tener acceso al mercado formal de divisas.

*Para consultar esta Gaceta Oficial No. 39.980:* <http://www.pgr.gob.ve/dmdocuments/2012/39980.pdf>

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

### 5.1. Registro Sanitario expedido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud. (Régimen legal No. 12)

El registro sanitario es un requisito indispensable para la importación de productos en Venezuela expedido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud, como exigencia de las autoridades venezolanas en virtud de proteger la salud pública a través de la información proporcionada por este documento.

*Para consultar esta Gaceta Oficial No. 39.918:*

<http://cifar.org.ve/cifar/pdf/regulaciones/11-07-2014/REGIMEN-TARIFARIO-INHRR.pdf>

### 5.2. Certificado Sanitario del País de Origen. (Régimen legal No. 5)

Según lo establece el Arancel de Aduanas venezolano, para la importación de aceite de oliva, se requiere de Certificado Sanitario del país de origen.

**Nota:** Los permisos, registros y certificaciones correspondientes usualmente los tramita el importador, con la debida autorización del proveedor. 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.

Por otra parte, para que el aceite de oliva pueda gozar de la preferencia arancelaria Regional (AR. PAR 4), debe venir acompañado del Certificado de Origen correspondiente.

## 6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

En Venezuela se deben cumplir con ciertos requerimientos de etiquetado para el ingreso de productos en el país, los cuales se encuentran contemplados en las siguientes leyes:

### 6.1. Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios

Es de carácter obligatorio que los alimentos que se comercialicen en Venezuela, cumplan con lo establecido en la Ley para la defensa de las personas en el acceso a los bienes y servicios, en relación a la “información especial sobre los alimentos”, contemplado en el Art.43 de dicha ley:

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

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

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

[http://alc.com.ve/wp-content/uploads/2013/10/ley\\_indepabis\\_2010.pdf](http://alc.com.ve/wp-content/uploads/2013/10/ley_indepabis_2010.pdf)

## 6.2. Superintendencia de Precios Justos

Actualmente, según la nueva Ley de Precios Justos, los productos importados que cuentan con asignación oficial de divisas, deben cumplir con un etiquetado especial de color verde donde se especifique que el producto importado ha sido obtenido con divisas del gobierno.

Para consultar esta Gaceta Oficial No. 40.340:

<http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/sites/default/files/sundde-gacetasooficiales-20140123-40340.pdf>



## 7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

### 7.1. Sencamer

En Venezuela el aceite de oliva debe cumplir con la norma de etiquetado y rotulado COVENIN 742:2001, donde se contemplan las especificaciones que debe seguir el producto.

**Nota importante:** El nombre específico que debe poseer la clasificación del aceite de oliva debe ser “virgen extra” y no extra virgen, debido a, que esto ha sido causa de devolución de solicitud de registros sanitarios.

Para consultar la norma COVENIN 742:2001:

<http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/742-01.pdf>

## 7.2. Registro de Marca

En Venezuela, la ley exige que para la protección de una marca, esta se encuentre resguardada con el Certificado de Registro otorgado por la oficina del Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI), a donde se debe acudir para realizar los trámites convenientes al registro de marca.

*Para consultar los pasos necesarios para el Registro de Marca, se puede acceder al siguiente link:*  
<http://www.sapi.gob.ve/?q=node/5>

# III. Potencial del Mercado

## 1. Producción local y consumo

Como se ha mencionado anteriormente, no existe producción de aceite de oliva en Venezuela. No obstante, en el año 2010, se firmó un acuerdo de cooperación técnica con Siria, donde se acordó implementar un proyecto de producción de olivo, gracias al aporte de 10 variedades de olivo por parte de Siria, para evaluar aquellas que se adapten a las condiciones agroclimáticas de Venezuela. Sin embargo, hasta ahora, dicho acuerdo no se ha materializado.

Otra alianza que es importante destacar en la producción de aceite de oliva en Venezuela, es el convenio firmado en el año 2013 por una empresa del Estado con España, para materializar la importación de aceite de oliva a granel, el que sería envasado en retail a nombre de la marca de dicha empresa.

