

# PMP

## Estudio de Mercado de la Leche en sus diversas presentaciones en Venezuela

2016

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

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



## TABLA DE CONTENIDO

<b>II. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>4</b>
1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado. ....	4
2. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado. ....	5
3. Recomendaciones de la Oficina Comercial .....	5
<b>III. Acceso al Mercado</b> .....	<b>7</b>
1. Código y glosa SACH objeto del estudio.....	7
1.1. Leche Líquida .....	7
1.2. Leche Descremada en Polvo .....	7
1.3. Preparaciones para la alimentación infantil.....	7
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino. ....	7
2.1. Leche Líquida .....	7
2.2. Leche Descremada en Polvo .....	8
2.3. Preparaciones para la alimentación infantil.....	8
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores. ....	8
3.1. Aranceles Preferenciales para los productos chilenos .....	8
3.2. Preferencias arancelarias: Mercado Común del Sur (MERCOSUR) .....	10
3.3. Otros países con ventajas arancelarias .....	11
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias. ....	12
4.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA) .....	12
4.2. Tasa por servicio de aduanas.....	12
4.3. Agente de Aduanas.....	12
4.4. Transporte.....	12
4.5. Régimen Tarifario de Servicios Portuarios .....	13
4.6. Control de cambio en Venezuela.....	14
4.7. Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP). ....	16
4.8. Regímenes Legales para la Importación. ....	16
4.9. Certificado de Origen.....	16
4.10. Certificado Zoosanitario del País de Origen .....	17
4.11. Control de Precios (Ley de Precios Justos).....	17
4.12. Normas COVENIN aplicables .....	18
5. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país ( <i>links a fuentes e imágenes</i> ). ....	19
6. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales. ....	19
7. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros ( <i>links a fuentes</i> ) 20	
7.1. Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT): .....	20
7.2. Ministerio del Poder Popular para la Alimentación (MINPPAL).....	24
7.3. Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX).....	21
7.4. Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS).....	21
7.5. Instituto Nacional de Salud Agrícola Integral (INSAI) .....	21
<b>IV. Potencial del Mercado</b> .....	<b>21</b>
1. Producción local y consumo .....	21

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. ....	22
<b>V. Canales de Distribución y Actores del Mercado .....</b>	<b>26</b>
1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	26
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados. ....	27
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s). ....	29
4. Estrategia comercial de precio.....	30
5. Política comercial de proveedores.....	30
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail. ....	30
7. Presentaciones por tamaños .....	30
<b>VI. Consumidor/ Comprador .....</b>	<b>31</b>
1. Segmentos de Consumo del producto (segmentos demográficos, socioeconómicos, aspectos culturales, religiosos, étnicos, etc.).....	31
2. Centros de consumo (regiones/ciudades) y estacionalidad de demanda.....	31
3. Requerimientos según características/composición y hábitos de la población (Halal, Kosher, etc.) .....	32
4. Influencias en decisiones de compra de tendencias .....	32
<b>VII. Benchmarking (Competidores).....</b>	<b>32</b>
1. Principales marcas en el mercado ( <i>locales e importadas</i> ). ....	32
2. Segmentación de competidores .....	33
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado .....	33
4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado ( <i>tablas comparativas e imágenes en lo posible</i> ).....	34
5. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes). ....	36
<b>VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....</b>	<b>36</b>
<b>IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial .....</b>	<b>37</b>
<b>X. Fuentes de información relevantes (links).....</b>	<b>37</b>
<b>XI. Anexos .....</b>	<b>38</b>
1. Requisitos para nuevas solicitudes de registro sanitario de alimentos importados y la planilla solicitud de registro sanitario o renovación, disponible en el siguiente link: .....	38

*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 linkado al sitio de ProChile para su descarga.*

## II. RESUMEN EJECUTIVO

Venezuela, en los últimos años, se ha convertido en un país altamente dependiente de las importaciones, tanto de materias primas, bienes intermedios y productos terminados, incluyendo la leche líquida entera, descremada, leche en polvo descremada, fórmulas lácteas para niños y preparaciones para la alimentación infantil tanto para uso industrial como para consumo final, ya que la producción nacional es insuficiente para cubrir la demanda, por lo que actores tanto del sector público como privado deben recurrir a efectuar dichas importaciones desde países como Nicaragua, Ecuador, Perú, México, Alemania, Nueva Zelanda, entre otros; que en su mayoría no cuentan con beneficios arancelarios en comparación con Chile en que casi la totalidad de los productos poseen arancel cero, en el marco del Acuerdo de Complementación Económica ACE No. 23.

Actualmente, en Venezuela, las importaciones de los productos lácteos como lo es la leche líquida (entera y descremada), leche en polvo descremada, fórmulas lácteas para niños y las preparaciones para la alimentación infantil han aumentado fuertemente por la insuficiencia de la producción local. Debido a que se trata de bienes de primera necesidad de consumo masivo.

Chile, con su potencial exportador de productos del sector lácteo, tiene oportunidades de posicionamiento de sus productos en mercado venezolano debido a su relación Calidad-Precio. Como también, trabajar en reimpulsar las exportaciones que Chile mantenía con Venezuela para los años 2013 y 2014.

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

En la actualidad el consumo de leche en Venezuela ha disminuido por la considerable reducción de la oferta doméstica, por falta de materias primas para el desarrollo de la producción local. Por lo que el país y actores del sector público y privado, deben recurrir a importaciones de este rubro, originarias principalmente de los siguientes países: Nicaragua, México, Uruguay, Argentina, Brasil, Nueva Zelanda y Alemania en los últimos años, para intentar de satisfacer la demanda interna.

Chile posee igualdad de condiciones en relación con sus competidores, a excepción de Uruguay que actualmente presenta una reducción en la producción de Leche a causa de fuertes lluvias que han afectado este sector; lo que le da a Chile oportunidades de negocio con Venezuela en cuanto a Leche Líquida al igual que la Leche en polvo descremada. También, en el caso de las fórmulas lácteas para niños de hasta 12 meses de edad y las preparaciones para la alimentación infantil, Chile posee oportunidades en el posicionamiento de este producto en el mercado venezolano, con el cual tiene una ventaja competitiva, debido a que goza de una preferencia arancelaria de 100% en Marco del Acuerdo de Complementación Económica N° 23 sobre México que es considerado como el principal competidor para este rubro. Cabe destacar que existe interés, por parte de importadores venezolanos del sector privado, en recibir información de la oferta exportable que Chile disponible para este rubro, tanto para uso industrial como también para consumo final (retail). Según lo manifestado por los importadores, existe un creciente mercado de preparaciones alimenticias lácteas con sabores como (vainilla, chocolate, mantecado, entre otros) para el consumo retail, donde Chile puede tener un potencial nicho con preferencias arancelarias de 100%.

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

Los productos lácteos objeto de estudio, se consideran bienes de primera necesidad y de consumo masivo. Adicionalmente poseen precios regulados de venta al consumidor por parte del Gobierno nacional, las estrategias de mantención en el mercado deberían estar direccionadas en el factor precio, dependiendo si es para uso industrial o para la venta al retail. Por otra parte la estrategia de penetración para nuevas empresas chilenas exportadoras del sector que se interesen en el mercado es la producción de mayor valor agregado, para salir del esquema de regulación de precios y de esta manera ser más atractivo para el importador.

Asimismo, en el caso de la leche en polvo descremada en presentaciones de 25 kg, la estrategia deberá estar direccionada a la relación calidad-precio, debido a que se trata de una materia prima muy demandada en el mercado Venezolano.

## 3. Recomendaciones de la Oficina Comercial

- Realizar visitas y misiones comerciales a Venezuela con la finalidad de dar a conocer la oferta de Chile en el sector.
- Iniciar con antelación la tramitación de los registros sanitarios que exigen los organismos venezolanos correspondientes,
- Ofrecer posibilidad de elaborar productos con marcas propias de potenciales clientes, de acuerdo al interés y necesidades del mercado informadas por el potencial importador.
- Elaborar y remitir a la Oficina Comercial, un “profile” con información de la empresa y oferta exportable en formato digital, para su posterior difusión a potenciales importadores del sector lácteo como lo son industrias para uso industrial, como también los retailers para consumo final.

## 4. Análisis FODA

	FACTORES INTERNOS	
	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar productos con base en la calidad y precios competitivos.</li> <li>• Atender necesidades del mercado con base a los requerimientos y especificaciones de los potenciales clientes.</li> <li>• Posicionarse en negociaciones aprovechando el prestigio de los productos chilenos en el mercado incluyendo del sector lácteo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chile tiene amplia experiencia productora y exportadora en sectores de origen animal y pecuario.</li> <li>• Contar con el apoyo de la Oficina de ProChile en Venezuela, para la prospección del mercado y contactos con el sector lácteo local.</li> <li>• Preferencia arancelaria del 100% en marco del</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de conocimiento de Chile como importante exportador de productos lácteos.</li> <li>• Disminución de las importaciones de productos lácteos para el año 2015 respecto al 2014.</li> <li>• Chile no posee preferencia arancelaria en cuanto a los productos de las Subpartida 0401.10.10, 0401.20.10 y 0402.10.90.90.</li> </ul>

		<p>ACE N° 23 para las fórmulas lácteas y las preparaciones para la alimentación infantil.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se evidencia poca presencia de productos chilenos en las importaciones venezolanas de las fórmulas lácteas.</li> </ul>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">FACTORES EXTERNOS</p>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venezuela posee una producción de Leche muy escasa que no logra satisfacer la demanda.</li> <li>• Venezuela destaca los productos objeto de estudio como bienes de primera necesidad otorgándole ciertos beneficios.</li> <li>• Se evidencia el consumo de leche en todos los segmentos y nichos del mercado Venezolano.</li> <li>• La demanda de leche en el mercado Venezolano no posee estacionalidad.</li> <li>• Igualdad en cuanto al pago de los aranceles de internación con los principales competidores regionales.</li> <li>• Nuevos esquemas de importación en apoyo a importadores.</li> <li>• El Banco Central de Venezuela indica los niveles de escasez, a través del índice de acaparamiento que se ubica para tercer trimestre de 2015 en 87,0%.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer y dar a conocer la imagen y el posicionamiento de Chile como proveedor confiable y de productos de alta calidad del sector lácteos.</li> <li>• Evaluar el desarrollo de la producción de los productos contenidos en las Subpartida 1901.10.90.10 y 1901.10.90.90 para de esta manera competir y acceder al mercado venezolano.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar visitas y misiones comerciales con la finalidad de dar a conocer la oferta exportable de Chile en el sector lácteo.</li> <li>• Promover Chile como proveedor de materias primas para la industria láctea como también productos de consumo final.</li> <li>• Evaluar la negociación de los productos objeto de estudio para mayor competitividad en el mercado venezolano.</li> </ul>
	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elevadas regulaciones para las importaciones por parte del Gobierno venezolano</li> <li>• Complejos procesos para los compradores para la obtención de la documentación necesaria para importar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar al importador venezolano dándole a conocer las ventajas de comercialización entre ambas naciones tomando en cuenta la relación calidad-precio de la oferta chilena.</li> <li>• Apoyarse en la Oficina Comercial para generar match con importantes actores y potenciales compradores de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como minimizar las debilidades y riesgos propios del mercado que pueden hacer las amenazas una realidad.</li> <li>• Volverse competitivo con los precios (apoyo en el marco del ACE No 23), en especial para productos de las Subpartida 1901.10.90.10 y</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Situación actual del control de cambio dificulta la importación de productos.</li> <li>Inestabilidad política, económica y social.</li> </ul>	industria láctea.	1901.10.90.90. Aún pendientes por negociación las leches líquidas (entera y descremada) y la leche en polvo descremada.
--	--	-------------------	---

## III. Acceso al Mercado

### 1. Código y glosa SACH objeto del estudio

#### 1.1. Leche Líquida

Código SACH	DESCRIPCIÓN
0401.10.00	Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante: Con un contenido de materias grasas inferior o igual al 1%.
0401.20.00	Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante: Con un contenido de materias grasas superior al 1% pero inferior o igual al 6% en peso.

#### 1.2. Leche Descremada en Polvo

Código SACH	DESCRIPCIÓN
0402.10.00	Leche y nata (crema) concentradas o con adición de azúcar u otro edulcorante; en polvo, gránulos o demás formas solidas con un contenido en materias grasas inferior o igual al 1,5% en peso.

#### 1.3. Preparaciones para la alimentación infantil

Código SACH	DESCRIPCIÓN
1901.10.90	Las demás preparaciones para la alimentación infantil acondicionadas para la venta el por menor.

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

#### 2.1. Leche Líquida

Código venezolano	DESCRIPCIÓN
-------------------	-------------

<b>0401.10.10</b>	Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante. Con un contenido de materias grasas inferior o igual al 1% en peso: leche UHT (Ultra High Temperature).
<b>0401.20.10</b>	Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante. Con un contenido de materias grasas superior al 1% pero inferior o igual al 6%, en peso: leche UHT (Ultra High Temperature).

## 2.2. Leche Descremada en Polvo

<b>Código venezolano</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>0402.10.90.90</b>	Leche y nata (crema), concentradas o con adición de azúcar u otro edulcorante. En polvo, gránulos o demás formas sólidas, con un contenido de materias grasas inferior o igual al 1,5% en peso. En presentaciones superiores a 2,5 kg

## 2.3. Preparaciones para la alimentación infantil

<b>Código venezolano</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>1901.10.90.10</b>	Preparaciones para la alimentación infantil acondicionadas para la venta al por menor: Fórmulas lácteas para niños de hasta 12 meses de edad.
<b>1901.10.90.90</b>	Las demás preparaciones para la alimentación infantil acondicionadas para la venta al por menor (que no contenga cacao o con adición de cacao en proporción inferior al 5% en peso)
<b>1901.90.90</b>	Preparaciones para alimentación humana a base de productos de las partidas 04.01 a 04.04 (leche y productos lácteos), sin polvo de cacao o con él en una proporción inferior al 5% en peso, calculado sobre base totalmente desengrasada, excepto para la alimentación infantil.

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

De acuerdo al Arancel de Aduanas de Venezuela, publicado en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.105, vigente hasta el 05/04/2017 según su artículo 3. Este instrumento establece las tarifas aplicadas a las mercancías según su clasificación arancelaria. Al igual que las excepciones al Arancel Externo Común (AEC) contenidas en el Anexo III del Arancel mencionado.

### 3.1. Aranceles Preferenciales para los productos chilenos

Entre Venezuela y Chile se mantiene vigente el Acuerdo de Complementación Económica (ACE N° 23) desde el año 1993, donde se libera del pago de aranceles a diversos productos que forman parte del intercambio comercial entre ambos países.



La leche líquida descremada clasificada bajo el código arancelario 0401.10.10 y leche líquida Entera en el 0401.20.10 en todas sus formas, se encuentran incluidas en la Lista de Excepciones del referido Acuerdo, al igual que la leche en polvo descremada 0402.10.90.90, por tanto no gozan en la actualidad de preferencias arancelarias y deben cancelar el arancel general establecido en el Arancel de Aduanas de Venezuela.

En cuanto a las preferencias arancelarias de las fórmulas lácteas preparaciones para la alimentación infantil clasificadas en los Códigos arancelarios (1901.10.90.10) y (1901.10.90.90), se hace presente que actualmente poseen una preferencia del 100% en el marco del Acuerdo de Complementación Económica N° 23 (ACE 23), lo cual representa una ventaja competitiva para Chile.

A continuación, se presentan tablas con información arancelaria -tanto para Chile como para sus principales competidores- correspondiente a cada producto objeto del presente estudio:

**Leche líquida Descremada (0401.10.10), Leche Entera (0401.20.10) y Leche en Polvo Descremada (0402.10.90.90)**

Código Arancelario	Arancel General	Excepción AEC	Arancel Chile	Arancel Competidor Nicaragua	Arancel Competidor Ecuador	Arancel Competidor Uruguay	Arancel Competidor Perú	Arancel Competidor Costa Rica
Leche Descremada 0401.10.10	14%	15%	15%	15%	0%	0%	0%	15%

Código Arancelario	Arancel General	Excepción AEC	Arancel Chile	Arancel Competidor Nicaragua	Arancel Competidor Uruguay	Arancel Competidor Ecuador	Arancel Competidor Costa Rica	Arancel Competidor Perú
Leche Entera 0401.20.10	14%	15%	15%	15%	0%	0%	15%	0%

Código Arancelario	Arancel General	Excepción AEC	Arancel Chile	Arancel Competidor Uruguay	Arancel Competidor Argentina	Arancel Competidor E.E.U.U.	Arancel Competidor Nueva Zelanda
Leche Descremada en Polvo 0402.10.90.90	28%	20%	20%	0%	0%	20%	20%

**Preparaciones para la alimentación infantil 1901.10.90.10 y 1901.10.90.90**

Código Arancelario	Arancel General	Arancel Chile	Arancel Competidor	Arancel Competidor	Arancel Competidor	Arancel Competidor	Arancel Competidor
--------------------	-----------------	---------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

			México	Irlanda	Alemania	España	Brasil
Preparaciones para la alimentación infantil	18%	0%	18%	18%	18%	18%	0%
1901.10.90.10							
1901.10.90.90							

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

En el contexto ACE N°59, desde el año 2006, Venezuela se encontraba gestionando su ingreso como miembro pleno al Mercado Común del Sur (MERCOSUR) lo cual se concretó finalmente el 31 de julio del 2012. Es importante señalar que actualmente dentro del marco comercial y bajo el hecho puntual que Venezuela 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:

PAÍS/ ACUERDO	Código arancelario de Venezuela	Arancel General 2016 (según Arancel de Aduanas)	Exacción AEC <sup>2</sup>	Preferencia arancelaria aplicada 2016	Arancel a pagar 2016	Arancel a pagar 2017	Fecha de alcance total de acuerdo de exoneración 100%
Argentina ACE N°68	0401.10.10	14%	15%	87%	1,95%	0,45%	2018
	0401.20.10						
	0402.10.90.90	28%	20%	100%	0%	0%	2013
	1901.10.90.10	18%	-				
	1901.10.90.90						
Brasil ACE N°69	0401.10.10	14%	15%	60%	6%	6%	2018
	0401.20.10						
	0402.10.90.90	28%	20%	60%	8%	8%	2018
	1901.10.90.10	18%	-	100%	0%	0%	2014
	1901.10.90.90						
Uruguay <sup>2</sup> ACE N°63	0401.10.10	14%	15%	0%	15%	15%	-
	0401.20.10						
	0402.10.90.90	28%	20%		20%	20%	
	1901.10.90.10	18%	-		18%	18%	
	1901.10.90.90						

Paraguay ACE N°59	0401.10.10	14%	15%	87%	1,95%	1,05%	2018
	0401.20.10						
	0402.10.90.90	28%	20%		2,6%	1,4%	
	1901.10.90.10	18%	-	100%	0%	0%	2013
	1901.10.90.90						

<sup>1</sup>Las excepciones al Arancel Externo Común, contenidos en el Anexo III del Arancel de Aduana de Venezuela vigente.

<sup>2</sup>Uruguay según el Acuerdo de Complementación Económica N°63, no posee preferencias arancelarias a los productos tratados en el presente Perfil de Mercado. Sin embargo, este se rige por el principio de la nación más favorecida al ser miembro pleno del MERCOSUR, lo que le concede una preferencia arancelaria del 100% para sus productos.