En cuanto al consumo de aceite de oliva en Venezuela, según actores relevantes del mercado, se puede expresar que el consumidor venezolano siempre ha tomado en cuenta que la calidad y economía del producto se lleven de la mano. Por tanto, hoy en día, los estratos que más demandan este tipo de rubro son ABC+, pertenecientes a los sectores medio altos y altos, ya que son aquellos con mayor poder adquisitivo que se toman el tiempo de observar detenidamente la calidad del aceite de oliva. A través de su grado de acidez, presentación y variedad de olivo.

También existe otro segmento del mercado que demanda variedad para este producto, que son las cadenas de restaurantes y hoteles, los cuales gracias a sus chefs y especialistas gastronómicos, demuestran cada día el inmenso placer que tienen al servir platos de la mejor calidad. Aquí es donde entra el aceite de oliva, que a pesar de no ser exigido según su marca, debe ser distinguido por ser aceite de oliva extra virgen, ya que este ofrece una mejor apreciación de sabores para el paladar del consumidor y destaca la calidad de los platos.



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

IMPORTACIONES DE VENEZUELA (Partida 1509.10.00) 2012 - 2014									
PAÍS	2012			2013			2014		
	VOLUMEN BRUTO(KG)	VOLUMEN NETO(KG)	VALOR FOB (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR FOB (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR FOB (US\$)
ESPAÑA	1.746.428,15	1.294.089,33	5.721.504,44	1.539.384,32	1.135.455,47	6.954.927,45	2.760.733,18	1.765.190,15	11.292.919,55
REPUBLICA ARABE DE SIRIA	969.388,40	827.120,87	4.057.301,69	768.206,00	648.293,00	2.897.334,40	986.210,00	817.214,00	3.988.867,33
PORTUGAL	1.064.306,08	790.988,96	4.300.976,21	509.444,82	411.684,06	1.891.365,50	414.607,18	301.761,59	1.735.967,16
CHILE	798.281,39	769.723,29	2.743.811,89	760.458,00	696.224,00	2.581.291,00	71.632,18	61.790,00	234.120,09
OTROS PAÍSES	787.273,15	561.979,96	2.458.148,99	615.739,54	413.376,74	2.327.802,72	394.347,50	362.186,61	2.050.096,18
TOTAL	5.365.677,17	4.243.902,41	19.281.743,22	4.193.232,68	3.305.033,27	16.652.721,07	4.627.530,04	3.308.142,35	19.301.970,31
PARTICIPACIÓN DE CHILE EN EL MERCADO VENEZOLANO (%)			14,23			15,5			1,21

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) de la República Bolivariana de Venezuela. Consulta: julio de 2015.

- Análisis de importaciones (Año 2012): Para el año 2012, podemos observar que con respecto a Chile hubo un elevado valor de importaciones de aceite de oliva, con una participación significativa en el mercado venezolano de 14,23%. Sin embargo, España fue el proveedor más fuerte de éste producto seguido de Siria y Portugal.
- Análisis de importaciones (Año 2013): En el año 2013 se observó un decrecimiento significativo con respecto al año anterior para Siria y Portugal. Sin embargo, en el caso de España fue al contrario, hubo un aumento del valor de sus exportaciones de aceite de oliva, y con relación a Chile, no hubo gran disminución en el valor de sus exportaciones, por último, el valor total de las importaciones significó un aumento en el porcentaje de participación de Chile en el mercado venezolano, representando un 15,5%.
- Análisis de importaciones (Año 2014 enero – octubre): Este fue uno de los años más significativos para los proveedores de aceite de oliva al mercado venezolano, debido a que, para el caso de España y la República Árabe de Siria hubo un aumento significativo, más impactante en el caso de España. Portugal tuvo un decrecimiento en el valor de sus exportaciones de aceite de oliva hacia Venezuela y, en el caso de Chile, se redujo notablemente el valor de las importaciones obteniendo una participación porcentual en el mercado venezolano de 1,21.

# IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado

## 1. Identificación de los principales actores en cada canal

En Venezuela se manejan diversos actores para la comercialización del aceite de oliva, donde los principales actores en cada canal, son los siguientes:

- **Importadores – Supermercados – Hipermercados – Distribuidores – Tiendas especializadas:** Aquellos que se encargan de la importación directa del aceite de oliva envasado y a granel para la comercialización en el mercado con marcas de origen y marcas propias.
- **Hoteles – Restaurantes – Bodegones – Panaderías:** Aquellos que se encargan de comercializar el producto a través de sus servicios o con la venta de los mismos.
- **Consumidor final:** Aquel que degusta el aceite de oliva a través de la recepción del servicio o con la obtención propia para consumo en el hogar.

## 2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



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

El canal de distribución de mayor relevancia es el del importador (supermercados, hipermercados, distribuidores y tiendas especializadas) debido a que, este se encarga directamente de la compra y venta o distribución del producto a cadena de hoteles, restaurantes, bodegones y panaderías para que, con el objetivo de que éste llegue al consumidor final.

## 4. Estrategia comercial de precio.

En Venezuela, a partir del 23 de enero del año 2014, rige la Ley de Costos y Precios Justos, donde las autoridades del gobierno venezolano establecen como máximo de ganancia un 30% en cualquier de los eslabones de la cadena.

Para mayor información, consultar Gaceta Oficial No. 40.340:

<http://historico.tsj.gob.ve/gaceta/enero/2312014/2312014-3894.pdf#page=18>

## 5. Política comercial de proveedores.

Según actores relevantes del mercado de aceite de oliva en Venezuela, hoy en día, no se aplica ningún tipo de política comercial de proveedores por parte de los retailers para la comercialización de este rubro en Venezuela.

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

Debido a que en Venezuela no se produce aceite de oliva hay empresas que actualmente se encargan de importar el aceite de oliva ya envasado bajo su propia marca en retail o en el caso contrario a granel. En este caso, se encuentran empresas especializadas en productos gourmet y delicatessen.

Lo anterior, es de suma importancia ya que este sería un gran potencial que explotar por parte de los exportadores chilenos debido al interés que presentan las empresas venezolanas en ofrecer productos bajo su propia marca.

# V. Consumidor/ Comprador

## 1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

Un consumidor de aceite de oliva debe tomar en cuenta la calidad del sabor que éste representa y los beneficios para la salud que ofrece. En este sentido, éste es un rubro que representa tanto a hombres como a mujeres en Venezuela, debido a que los hombres se encaminan más con la rama del sabor y las mujeres más hacia la salud y los beneficios estéticos que éste puede brindar.

El consumidor venezolano de aceite de oliva, cualquiera que sea su género, se describe como un adulto contemporáneo que expresa su pasión por la cocina con su cata de sabores en los distintos platos que pueda ofrecer, ya sea para el consumo en el hogar o como uso profesional gastronómico, o bien, puede expresar su atención por el cuidado personal y los beneficios a la salud que éste le puede ofrecer.

En Venezuela, se acostumbra que el aceite de oliva sea un acompañante en degustaciones de platos en reuniones formales o también como sazónador de platos en el hogar, en especial ensaladas.

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

El consumidor venezolano de hoy en día, posee una influencia de compra dirigida a la relación calidad-precio que le pueda ofrecer el producto, donde en el aceite de oliva juega un papel importante el sabor y los beneficios que este pueda prometer junto con el valor que posea.

Además, se puede añadir que la sociedad venezolana cataloga el aceite de oliva extra virgen como algo exclusivo y de uso profesional gastronómico, de acuerdo al valor y la marca que este represente. Sin embargo, el consumidor venezolano también sigue inclinando su decisión de compra a los beneficios que dicho producto le pueda brindar a su plato.

## VI. Benchmarking (Competidores)

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

En el mercado venezolano de aceite de oliva sólo existen marcas importadas dado que no existe producción local de éste rubro. Por tanto, en el siguiente cuadro se denotan los principales países proveedores y sus marcas, los cuales fueron encontrados en los principales puntos de venta visitados:

España	Portugal	República Árabe de Siria	Italia	Perú
Ybarra	Reliquia de Vidigueira	Mónaco	Colavita	América Orgánica
Oh!	Oliveira Da Serra	Doly		
Sabor Español	L'Olio De Cecco	Emoc		
All Natural – Texas				
Troya				
Cieloliva				
Pago de Valdecuevas				
Bienstar				

### 2. Atributos de diferenciación de productos en el mercado.

La diferenciación que se puede observar en el nicho de aceites de oliva radica en varios aspectos. Uno de ellos es el grado de acidez del producto y la variación de sabor que esto pueda significar. Otro aspecto resaltante en la diferenciación es la boquilla anti-derrame para servir el aceite de oliva que varía según la presentación. También se tiene el tipo de envasado que varía entre vidrio, lata y pet con colores tenues entre ámbar y negro lo que ayuda con la conservación del producto. Y por último, los tamaños en las presentaciones que varían entre 500ml hasta 2L.