### 3.3. Otros países con ventajas arancelarias

#### Comunidad Andina de Naciones (CAN)

En el 2006, el Gobierno venezolano anunció su decisión de retirarse de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y según la normativa vigente en dicho bloque conformado actualmente por Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú, las preferencias arancelarias se mantendrían por cinco años más, es decir, hasta el 19 de abril de 2011. Esta situación hizo que Venezuela se uniera a acuerdos bilaterales totales o parciales, fuera del marco de la CAN con cada uno de sus miembros. Dentro de estos acuerdos, se determinaron ciertos otorgamientos de porcentajes de preferencias arancelarias, en el caso de los productos objeto de estudio en el presente Perfil de Mercado, se indican a continuación:

- Colombia:** Tras la renegociación entre Venezuela y Colombia, se produjo un Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial AAP.C N°28 suscrito el día 28 de noviembre de 2011, estableciendo los códigos 0401.10.10, 0401.20.10 y 0402.21.10.19 gozan de una preferencia arancelaria del 100%. Disponible Acuerdo en el siguiente link:  
<http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/76f48c523734f6e9032567f200736470/ad52cee9e1738e5703257a930048bdf6?OpenDocument>
- Perú:** Estableció un Acuerdo Bilateral de Alcance Parcial con Venezuela, publicado en Gaceta Oficial el día 7 de noviembre del año 2012. Para los códigos arancelarios 0401.10.10 y 0401.20.10 se aplica una preferencia arancelaria del 100%. Por otra parte, para el código 0402.21.10.19 se le aplicará una preferencia arancelaria del 50%. Apéndice B1 (Venezuela), del mencionado Acuerdo disponible en el siguiente link:  
[http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/venezuela/anexo\\_I\\_lista\\_venezuela\\_pendices\\_B1\\_16\\_01\\_2013.pdf](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/venezuela/anexo_I_lista_venezuela_pendices_B1_16_01_2013.pdf)
- Ecuador:** Acuerdo Marco de Cooperación entre el Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela y el Gobierno de la República del Ecuador para Profundizar los Lazos de Comercio y Desarrollo, suscrito el día 11 de abril de 2011. Concede un preferencia arancelaria del 100% a todos los productos analizados en el presente Perfil de Mercado. Acuerdo disponible en el siguiente link:

[http://www.asambleanacional.gob.ve/uploads/leyes/2011-05-24/doc\\_255f24638bf48be44517c2df90e5c2f8054da5e4.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ve/uploads/leyes/2011-05-24/doc_255f24638bf48be44517c2df90e5c2f8054da5e4.pdf)

## 4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

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

En Venezuela, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) recae sobre la ejecución de todas las actividades definidas como enajenación de bienes muebles, prestación de servicios y como es el caso las importaciones de bienes y servicios. La alícuota impositiva general aplicable fue fijada en doce por ciento (12%) según el DECRETO NÚMERO 1.436 DE 2014, con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Reforma de la Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado (art.62). Por otro lado, las autoridades competentes determinaron una lista de productos que están exentos de cancelar el IVA, lo que se encuentra contenido en el decreto anteriormente mencionado en su artículo 18 numeral 13; la leche clasificada en los códigos arancelarios 0401.10.10, 0401.20.10 y 0402.21.10.19 se encuentran exento de pago de IVA, lo que proporciona una ventaja para incursionar en este sector dentro del mercado Venezuela.

[http://www.mileoconsultores.com/wp-content/uploads/2015/02/LIVA\\_2014.pdf](http://www.mileoconsultores.com/wp-content/uploads/2015/02/LIVA_2014.pdf)

### 4.2. Tasa por servicio de aduanas

La Ley Orgánica de Aduanas establece el pago del 1% del valor CIF de la operación de importación (servicio de aduanas que paga el importador) divididos en 0,5% dirigido para el Tesoro Nacional y el otro 0,5% al Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT). Este pago es tramitado y cancelado por el agente aduanal que represente al comprador o importador de las mercancías.

### 4.3. Agente de Aduanas

El detalle de la factura por concepto de agente aduanal varía respecto al tipo de mercancía, no obstante, se mencionan a continuación los puntos más importantes:

- Comisión Aduanal por el agente de aduanas entre 1,5% o 1,7% sobre el valor de la base imponible (Valor CIF de la factura comercial).
- Gastos de operación oscila entre Bolívares 15.000 y 18.000 por contenedor
- Gastos de Documentos y Tramitación: Un valor de Bolívares 8.000
- Gastos Administrativos: se cobra 5% sobre los gastos que incurre de llevar el despacho de la mercancía.

Algunas Agentes o Agencias de Aduanas añaden en su factura, los siguientes gastos:

- Gastos por reconocimiento, oscila entre los Bolívares 7.000 - 8.000 por contenedor.
- Gastos por despacho con un valor de Bolívares 2.000

### 4.4. Transporte

Según información suministrada por la compañía naviera Hapag-Lloyd, los costos del flete marítimo en la actualidad –a modo referencial- en la ruta Chile-Venezuela son los siguientes:

PUERTO DE SALIDA	PUERTO DE LLEGADA	Tarifa Contenedor 20' st.* (USD)	Tarifa Contenedor 40' st.* (USD)	Tarifa Contenedor 40' HC.** (USD)
San Antonio	Puerto Cabello	2.289	2.789,77	2.789,77
San Vicente	Puerto Cabello	2.289	2.789,77	2.789,77

Fuente: Elaboración de la Oficina Comercial, con información suministrada por la empresa Hapag-Lloyd de agosto de 2016.

En las tarifas anteriormente mencionadas están incluidos los siguientes gastos:

- THD (Terminal Handling Charges Destination) Gastos de manipulación en terminal de destino de 105US\$.
- CGD (Congest.Surch.Dest) 300US\$ para contenedores de 20' y para los contenedores de 40' se aplica una tarifa de 600US\$.
- POD (Re-positioning ): Reposicionamiento de 600UD\$
- MTD(Document Fee) Gastos por los documentos en 50US\$

La misma empresa, nos proporciona un itinerario de salidas referenciales de Chile a Venezuela para el mes de agosto, lo cual evidenciamos las salidas con frecuencia semanal y con un rango promedio de tiempo de tránsito de 25 días aproximadamente.

PUERTO DE ORIGEN	PUERTO DE DESTINO	Buque	Fecha de Salida	Fecha de Llegada	Tiempo de Tránsito(Días)
San Antonio-CL	Puerto Cabello-VE	RUDOLF SCHEPERS	05-08-2016	06-09-2016	32
San Antonio-CL	Puerto Cabello-VE	ELISABETH-S	12-08-2016	06-09-2016	25
San Antonio-CL	Puerto Cabello-VE	LIMARI	19-08-2016	06-09-2016	18
San Antonio-CL	Puerto Cabello-VE	LOA	26-08-2016	20-09-2016	25
San Antonio-CL	Puerto Cabello-VE	RUDOLF SCHEPERS	05-08-2016	26-09-2016	21
San Antonio-CL	Puerto Cabello-VE	ELISABETH-S	12-08-2016	02-09-2016	21
San Antonio-CL	Puerto Cabello-VE	LOA	26-08-2016	16-09-2016	21
San Antonio-CL	Puerto Cabello-VE	HANSA OLDENBURG	06-08-2016	02-09-2016	27

Fuente: Elaboración de la Oficina Comercial, con información suministrada por la empresa Hapag-Lloyd de agosto de 2016.

NOTA: Para más información contactar la Oficina Comercial.

#### 4.5. Régimen Tarifario de Servicios Portuarios

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. 177).

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

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

#### 4.6. Control de cambio 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; publicado en la Gaceta Oficial 40.865 el Convenio Cambiario N° 23, entrando en vigencia el 09/03/2016, el cual no es 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.

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

Nombre del Mecanismo	Tipo de Cambio Protegido (DIPRO)	Tipo de Cambio Complementario (Flotante de Mercado) (DICOM)
<b>Tipo de Cambio</b>	1 US\$= Bsf. 10	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 Bsf.215 por dólar.  Tasa DICOM al 08/09/2016 (2): 1 US\$ = Bs. 647,98 para la compra 1 US\$ = Bs. 649,60 para la venta
<b>Descripción del Mecanismo</b>	Este tipo de cambio es aplicado a la importación de los rubros pertenecientes a los sectores alimentos, salud, pensiones, jubilaciones 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	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 cambiario, dependiendo de flujo de divisas.

	productivos	
<p><b>Organismo que lo administra</b></p>	<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 Bicentenario.</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 que el importador pueda acceder a dólares a tasa preferencial de Bolívares 10 por dólar, el importador debe gestionar previamente un Certificado de No Producción, 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 <http://www.bcv.org.ve/>
    - Por medio de contacto telefónico establecido con actores retail y tiendas gourmet vinculados a la importación de leche, desde el año 2015 se dificulta la obtención de las solicitudes de Autorización de Adquisición de Divisas (AAD) al sector privado. La mayor parte de las importaciones de este rubro con dólar preferencial en 2015 se estima que fueron realizadas por parte de entidades gubernamentales vinculadas a la importación de productos de primera necesidad.
    - Existen empresas que importan con recursos propios. Para mayor información contactar con la Oficina Comercial.
- ✓ Divisas otorgadas por CENCOEX

De acuerdo a la información recopilada en entrevistas de opinión calificada a importadores de los productos lácteos objeto de estudio, en lo que va de año 2016 se ha dificultado la aprobación de las solicitudes de Autorización de Adquisición de Divisas (AAD), posiblemente debido a la escasez de divisas existente derivado de la considerable reducción de los precios internacionales del petróleo y la mayoría de las autorizaciones e importaciones del rubro han sido efectuadas por parte de entidades gubernamentales. Regulaciones y normativas de importación (*links a fuentes*)

#### 4.7. Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP).

Es un documento indispensable requerido para la realización de trámites ante CENCOEX o del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), relativos a la obtención de divisas preferenciales o exoneración de impuestos de importación (Aranceles o IVA según el caso), sirve al mismo tiempo como recomendación al CENCOEX para conceder una Autorización de Adquisición de Divisas (AAD). En particular, la Leche Líquida Entera (0401.20.10) y Descremada (0401.10.10); Leche en polvo descremada (0402.10.90.90) y las preparaciones para la alimentación infantil (1901.10.90.10) y (1901.10.90.90), a los fines de que el Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX) evalúe y otorgue según corresponda la Autorización de Adquisición de Divisas (AAD) previo a la solicitud de divisas, se debe contar con el Certificado de No Producción o de Producción Insuficiente (CNP) para el acceso al tipo de cambio protegido (DIPRO) de Bs. 10 por dólar, que en este caso lo debe emitir el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación.

#### 4.8. Regímenes Legales para la Importación.

El Arancel de Aduanas vigente en Venezuela, establece los regímenes legales que deben cumplir las mercancías objeto de importación según su clasificación arancelaria son los descritos en la siguiente tabla:

Régimen	Descripción del Régimen Legal	Código Arancelario
3	<b>Permiso del Ministerio del Poder Popular para la Salud.</b>	0402.10.90.90
5	<b>Certificado Sanitario del País de Origen.</b>	0401.10.10
		0401.20.10
		0402.10.90.90
		1901.10.90.10
		1901.10.90.90
8	<b>Licencia de Importación administrada por el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación.</b>	0401.10.10
		0401.20.10
		0402.10.90.90
12	<b>Registro Sanitario expedido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud.</b>	0401.10.10
		0401.20.10
		1901.10.90.10
		1901.10.90.90

#### NOTA:

- Al igual que el Certificado de No Producción (CNP), la Licencia de Importación (Régimen Legal N° 8) también debe ser solicitada por medio de la "Taquilla Única" del Ministerio del Poder Popular para la Alimentación (MINPPAL)

#### 4.9. Certificado de Origen



Las mercancías deben venir acompañadas por el Certificado de Origen emitido por la autoridad chilena competente, para de esta manera poder gozar de las preferencias arancelarias establecidas en el Acuerdo de Complementación Económica N° 23 Chile-Venezuela. En cuanto a las preparaciones para la alimentación infantil acondicionadas para la venta al por menor (1901.10.90.10) y (1901.10.90.90) es imprescindible debido a que gozan de arancel 0, en el marco de lo establecido en el en el referido Acuerdo.

#### 4.10. Certificado Zoosanitario del País de Origen

Toda importación de vegetales, animales, productos y subproductos deberán ingresar al país amparada por el respectivo Certificado Fito y/o Zoosanitario del país de origen, con el fin de resguardar de las enfermedades de las plantas o relacionado con ello a la población que consumirá los productos a los cuales es exigible estos certificados. El Certificado Fitosanitario se requiere en las importaciones de productos de origen vegetal, dado que certifica que los vegetales están sanos y exentos de parásitos. Por otra parte, el Certificado Zoosanitario se requiere en el caso de los animales vivos, productos y subproductos de origen animal.

El incumplimiento de este requisito la mercancía en cuestión será objeto de reembarque o de destrucción; tal como lo establece el Artículo 4 de la Resolución Número 113 del Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras de 2002. Este documento debe tener fecha posterior al Permiso Fito o Zoosanitario de importación (requisito de destino) otorgado por el Instituto Nacional de Salud Agrícola Integral (INSAI).

#### 4.11. Control de Precios (Ley de Precios Justos)

A principios del año 2003 el Gobierno venezolano, presidido en ese momento por Hugo Chávez, determinó la necesidad de establecer los precios máximos de venta al público para los productos de primera necesidad, con el objetivo de controlar la inflación y otorgar facilidades a la población de escasos recursos.

El Gobierno venezolano en el año 2014 publicó La Ley Orgánica de Precios Justos, que se hizo oficial el 23 de enero de ese año por medio de la Gaceta N° 40.340, posteriormente, sufrió una reforma en noviembre del mismo año, donde se estableció un porcentaje máximo de ganancia para cada actor de la cadena de comercialización y se fijaron los precios máximos de la cadena de producción o importación, distribución y consumo, de acuerdo a su importancia económica y su carácter estratégico, en beneficio de la población.

Para el año 2015, se realizaron dos publicaciones en Gaceta Oficial que modifican la Ley Orgánica de Precios Justos, el primero fue una providencia “mediante la cual se regulan las modalidades para la determinación, fijación y marcaje de precios en todo el territorio nacional”, publicada en la Gaceta Oficial N°40.774, el día 25 de octubre, donde se establecen los límites del margen de ganancia separados en dos partes:

- Importador: el margen máximo de ganancia permitido a los importadores de bienes es de veinte por ciento (20%).
- Productores nacionales: el margen máximo de ganancia permitido a los productores nacionales y prestadores de servicios es de treinta por ciento (30%).

El segundo por su parte, fue el “Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justos”, publicado el 8 de noviembre de 2015 en la Gaceta Oficial N° 6.202, donde se afianzan las sanciones a empresas y a los

puntos de ventas de los productos contenidos en esta Ley, si no cumplen la normativa implantada. Estas sanciones son establecidas por la Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socio Económicos (SUNDDE)- Superintendencia de Precios Justos. Además, se ratifica que ningún margen de ganancia puede superar el treinta por ciento (30%).

Cabe acotar que, dentro del cálculo de estos márgenes de ganancia deben estar incluidos todos los costos realizados (costos generales de importación, costos e impuestos aduanales, costos a empleados y demás gastos del importador en el proceso de importación, nacionalización y comercialización del producto, etc.).

Para más información puede consultar las Gacetas Oficiales, antes mencionadas en los siguientes links:

1. Ley Orgánica de Precios Justos Gaceta Oficial N° 40.340, 23 de enero de 2014:  
<http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/sites/default/files/superintendenciadepreciosjustos-leyes-20140123-leyorganicadepreciosjustos.pdf>
2. Providencia Administrativa mediante la cual se regulan las modalidades para la determinación, fijación y marcaje de precios en todo el territorio nacional, Gaceta Oficial N°40.774:  
<http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/sites/default/files/GacetaOficial40774PreciosJustos.compressed.pdf>
3. Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justos, Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.202:  
[http://www.mp.gob.ve/c/document\\_library/get\\_file?p\\_l\\_id=6939463&folderId=10201629&name=DLFE-9908.pdf](http://www.mp.gob.ve/c/document_library/get_file?p_l_id=6939463&folderId=10201629&name=DLFE-9908.pdf)

En el caso de la Leche Líquida Entera (0401.20.10) y Descremada (0401.10.10) sus precios se encuentran regulados por la Superintendencia de Precios Justos (SUNDDE), en la Providencia Administrativa N° 041/2016 donde la misma tiene por objeto regular en todo el territorio nacional el precio máximo de venta al productor y/o importador, precio máximo de venta del distribuidor mayorista, precio máximo de venta del distribuidor minorista y precio justo de venta al consumidor.

[http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/sites/default/files/Providencia%20Adm.%20041-2016%20Leche%20Pasteurizada\\_1.pdf](http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/sites/default/files/Providencia%20Adm.%20041-2016%20Leche%20Pasteurizada_1.pdf)

Por otra parte, en cuanto a la Leche en polvo descremada (0402.10.90.90), las fórmulas lácteas para niños (1901.10.90.10) y las demás preparaciones para la alimentación infantil (1901.10.90.90) no se encuentran sujetas a una regulación de precios justos, pero sí a acatar las leyes y normas que regulan la determinación, fijación y marcaje de precios respetando los márgenes de ganancia establecidos en el ordenamiento jurídico nacional.

#### 4.12. Normas COVENIN aplicables

El Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos (SENCAMER) adscrito al Ministerio de Poder Popular para la Industria y Comercio establecen mediante la Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN) un serie de leyes encargadas de velar por la estandarización y normalización bajo lineamientos de calidad en Venezuela. Los productos objeto de estudio se encuentran sujetas a las siguientes:

Producto ámbito de aplicación de la Norma	Norma Venezolana COVENIN	Número y fecha de la Norma	Enlace del contenido de la Norma
0401.10.10 0401.20.10	Leche esterilizada de larga duración	1205/2001 (3ra Revisión)	<a href="http://www.sencamer.gov.ve/sencamer/action/normas-find">http://www.sencamer.gov.ve/sencamer/action/normas-find</a>
0402.10.90.90	Leche en Polvo	1481/2001 (7ma Revisión)	<a href="http://www.sencamer.gov.ve/sencamer/normas/1481-01.pdf">http://www.sencamer.gov.ve/sencamer/normas/1481-01.pdf</a>
1901.10.90.10	Formulas alimenticias adaptadas para lactantes	909/1996 (1era Revisión)	<a href="http://www.sencamer.gov.ve/sencamer/normas/909-96.pdf">http://www.sencamer.gov.ve/sencamer/normas/909-96.pdf</a>

## 5. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (links a fuentes e imágenes).

La Norma General que rige el proceso de etiquetado en Venezuela, proviene de lo establecido por SENCAMER y sus normas COVENIN, con el No. 2952:2001 titulada: "Norma General para el rotulado de alimentos envasados". Para conocer más información sobre la Norma General venezolana para el rotulado de los alimentos envasados, visitar el siguiente sitio web: <http://www.sencamer.gov.ve/sencamer/normas/2952-01.pdf>



## 6. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

En primera instancia, la empresa importadora de los productos objeto del presente estudio, debe estar inscrita en el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación (MINPPAL). Una vez hecho esto, la empresa importadora deberá solicitar para cada transacción internacional (importación) el Certificado de producción insuficiente o no

producción (CNP), que conduce a la solicitud de la Autorización de Adquisición de Divisas (AAD) ante el Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX) para la obtención de divisas preferenciales a través del mecanismo cambiario DIPRO (Tipo de Cambio Protegido) y en el caso que se desee importar con divisas propias, la empresa importadora deberá consignar una carta de renuncia a la Autorización de Adquisición de divisas.

También, la empresa importadora debe poseer Registro Sanitario expedido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud de Venezuela (MPPS) que corresponde al Régimen Legal No. 12, establecido en el Arancel de Aduanas de Venezuela. Aplicado únicamente a los productos de los Códigos Arancelarios (0401.10.10); (0401.20.10); (1901.10.90.10) y (1901.10.90.90). Los requisitos para la solicitud del Registro sanitario correspondiente se pueden observar en el siguiente link:

<http://sacs.mpps.gob.ve/siacs/Alimentos/Instructivos/registroSanitario.pdf>

Los permisos, registros y certificaciones usualmente los tramita el importador, con la debida autorización del proveedor según sea el producto. No obstante, para el caso de registros sanitarios de alimentos y bebidas que otorga el MPPS y dado que el propietario de los registros es el fabricante, según la legislación vigente, los exportadores chilenos pueden adelantar, previo a la selección del importador, el trámite de análisis de laboratorio y registros por intermedio de asesores sanitarios (datos disponibles en ProChile Venezuela).

Cabe destacar también que la empresa importadora debe estar registrada en el Sistema Integral de Control Agroalimentario (SICA), de la Superintendencia Nacional de Gestión Agroalimentaria (SUNAGRO). Disponibles en los siguientes links como también en el Anexo 2 se podrá encontrar los requisitos necesarios para mencionado registro:

SUNAGRO: <http://www.sunagro.gob.ve/chargeNotice.do>

SICA: <https://sistema.sunagro.gob.ve/>

Adicionalmente, el importador debe solicitar ante el Instituto Nacional de Salud Agrícola Integral (INSAI). El Permiso Fitosanitario de Importación. Disponible en el Anexo 2, la planilla para la solicitud del requisito antes mencionado.

Por último y según comentarios de los principales importadores del sector lácteo, afirman que en Venezuela para la solicitud de los permisos, registros y certificaciones para la importación existe excesiva burocracia, y los tiempos involucrados en cada solicitud según lo requiera cada producto lo determinara la gestión que se lleve a cabo. Sin embargo, estos pueden tardar alrededor de 1 mes a 1 año.

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

### 7.1. Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT):

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

Teléfonos: +58212-7092201/7092205.

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

**7.2. Ministerio del Poder Popular para la Alimentación (MINPPAL):** Inscripción de la empresa importadora, tramitación del Certificado de No Producción.

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

**Teléfonos:** +58212-5770257

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

**7.3. Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX):** Solicitud de Autorización de Adquisición de Divisas (AAD).