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

El siguiente cuadro de precios e imágenes, fue tomado de una investigación de mercado realizada los días 05 de agosto y 19 de agosto del año 2015, en los puntos de venta La Muralla y el Supermercado Santa Rosa de Lima.

MARCAS	PAÍS DE ORIGEN	PRECIO US(\$)	PACKAGING
<b>CAROZZI</b>	Chile	5.02	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 500ml.
<b>DOÑA OLIVA</b>	Chile	12.29	Presentado en un pet de plástico con un contenido neto de 2L.
<b>OLIVEIRA DA SERRA</b>	Portugal	3.38	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 750g.
<b>COLAVITA</b>	Italia	8.8	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 1L.
<b>YBARRA</b>	España	8.03	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 750ml.
<b>AMÉRICA ORGÁNICA</b>	Perú	6.81	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 500ml.
<b>EMOC</b>	República Árabe de Siria	2.92	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 500ml.
<b>RELIQUIA DA VIDIGUEIRA</b>	Portugal	4.09	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 500ml.
<b>DOLY</b>	República Árabe de Siria	4.87	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 1L.
<b>OH!</b>	España	4.65	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 750ml.
<b>SABOR ESPAÑOL</b>	España	2.87	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 500ml.
<b>MÓNACO</b>	República Árabe de Siria	5.12	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 1L.
<b>ALL NATURAL – TEXAS</b>	España	3.08	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 500ml.
<b>TROYA</b>	España	3.96	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 500ml.
<b>CIELOLIVA</b>	España	4.75	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 1L.
<b>PAGO DE VALDECUEVAS</b>	España	7.33	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 750 ml.
<b>L'OLIO DE CECCO</b>	Portugal	9.23	Presentado en un envase de vidrio con un contenido neto de 1L.

BIENSTAR	España	4.90	Presentado en un envase de plástico con un contenido neto de 1L.
----------	--------	------	--

IMÁGENES PRODUCTO LOCAL Y COMPETIDORES



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

En el mercado venezolano actualmente existen complementarias campañas de marketing digital que facilitan la entrada al nicho, debido a la extensa comunidad de usuarios que hoy en día manejan las redes sociales como su principal herramienta de negocios, incursionando en campañas acerca de sus productos o en el caso del aceite de oliva promocionando degustaciones gastronómicas que exhiban su marca.

También, se encuentran empresas que a través de su página web se encargan de realizar promoción a su producto, dando un breve resumen del mismo y acentuando los maravillosos beneficios que éste puede ofrecer al consumidor.

- Estrategía de promoción Pop Up, marca Oliveira Da Serra:  
Origen: Portugal



- Estrategia de promoción web, marca Miró: <http://www.alimentosmiro.com/productos.html>  
Origen: España

## VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

- ✓ Actores relevantes del mercado coincidieron en que, actualmente, el mercado venezolano se encuentra en una estrecha relación entre la calidad y el precio del producto, muchas veces dejando de lado la calidad del producto por buscar la economía en el bolsillo del consumidor.
- ✓ El consumidor venezolano sigue demandando aceite de oliva. Sin embargo, debido a los precios ha habido una recesión en la demanda de este rubro.
- ✓ Hay un potencial en el mercado de aceite de oliva, debido a que, por ser un país altamente consumidor y dependiente de las importaciones, el segmento tiende a ser demandado por la sociedad venezolana.
- ✓ A pesar que, el consumo de este producto actualmente esté orientado a los estratos más altos de los consumidores, si se contara con asignación de dólar preferencial el aceite de oliva podría ser un producto altamente posicionado en toda la sociedad venezolana, debido a su calidad y beneficios.
- ✓ Según empresarios consultados, se deben realizar estrategias de promoción que eduquen al consumidor final acerca de los beneficios que ofrece el aceite de oliva extra virgen chileno, y relacionar el precio del producto con su calidad.
- ✓ Se sugiere utilizar una estrategia de precios que aumente la competitividad del aceite de oliva chileno en el mercado venezolano.
- ✓ Se sugiere incentivar a la comercialización de aceite de oliva chileno, debido a la ventaja comparativa que éste posee frente a otros proveedores, a través, de la Preferencia Arancelaria Regional (AR. PAR 4) de 20% ad valorem, aplicada sobre la tarifa establecida en el Arancel de Aduanas para terceros países, por lo cual, el aceite de oliva chileno paga aranceles más reducidos (8%).