**Dirección:** Sede Principal (Temporal): Av. Leonardo Da Vinci Edf. Anexo B-1 P.B. Urb. Los Chaguaramos - Caracas.

**Teléfonos:** +58212-5977011.

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

**7.4. Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS):** Solicitud del Registro sanitario.

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

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

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

<http://www.sacs.gob.ve/site/>

**7.5. Instituto Nacional de Salud Agrícola Integral (INSAI):** Solicitud de Permiso Fitosanitario de importación:

**Dirección:** Av. Principal Las Delicias. Edif. INIA MARACAY - EDO - ARAGUA.

**Teléfonos:** 58243-242-8062

**Website:** <http://www.insai.gob.ve/index.php>

## IV. Potencial del Mercado

### 1. Producción local y consumo

En Venezuela durante los últimos 15 años la agricultura ha decaído, principalmente en el sector lácteo. Un ejemplo se puede observar en la producción de leche pasteurizada que en el año 2000 representaba el 75% de la producción de leche cruda, en la actualidad -en el año 2016- solo se produce un 15%, dándole de esta manera cabida a la Leche UHT, debido a que la leche líquida pasteurizada tuvo un fuerte golpe en cuanto a su regulación de precios por parte del Gobierno de turno que trajo como consecuencia la caída de la producción, desapareciendo así este mercado Venezolano, y se estima que este continúe disminuyendo. La leche UHT (descremada y entera) cuenta con tan solo dos productores nacionales, que no representan gran desafío para la introducción de este producto al mercado venezolano debido a que cuentan con escasa tecnología que los limita a ofrecer un producto de mayor calidad.

En Venezuela, tenían presencia en cuanto a leche UHT (entera y descremada) tres principales actores como lo son: Corporación Inlaca, C.A. (<http://www.dpa.com.ve/>) con la marca Mi Vaca, que se posicionó en el primer puesto en el mercado hasta que posteriormente debido a la regulación de precios del año 2008, la empresa decidió retirar la marca del mercado; dando lugar así a la participación de las empresas Convelac, C.A. (<http://www.lapastorena.com/la-empresa/>) con su marca La Pastoreña, como también la empresa El Tunal (<http://www.eltunal.com/>) con su marca Purísima. Siendo estas empresas en la actualidad, líderes productores en Venezuela de este producto.

Según la Cámara Venezolana de las Industrias de Alimentos (CAVIDEA) en su publicación "Tendencia Julio 2016" la producción de leche en polvo en relación de julio de 2015 hasta julio de 2016 ha sufrido una variación del -5,0% de las toneladas producidas por la industria venezolana. Asimismo se nota una caída de la producción de la misma con una variación acumulada anual medida desde julio de 2015 hasta julio de 2016 de -35,2% lo cual se traduce

como una gran oportunidad en el mercado debido a la reducción de la oferta nacional por parte de un único productor, como lo es la empresa Génica (<http://www.genica.com.ve>), que conduce a depender aún más de las importaciones de este producto, considerado en la población venezolana como de primera necesidad y de consumo masivo. El documento citado disponible en el siguiente link:

<http://www.cavidea.org/images/documentos/TENDENCIA2016/TENDENCIA%20JULIO%202016.pdf>

En cuanto consumo de la leche UHT (entera y descremada) ha decaído por distintas razones como la falta de requerimientos, permisos y certificados para la importación; dificultad para la obtención de divisas y que la población no está consumiendo el producto debido a su alto costo en mercados no oficiales que dificulta que algunos segmentos de la población puedan acceder al producto, y en consecuencia la creación de un mercado elite constituidos por un estrato social AB que representa no más del 10% de la población aproximadamente.

Cabe destacar que la producción de leche en Venezuela, se encuentra concentrada geográficamente los estados Zulia, Guárico y Lara, siendo la región zuliana la mayor productora de leche en el país, con 395 millones 767 mil 308 litros al año, cuenta con 2 millones 853 mil cabezas de ganado bovino y es primer productor de leche de caprino. Tal y como lo afirma un actual reportaje de El mundo del 31 de julio del 2016, disponible en el siguiente link:

<http://www.elmundo.com.ve/noticias/economia/agro/elevaran-produccion-de-leche-y-carne-en-zulia.aspx>

Por otra parte, en la siguiente tabla se aprecian las cifras de la demanda de los productos lácteos incluidos en el presente Perfil de Mercado para el año 2015:

ALIMENTO	Demanda (Kg/persona/año)	Demanda Total (TM/población/año)
Otras leches <sup>1</sup>	0,513	14.809,764
Leche en polvo descremada	0,650	18.759,035
Fórmulas lácteas	29,565	19.887,103

**Fuente:** Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras (MAT) y el Instituto Nacional de Nutrición (INN).

Nota (1): Otras leches, incluye la leche líquida UHT (entera y descremada).

## 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.

PAÍS	IMPORTACIONES DE VENEZUELA (Subpartida 0401.10.10)					
	Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante; con un contenido de materias grasas inferior o igual al 1%, en peso.					
	2013		2014		2015	
	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)
<b>NICARAGUA</b>	248.988,00	241.327	3.767.277,00	3.632.076	3.896.490,00	3.760.753
<b>ECUADOR</b>	2.659.324,00	2.505.808	7.276.520,00	7.401.640	1.001.367,00	1.076.748

URUGUAY	958.844,00	1.014.894	5.197.182,00	5.242.840	997.920,00	1.106.160
CHILE	1.570.055,00	1.467.806	2.878.410,00	3.011.658	811.190,00	925.200
PERU	1.074.109,00	1.031.625	2.651.039,00	2.634.865	0,00	0
COSTA RICA	1.202.151,00	1.213.632	1.612.170,00	1.656.457	0,00	0
OTROS PAISES	314.241,00	315.349	170.248,00	157.684	205.632,00	198.768
<b>TOTAL</b>	<b>8.027.712,00</b>	<b>7.790.441</b>	<b>23.552.846,00</b>	<b>23.737.220</b>	<b>6.912.599,00</b>	<b>7.067.629</b>
Participación de Chile en el mercado Venezolano	19,56%		12,22%		11,73%	
Posición de Chile	2		4		4	

Fuente: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: Agosto de 2016

**Análisis de las importaciones de Venezuela (Subpartida 0401.10.10: Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante; con un contenido de materias grasas inferior o igual al 1%, en peso):** En el mercado de Leche líquida descremada en los últimos tres años cerrados se realizaron -en promedio- 12,83 millones de US\$ en importaciones, lo cual representa una cifra importante, teniendo un alza particularmente para el 2014 donde las importaciones de este rubro alcanzó la cifra 23,55 millones de US\$. Por otra parte, Chile juega un papel fundamental ocupando la segunda posición para el año 2013 con 2,88 millones de US\$ para este último; para luego descender a 811,16 miles de US\$ ocupando la cuarta posición como proveedor de Venezuela para los años 2014 y 2015. (¿se sabe la razón esta disminución de las exportaciones chilenas?)

PAÍS	IMPORTACIONES DE VENEZUELA (Subpartida 0401.20.10)					
	Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante; con un contenido de materias grasas superior al 1% pero inferior o igual al 6%, en peso.					
	2013		2014		2015	
	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)
NICARAGUA	19.218.176,00	18.204.885	26.006.890,00	25.767.896	19.273.152,00	18.682.678
URUGUAY	0,00	0	2.865.450,00	2.725.460	629.640,00	698.080
ECUADOR	758.938,00	779.868	2.935.836,00	3.064.255	564.582,00	606.600
CHILE	720.388,00	668.200	460.948,00	514.000	133.595,00	154.200
PERU	738.989,00	712.845	2.475.875,00	2.593.045	87.989,00	95.450
COSTA RICA	865.564,00	840.036	2.082.577,00	2.101.297	0,00	0
OTROS PAISES	701.256,00	677.145	2.987.532,00	3.076.745	219.905,00	205.317
<b>TOTAL</b>	<b>23.003.311,00</b>	<b>21.882.979</b>	<b>39.815.108,00</b>	<b>39.842.698</b>	<b>20.908.863,00</b>	<b>20.442.325</b>
Participación de Chile en el mercado Venezolano	3,13%		1,16%		0,64%	
Posición de Chile	5		8		4	

Fuente: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: Agosto de 2016

**Análisis de las importaciones de Venezuela (Subpartida 0401.20.10: Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante; con un contenido de materias grasas superior al 1% pero inferior o igual al 6%, en peso):** en el mercado de la Leche Líquida Entera en los últimos 3 años cerrados se realizaron el promedio 27,91 millones de US\$ lo cual representa una cifra muy importante, que nos determina la demanda de este rubro en el país como también su dependencia de las importaciones; estas han presentado un alza en el año

2014 con 39,81 millones de US\$. De este mercado de las importaciones, Chile aporta un promedio de 438,31 miles de US\$ que lo ubica en la 4 posición como proveedor de Venezuela para este rubro para el año 2014 compitiendo con Nicaragua, Uruguay y Ecuador

PAÍS	IMPORTACIONES DE VENEZUELA (Subpartida 0402.10.90.90)					
	Leche y nata (crema) concentradas o con adición de azúcar u otro edulcorante; en polvo, gránulos o demás formas solidas con un contenido en materias grasas inferior o igual al 1,5% en peso.					
	2013		2014		2015	
	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)
URUGUAY	3.458.896,00	785.850	21.531.798,00	4.157.896	1.246.290,00	253.400
ARGENTINA	5.061.135,00	1.221.381	5.519.836,00	1.111.150	960.000,00	202.720
CHILE	511.644,00	101.200	3.208.500,00	672.900	833.000,00	172.040
ESTADOS UNIDOS	4.469.293,00	1.114.148	1.973.788,00	436.855	710,00	79
NUEVA ZELANDA	2.937.025,00	714.305	0,00	0	0,00	0
OTROS PAISES	6,00	1	28,00	16	0,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>16.437.999,00</b>	<b>3.936.885</b>	<b>32.233.950,00</b>	<b>6.378.817</b>	<b>3.040.000,00</b>	<b>628.239</b>
Participación de Chile en el mercado Venezolano	3,11%		9,95%		27,40%	
Posición de Chile	5		3		3	

Fuente: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: Agosto de 2016

**Análisis de las importaciones de Venezuela (Subpartida 0402.10.90.90: Leche y nata (crema) concentradas o con adición de azúcar u otro edulcorante; en polvo, gránulos o demás formas solidas con un contenido en materias grasas inferior o igual al 1,5% en peso):** en el mercado de la Leche Descremada en polvo en los últimos tres años cerrados (2013-2014) Venezuela ha realizado en promedio 17,23 millones de US\$ de este rubro, las mismas presentan un alza particularmente para el año 2014 con 32,23 millones de US\$ que representa una cifra importante en la las importaciones. Por otro lado, Chile aporta a este rubro un promedio de 1,51 millones de US\$ ocupando la tercera posición en el mercado de las importaciones de Venezuela para este rubro para los años 2014 y 2015 con porcentajes de participación de 9,95% y 27,40% respectivamente.

PAÍS	IMPORTACIONES DE VENEZUELA (Subpartida 1901.10.90.10)					
	Preparaciones para la alimentación infantil acondicionadas para la venta al por menor: Fórmulas lácteas para niños de hasta 12 meses de edad.					
	2013		2014		2015	
	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)
MEXICO	54.597.448,00	7.054.882	48.879.564,00	6.980.313	31.974.348,00	3.942.374
ALEMANIA	8.094.103,00	759.312	8.823.261,00	1.052.805	7.086.802,00	1.197.575
ESPAÑA	2.364.698,00	104.553	14.573.963,00	629.461	5.060.963,00	213.621
IRLANDA	9.771.994,00	831.986	2.453.638,00	188.178	4.057.871,00	335.597
HOLANDA	5.180.061,00	397.894	15.372.976,00	1.390.826	3.394.401,00	321.004
ESTADOS UNIDOS	2.264.831,00	261.463	5.849.273,00	798.205	2.292.220,00	327.326
BRASIL	3.121.617,00	546.317	2.026.022,00	389.609	1.826.508,00	336.509



<b>OTROS PAISES</b>	2.256.804,00	434.689	768.890,00	124.943	0,00	0
<b>TOTAL</b>	87.651.556,00	10.391.096	98.747.587,00	11.554.340	55.693.113,00	6.674.006
<b>Participación de Chile en el mercado Venezolano</b>	0,78%		-		-	
<b>Posición de Chile</b>	9		-		-	

Fuente: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: Agosto de 2016

**Análisis de las Importaciones de Venezuela (Subpartida 1901.10.90.10: Preparaciones para la alimentación infantil acondicionadas para la venta al por menor: Fórmulas lácteas para niños de hasta 12 meses de edad):** En este mercado de fórmulas lácteas para niños en los últimos tres años cerrados se realizaron en promedio de 80,70 millones de US\$, lo cual representa una cifra muy importante por la naturaleza del rubro, que nos determina la demanda de este rubro en el país como también su dependencia de las importaciones; resaltando el año 2014 con un total de importaciones de 98,74 millones de US\$. Por otra parte, Chile tiene presencia en este mercado solo en el 2013 con 679,75 miles de US\$ representando un 0,78%, ocupando así la novena posición como proveedor del mercado de las importaciones venezolanas para este rubro. Cabe destacar que Chile puede incluir en su oferta exportable productos de esta Subpartida para el aprovechamiento de la preferencia arancelaria del 100% en marco del Acuerdo de Complementación Económica N° 23, y de esta manera ser competitivos en el mercado Venezolano. (¿ a que se debe la caída de las expotaciones Mexicanas en un 40%?

PAÍS	IMPORTACIONES DE VENEZUELA (Subpartida 1901.10.90.90)					
	Las demás preparaciones para la alimentación infantil acondicionadas para la venta al por menor (que no contenga cacao o con adición de cacao en proporción inferior al 5% en peso).					
	2013		2014		2015	
	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (U\$S)	VOLUMEN BRUTO (KG)
<b>MEXICO</b>	12.606.767,00	1.588.262	43.413.190,00	5.256.016	29.224.188,00	4.250.676
<b>IRLANDA</b>	1.679.237,00	198.377	1.937.162,00	219.471	1.783.659,00	344.548
<b>ARGENTINA</b>	4.936.385,00	1.150.980	0,00	0	1.481.571,00	308.620
<b>CHILE</b>	1.232.237,00	396.773	1.183.345,00	388.112	0,00	0
<b>FRANCIA</b>	333.015,00	63.186	234.439,00	41.446	0,00	0
<b>PERU</b>	26.997,00	5.520	0,00	0	0,00	0
<b>HOLANDA</b>	0,00	0	1.151.788,00	76.752	0,00	0
<b>OTROS PAISES</b>	843,00	17	1.118,00	50	4.132,00	30
<b>TOTAL</b>	20.815.481,00	3.403.115	47.921.042,00	5.981.847	32.493.550,00	4.903.874
<b>Participación de Chile en el mercado Venezolano</b>	5,92%		2,47%		-	
<b>Posición de Chile</b>	4		3		-	

Fuente: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: Agosto de 2016

**Análisis de las importaciones venezolanas (Subpartida 1901.10.90.90: Las demás preparaciones para la alimentación infantil acondicionadas para la venta al por menor (que no contenga cacao o con adición de cacao en proporción inferior al 5% en peso):** en el mercado de las preparaciones alimenticias infantiles en los últimos 3 años cerrados, Venezuela ha realizado un promedio de 17,77 millones de US\$ para este rubro, destacando el año

2014 con un monto de 47,92 millones de US\$. En el caso de Chile aporta un promedio 1,20 millones de US\$ para este rubro en el mercado venezolano de importaciones ocupando así para los años 2013 y 2014 la cuarta y tercera posición respectivamente. Cabe destacar que Chile puede incluir en su oferta exportable productos de esta Subpartida para el aprovechamiento de la preferencia arancelaria del 100% en marco del Acuerdo de Complementación Económica N° 23, y de esta manera ser competitivos en el mercado Venezolano.

## V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

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

Los principales actores que intervienen en la comercialización y distribución de leche líquida (entera y descremada) a nivel nacional, corresponden a los importadores directos, que son en primera instancia quienes realizan la compra internacional de este producto, tanto con marca propia como con marca de origen. Luego de la importación, los productos son comercializados a través de los canales que se mencionan en el siguiente punto, hasta llegar al consumidor final, como también, la destinada al uso industrial para food service, panaderías, pastelerías, como también para la fabricación de productos para el consumo final.

Por otro lado, los actores que intervienen en la distribución a nivel nacional de la leche en polvo descremada para uso industrial, los conforma el importador, el distribuidor y la empresa que lo requiera como materia prima para su transformación industrial o para reempacarla para la venta al por menor de consumo final (retail), para de esta manera ser comercializada por los puntos de ventas que los constituyen empresas mayoristas, supermercados, hipermercados.

Por ultimo, las fórmulas lácteas para niños y las preparaciones para la alimentación infantil, el principal actor, al igual que en los casos de los productos anteriores, es el importador. Asimismo se puede presentar el caso en el que los puntos de venta posicionados en el mercado meta, jueguen el papel de importadores para surtir o abastecer sus tiendas o franquicias (farmacias principalmente).

## 2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.

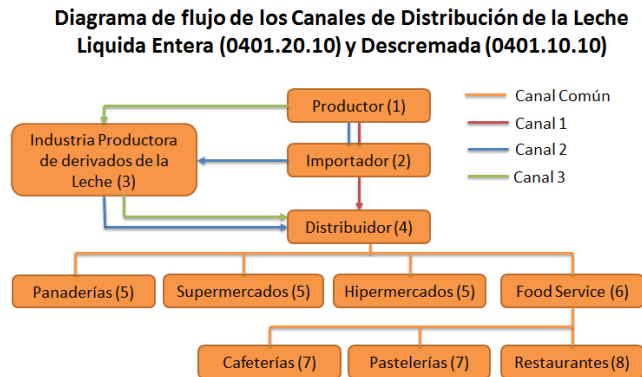
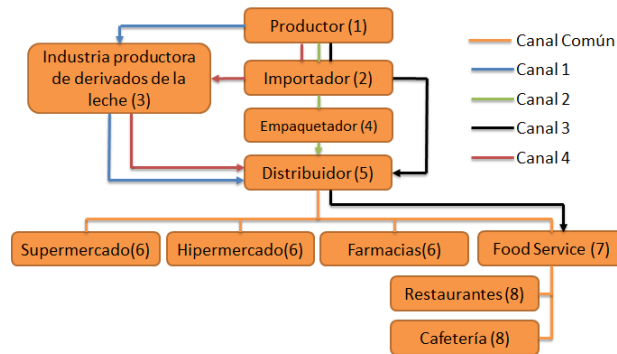


Figura 1: Diagrama de flujo de los canales de distribución de la Leche Líquida UHT (entera y descremada)

En el caso de la Leche Líquida (Descremada y Entera) según investigaciones del mercado venezolano vemos la presencia de 3 canales de distribución que están definidos de la siguiente manera y clasificados en dos tipos On-trade y off trade:

- **Canal 1:** Este canal es utilizado principalmente cuando el producto viene envasado en presentaciones para la venta retail para el consumo final. Este está encabezado como en todos los mencionados por el productor o exportador chileno (1) que tal y como se evidencia en la Figura (1), que le vende al importador local (2), lo cual este traspasa el producto al distribuidor (4) que este se encargara de surtir a lo que se le conoce en la Figura (1) como “Canal Común”
  - **Canal 2:** este canal representa un nuevo esquema de importaciones en Venezuela donde se establece una especie de intermediario para adquirir el producto o las materias primas debido a las dificultades que se presentan actualmente en el país para cumplir con ciertos requisitos (Licencias de importación, Permisos de importación, Registro Sanitario). El mismo lo conforman el productor o exportador (1), el importador (2) que actúa como intermediario, la industria (3) que requiere la materia prima para uso industrial para la elaboración de productos como galletas, helados, yogures, entre otros. Para luego ser traspasado a un distribuidor (4) para de esta manera seguir el “Canal Común”.
  - **Canal 3:** Este canal es utilizado para la importación directa a la industria o fábrica (3) que requiera la materia prima para uso industrial o para el consumo al por menor o para la elaboración de productos como galletas, helados, yogures, entre otros. Para de esta manera mediante el distribuidor (4) hacer llegar el producto a los puntos de consumo final especificados en el “Canal Común”
- **On Trade:** se puede evidenciar en el considerado como canal común, en food services debido a que el producto es consumido en cualquiera de sus locales de venta como en restaurantes y cafeterías.
  - **Off Trade:** se considera de esta manera porque son productos cerrados; debido a que el cliente final compra para ser consumido en otro lugar. Este tipo está constituido por los supermercados, hipermercados y panaderías, farmacias, etc.