## VIII. Fuentes de información relevantes (*links*).

- Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria, SENIAT:  
<http://www.seniat.gob.ve>
- Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela, INE:  
<http://www.ine.gob.ve>
- Centro Nacional de Comercio Exterior, CENCOEX:  
<http://www.cencoex.gob.ve/>
- Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos, SENCAMER:



- <http://www.sencamer.gob.ve/>
- Tribunal Supremo de Justicia, TSJ:  
<http://www.tsj.gob.ve/>
- Servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria, SACS:  
<http://sacs.mpps.gob.ve/siacs/Alimentos/Instructivos/registroSanitario.pdf>

## IX. Anexos

### REQUISITOS NECESARIOS PARA TRAMITAR EL REGISTRO SANITARIO EN VENEZUELA.

<b>REQUISITOS PARA NUEVAS SOLICITUDES DE REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS IMPORTADOS</b>	
<input type="checkbox"/>	Llenar la Solicitud de Registro Sanitario para Alimentos y/o Bebidas Alcohólicas (Forma SIE-5-197) la cual debe ser acompañada de los timbres fiscales correspondientes. (0,14 U.T.).
<input type="checkbox"/>	Certificado de Libre Venta y Consumo, donde se haga constar que el producto ha sido autorizado para el consumo humano por el ente oficial competente del país de origen.
<input type="checkbox"/>	Certificado de Análisis físico-químico y microbiológico emitido por el Laboratorio Oficial del país de origen.
<input type="checkbox"/>	Carta de Autorización o Poder, mediante el cual se autoriza al solicitante para que efectúe la tramitación del Registro Sanitario en Venezuela.
<input type="checkbox"/>	Especificaciones Técnicas del envase o empaque que contendrá al alimento que se pretende registrar.
<input type="checkbox"/>	Autorización por parte del apoderado o ente autorizado para realizar los trámites de Registro Sanitario (cuando no es el propio apoderado o ente autorizado quien realiza el trámite).
<input type="checkbox"/>	Una (1) muestra testigo representativa del alimento que se pretende registrar.
<input type="checkbox"/>	Tres (3) copias o ejemplares de los proyectos de todas las etiquetas o impresos destinados a identificar el producto e ilustrar al público, los cuales deberán cumplir con los requerimientos siguientes: <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Nombre descriptivo del producto.</li> <li>2.- Marca.</li> <li>3.- Peso neto (Grs.) o Contenido neto (L.).</li> <li>4.- Lista de Ingredientes que componen al producto.</li> <li>5.- Elaborado por: _____, en: _____.</li> <li>6.- Importado por: _____.</li> <li>7.- Registrado en el M.P.P.S. con el N° A-_____.</li> <li>8.- En caso de productos que requieran condiciones especiales de conservación, deberá indicarse cual(es).</li> <li>9.- Cualquier otro requerimiento que indiquen la Normas COVENIN, el Reglamento General de Alimentos o disposiciones del Despacho.</li> </ol>
<input type="checkbox"/>	Copia del Registro Mercantil del (los) importador (es). (Acta(s) Constitutiva(s)).
<p><b>NOTA:</b> Todos los documentos expedidos en el extranjero, deberán ser autenticados por las Autoridades Consulares Venezolanas, acreditadas en el país de origen; tienen una validez de un (1) año, contados a partir de la fecha de su expedición y en caso de estar redactados en idioma diferente al español, tienen que ser traducidos a nuestro idioma por un Interprete Público Jurado.</p>	