**Diagrama de flujo de los Canales de Distribución de la Leche en Polvo Descremada para uso industrial (0402.10.90.90)**



**Figura 2: Diagrama de flujo de los canales de distribución de la leche en polvo descremada**

En cuanto a los canales de distribución de la Leche en Polvo Descremada según investigaciones del mercado venezolano vemos la presencia de 4 canales de distribución explicados de la siguiente forma:

- Canal 1:** Este canal es el normalmente utilizado por la industria venezolana, que utiliza la Leche en polvo Descremada en presentaciones de sacos de 25 kg para el uso industrial para la fabricación de productos derivados de ella. Este canal está constituido por el productor o exportador chileno (1), el cual le suministra a la industria (3) directamente para la fabricación de productos derivados de esta para posteriormente pasar al distribuidor (5) que surtirá el “Canal Común”
- Canal 2:** Este canal según la Figura 2 es el segundo más utilizado en el mercado venezolano que está constituido por: El productor o exportador chileno (1), que le vende el producto al importador (2), para posteriormente pasar a proceso de empaquetado (4) para la venta al por menor en presentaciones de bolsas de 900g y 1kg, como también en lata de 900g. Y por último pasar al distribuidor (5) que surtirá al “Canal Común” en presentaciones retail anteriormente mencionadas para el consumo final.
- Canal 3:** Este canal representa un canal especial por donde se distribuye el producto en el mercado venezolano, este está constituido por el productor o exportador chileno (1), el cual le vende al importador (2), directamente en presentaciones de sacos de 25 kg, pasa del distribuidor a los integrantes de los Food Services del “Canal Común” para luego ser utilizado en la preparación de sus productos para el consumo final.
- Canal 4:** este canal tal como se menciona anteriormente representa un nuevo esquema de importaciones en Venezuela donde se establece una especie de triangulación o intermediario para adquirir el producto debido a las dificultades que se presentan actualmente en el país para cumplir con ciertos requisitos (Licencias de importación, Permisos de importación, Registro Sanitario). El mismo lo conforman el productor o exportador (1), el importador (2) que actúa como intermediario, para de esta manera surtir a la industria (3). Para luego ser traspasado a un distribuidor (4) para de esta manera seguir el “Canal Común”.

NOTA: en la Figura (2): se establece un actor importante como lo es la Industria productora de derivados de la leche (3), cabe destacar que aquí se encuentra contenido el productor de las preparaciones para la alimentación infantil del código arancelario 1901.10.90.90.

### Diagrama de flujo de los Canales de Distribución de las Formulas Lácteas para niños (1901.10.90.90)

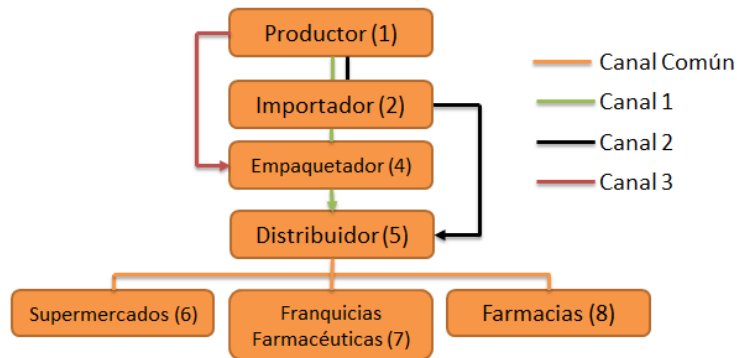


Figura 3: Diagrama de flujo de los canales de distribución de las fórmulas lácteas para niños

Por último el tratamiento que se le da a las fórmulas lácteas para niños y a las preparaciones para la alimentación infantil, según investigación del mercado venezolano se encuentran presentes 3 canales de distribución definidos de la siguiente manera:

- **Canal 1:** Este es el canal común de las importaciones de las fórmulas lácteas para niños de hasta 12 meses de edad. Este está constituido por el productor o exportador (1), que vende sus productos a un empaquetador (3), que la empaqueta para la venta al por menor con marca propia, para posteriormente ser comercializada con un distribuidor (4) para de esta manera llegar al “Canal Común” donde se encuentran los puntos de venta más cercanos al consumidor final.
- **Canal 2:** Este es el canal que trata de fórmulas lácteas ya empaquetadas por el productor o exportador con marca del país de origen. El mismo está constituido por el productor o exportador (1), que vende sus productos al importador (2), para luego ser comercializada por un distribuidor (4) para de esta manera llegar a los demandantes de este producto, en los puntos de venta concentrados en el “Canal Común”.
- **Canal 3:** Este es el canal usado por las empresas que se encargan solo de empaquetar el producto y acondicionarlo para el consumo final de los demandantes del mismo. Este está conformado por el productor o exportador (1), comercializa sus productos directamente con el empaquetador (3) que se encargara de envasar el producto en presentaciones de 400g, 900g y 1kg acondicionados para la venta al por menor destinado para el consumo final. Para luego pasar al distribuidor (4) que surte el canal hasta llegar a los puntos de venta que conforman el “Canal Común”.

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

En Venezuela, la leche líquida (entera y descremada) al igual que las fórmulas lácteas para niños y las preparaciones para la alimentación infantil, están posicionadas en el canal de distribución de mayor relevancia en el mercado, comprendido por el importador (supermercados, hipermercados, distribuidores, panaderías, farmacias) debido a que este se encarga en la comercialización para la venta al por menor, como también para distribuirla a los foodservice (restaurantes, pastelerías, cafeterías), para finalmente llegar al consumidor final.

Por otra parte, el canal de distribución más importante para la leche en polvo descremada lo constituye la industria, que es la que originalmente importa el producto para este ser transformado, para su posterior comercialización, hasta el consumidor final.

#### 4. Estrategia comercial de precio.

Al momento de la realización de este estudio no se detectó alguna estrategia comercial de precio, debido a las múltiples regulaciones de precio por parte del Gobierno Nacional hacia los productos lácteos objeto de estudio, debido a que los mismos son considerados bienes de primera necesidad de consumo masivo. Los precios se encuentran regulados mediante la Ley Orgánica de Precios Justos, Providencia Administrativa mediante la cual se regulan las modalidades para la determinación, fijación y marcaje de precios, como también las providencias administrativas que determinan los precios máximos de venta al consumidor.

#### 5. Política comercial de proveedores.

No existe una política formalmente establecida entre proveedores internacionales e importadores locales para transar operaciones comerciales, sin embargo, cabe señalar que de acuerdo a la información recopilada en entrevistas de opinión calificada, las partes acuerdan políticas de pago según medios de adquisición de divisas que tenga el importador local en el marco del control cambiario vigente. También prevalece la confianza adquirida entre exportador e importador, dada por la trayectoria comercial que hayan tenido en el tiempo.

Otras modalidades de uso frecuente para el cierre de operaciones comerciales, es que el proveedor o exportador solicite pago por adelantado, pago 50% por adelantado y 50% contra entrega, entre otras más que el proveedor por sí mismo establezca al momento de la venta.

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

En la actualidad, en Venezuela no se aplica las políticas comerciales de marca. Se comercializa con la misma estrategia, tanto las marcas de producción local, como las de origen importado.

#### 7. Presentaciones por tamaños

Los productos objeto de estudio, se presentan para la venta al público final en las siguientes presentaciones:

- Leche Líquida (Entera y Descremada): Producto envasado en presentaciones de 1L (Un Litro) en empaque de cartón recubierto por una película de aluminio y plástico (Envases Tetra Pak).
- Leche en Polvo Descremada: Presentaciones de sacos de papel de 25 kg para ventas al mayor.

- Las fórmulas lácteas para niños de hasta 12 meses de edad vienen envasadas en bolsas de 900g, latas de 400g, 900g y 1 kg.
- Las preparaciones para la alimentación infantil pueden venir, en bolsas de 500g, 900g, 1kg y 2kg; como también en latas o envases de plástico.

## VI. Consumidor/ Comprador

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

Tanto la leche líquida entera como la descremada es consumida por toda la población en general en todo el territorio nacional, teniendo esta mayor demanda en estados que cuentan con poblaciones más grandes como por ejemplo: Distrito Capital (Caracas) con 3,26 millones de habitantes, Zulia (Maracaibo) con 2,45 millones de habitantes; Carabobo (Valencia) con 2,29 millones de habitantes; Lara (Barquisimeto) con 1,47 millones de habitantes; Aragua (Maracay) con 1,87 millones de habitantes y Táchira (San Cristóbal) 1 millón de habitantes aproximadamente. El producto es consumido por todos los estratos sociales de la población, y es considerado como un producto de primera necesidad de consumo masivo. Y no se limita a costumbres ni religiones particulares.

Por otra parte, la leche en polvo descremada en sacos de 25kg (0402.10.90.90) es utilizada por empresas venezolanas para su transformación, en productos condicionados para el consumo retail con adición de leche en polvo descremada, como por ejemplo, el envasado de la misma en presentaciones retail de 900g o 1kg, como base para las preparaciones alimenticias con contenido lácteo, para la preparación de productos como helados y chocolates entre otros usos industriales.

Por último, las Fórmulas Lácteas tienen alta demanda en el territorio nacional y es consumido por infantes de 0 a 12 meses, como también las Preparaciones para la Alimentación Infantil (1901.10.90.90) que son consumidas principalmente por niños de 2 a 12 años.

Cabe destacar que al momento de la realización del presente Perfil de Mercado, se pudo constatar que el consumo de leche en polvo descremada se ha visto sustituido por la leche líquida descremada, debido a la poca oferta que existe en el mercado correspondiente al referido producto.

Por otra parte, al momento de la realización de la investigación no se observó ningún sector en particular (étnico-religioso), que se restringiera al consumo de los productos mencionados anteriormente.

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

Como se menciona en los puntos anteriores, La leche líquida entera, descremada, fórmulas lácteas para niños de hasta 12 meses y las preparaciones para la alimentación infantil son consumidas en todo el territorio nacional, en mayores proporciones en los principales estados del país que cuentan con mayor población, los cuales fueron mencionados en el punto anterior. Por otra parte, los centros de consumo de la leche en polvo descremada en

presentaciones de 25 kg de uso industrial, se concentran en las principales zonas industriales del país, como por ejemplo en los estados Aragua, Carabobo, Lara y Zulia.

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

No existen registros disponibles, al momento de la elaboración del presente estudio, que describan características o composiciones necesarias para la importación en Venezuela de leches en sus diversas presentaciones, que permita cubrir hábitos de consumos especiales de sectores étnico-religiosos de la población.

### 4. Influencias en decisiones de compra de tendencias

En la actualidad en Venezuela, no se presentan influencias en decisiones de compras en cuanto a la Leche Líquida (entera y descremada) se refiere, debido a que este tipo producto forma parte del grupo de alimentos primera necesidad de consumo masivo del consumidor local. La decisión de compra –en este caso- va a depender de la disponibilidad del producto en punto de venta.

Por su parte, las fórmulas lácteas para niños de hasta 12 meses de edad, que al igual que leche líquida forma parte del grupo básico de alimentación infantil, tiene la particularidad que además de tratarse de un bien necesario, a la vez se caracteriza por poseer una demanda poco elástica, en otras palabras los consumidores tratarán de comprarlo con poca sensibilidad al precio. Por otra parte en el caso de las preparaciones para la alimentación infantil, posee una influencia de compra dirigida a la relación calidad-precio que le pueda ofrecer el producto.

Por último, en el caso de la Leche en Polvo descremada en presentaciones de sacos de 25 kg el tratamiento es distinto que los anteriores debido a que está destinado a uso industrial, y su compra será condicionada de acuerdo a los requerimientos del producto para el fin al que se encuentra destinado el mismo en el proceso de transformación industrial, como también la relación calidad-precio que pueda ofrecer el producto.

## VII. Benchmarking (Competidores)

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

En el siguiente cuadro se evidencian las principales marcas de leches objeto del presente estudio, las cuales fueron encontradas en los principales puntos de venta visitados en la ciudad de Caracas

		
<p>La Pastoreña (Marca nacional de</p>	<p>Centrolac (Marca importada de</p>	<p>Mi Vaca (Marca de producción</p>



<p>Leche UHT) <a href="http://www.lapastorena.com/">http://www.lapastorena.com/</a></p>	<p>Leche UHT) <a href="http://www.centrolac.com.ni/">http://www.centrolac.com.ni/</a></p>	<p>nacional por la empresa Inlaca) <a href="http://www.dpa.com.ve/productos.asp">http://www.dpa.com.ve/productos.asp</a></p>
		
<p>Enfamil (Marca Importada de Formulas Lácteas y preparaciones para la alimentación infantil) <a href="http://www.enfamil.com/es">http://www.enfamil.com/es</a></p>	<p>Los Andes (Productor nacional de Leche) <a href="http://www.lacteoslosandes.gob.ve/">http://www.lacteoslosandes.gob.ve/</a></p>	<p>NAN (Producto importado, para el empaquetado con marca propia) <a href="https://www.nestlebebe.es/">https://www.nestlebebe.es/</a></p>
		
<p>Nido (Marca Importada de Formulas Lácteas) <a href="https://www.nestlenido.com/">https://www.nestlenido.com/</a></p>	<p>S-26 (Marca Importada de Formulas Lácteas) <a href="http://www.wyethnutrition.com/">http://www.wyethnutrition.com/</a></p>	<p>Enfagrow (Marca Importada de Formulas Lácteas y preparaciones para la alimentación infantil) <a href="http://www.meadjohnson.com.ph/">http://www.meadjohnson.com.ph/</a></p>

## 2. Segmentación de competidores

Los competidores para los productos chilenos en el mercado venezolano, están conformados para los productos objeto del presente estudio, en locales que están constituidos por todos aquellos productores nacionales que comercializan sus productos para el consumo final (retail); y en cuanto a los competidores internacionales, según las estadísticas de importación analizadas en el punto IV del presente Perfil de Mercado se evidencia en cuanto a la leche líquida (entera y descremada) destacan principalmente Nicaragua, Ecuador, Uruguay, Perú y Costa Rica. Por otra parte en el caso de la leche en polvo descremada destacan Uruguay, Argentina, Estados Unidos y Nueva Zelanda. Y por último para las fórmulas lácteas para niños y las preparaciones para la alimentación infantil existe presencia de México, Alemania, España, Irlanda y Holanda

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

En el mercado venezolano, con respecto a la Leche Líquida UHT (Entera y descremada) pueden presentarse diversos atributos de diferenciación, como por ejemplo, que la leche sea deslactosada, semidescremada, libre de grasas, con hierro, vitaminas, que pudiesen llegar a nichos específicos de mercado. La misma viene envasada en contenedores de 1L de cartón recubierto por una película de plástico y aluminio (Tetra Pack). Con la diferencia en cuanto a los diversos dispensadores del producto, que pueden ir desde la tapa de rosca o tapa flip top destinadas ambas para el consumo final.









Por otra parte, las fórmulas lácteas para niños de hasta 12 meses, presentan numerosos atributos de diferenciación según la composición de la misma, por mencionar algunas: deslactosada, de soya, con hierro y vitaminas, con probióticos, entre otros más que busca una mayor cobertura del mercado demandante.

Por último, en el caso de la leche en polvo descremada en presentaciones de sacos de 25 kg no presentan atributos de diferenciación muy notables, debido a que llevan cierto estándar cuando se trata para uso industrial.

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

IMAGEN DEL PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO BS.
	<p>Leche Líquida Entera (UHT)</p>	<p>740,00 Actualizado 02/09/2016</p>
	<p>Leche Líquida Descremada (UHT)</p>	<p>740,00 Actualizado 02/09/2016</p>

	<p>Leche UHT descremada</p>	<p>890,00 Actualizado 02/09/2016</p>
	<p>Fórmula S26 Gold con Luteína para lactantes 0-6 meses de 900 gr</p>	<p>360,00</p>
	<p>Fórmula NAN Pro 1 Inicio 0-6 meses de 400 gr</p>	<p>252,00</p>
	<p>Leche descremada en polvo Karla 900gr</p>	<p>3890,00</p>
	<p>Leche descremada en polvo La Campiña. Bolsa de 900g</p>	<p>4980,00</p>
	<p>Alimento lácteo en polvo con vitaminas, minerales y fibra soluble. Bolsa de 900g</p>	<p>4980,00</p>

Montos expresados en Bolívares fuertes (Bsf.)

DIPRO: Bolívares 10 por dólar.

DICOM: Bolívares 649,60 al 08/09/2016.

Fuente: Elaboración de la Oficina Comercial PROCHILE-Venezuela

Al momento de la visita a punto de venta, no se evidenció presencia de producto de origen chileno en las góndolas.

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

En Venezuela, en la actualidad, no se realizan Campañas de marketing de competidores externos ni internos debido a que los productos objeto de estudio son considerados de primera necesidad de consumo masivo.

# VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

- Las empresas importadoras dicen que prefieren traer productos como la Leche en Polvo Descremada con la finalidad de evitar la regulación de precios máximo de venta al consumidor.
- Los principales actores de la industria láctea aseguran que es muy difícil mantener abastecido el mercado lácteo debido a las regulaciones de precios que no cubren los costos de producción, lo cual se traduce en pérdidas para el productor nacional.
- Empresa importadora de productos lácteos afirma que hasta no haber una liberación de los precios del mercado, simplificación de los trámites para la obtención de la perisología y certificaciones y la derogación de la Ley de Ilícitos Cambiarios, no brindará seguridad al importador de poner en riesgo su actividad.
- Actores importantes de la industria láctea en reunión realizada comentan que el principal factor que afecta directamente a las importaciones venezolana es la inexistencia de un sistema cambiario libre, debido a que se debe recurrir a intermediarios que encárese el proceso de importación para cubrir los costos de producción.
- Empresa importadora de productos lácteos indica que prefiere ser más cauteloso con leche en polvo, y prefiere productos no tan básicos en el mercado venezolano como la leche líquida (entera y descremada).
- Existe un creciente mercado de preparaciones alimenticias lácteas con sabores como (vainilla, chocolate, mantecado, entre otros) para el consumo retail.
- Según personalidades del sector lácteo en Venezuela, afirman que en existe una gran oportunidad de inversión en cuanto al sector lácteo, debido a que se posee grandes extensiones ganaderas pero por falta de tecnologías que exploten de forma eficiente se pierde ese potencial.
- Consultor del sector lácteo afirma que si se realizara la inversión necesaria para las mejoras en los procesos productivos de la industria láctea, podría autoabastecerse el mercado local en un periodo de 3 años

## IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial

- Realizar visitas y misiones comerciales a Venezuela con la finalidad de dar a conocer la oferta de Chile en el sector. Para tal efecto, la Oficina Comercial prestará 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.
- Iniciar con antelación los registros sanitarios (en caso del producto lácteo que lo amerite) que exigen los organismos venezolanos correspondientes, independientemente que aún no se encuentre definido el importador. Para ello, la Oficina Comercial puede proveer datos de contactos de asesores especializados en la materia, que se pueden autorizar desde Chile para ir avanzando en los registros sanitarios del producto, considerando que los mismos son propiedad del fabricante.
- Se sugiere tener un representante en Venezuela, para la gestión de contactos comerciales con industrias usuarias para posibles ventas en el mercado.
- Ofrecer posibilidad de elaborar productos con marcas propias de potenciales clientes, de acuerdo al interés y necesidades del mercado informadas por el potencial importador.
- Elaborar y remitir a la Oficina Comercial, un “profile” con información de la empresa y oferta exportable en formato digital, para su posterior difusión a potenciales importadores del sector lácteo como lo son industrias para uso industrial, como también los retailes para consumo final. La Oficina Comercial también puede prestar apoyo en la recepción de muestras para su presentación a potenciales interesados. Para ello, existe un procedimiento de envío de muestras ya establecido.

## X. Fuentes de información relevantes (links).

1. Bolivariana de Puertos. Disponible en: <http://www.bolipuertos.gob.ve/>
2. Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX). Disponible en: [www.cencoex.gob.ve](http://www.cencoex.gob.ve)
3. Corporación CASA. Disponible en: <http://casa.gob.ve/site/index.php>
4. Instituto Nacional de Estadística INE. Disponible en: [www.ine.gob.ve](http://www.ine.gob.ve)
5. Instituto Nacional de Salud Agrícola Integral. Disponible en: <http://www.insai.gob.ve/>
6. Superintendencia de Precios Justos. Disponible en: <http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/>
7. Ministerio del Popular Para la Alimentación. Disponible en: <http://www.minpal.gob.ve/>

8. Ministerio del Poder Popular para la Salud. Disponible en: [www.mpps.gob.ve](http://www.mpps.gob.ve)
9. Servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria (SACS). Disponible en: <http://www.sacs.gob.ve/site/>
10. Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos SENCAMER. Disponible en: [www.sencamer.gob.ve](http://www.sencamer.gob.ve)
11. Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria SENIAT. Disponible en: [www.seniat.gob.ve](http://www.seniat.gob.ve)
12. MERCOSUR Online. Disponible en: [www.mercosur.online.com](http://www.mercosur.online.com)
13. Asociación Latinoamericana de Integración. Disponible en: <http://www.aladi.org/sitioAladi/index.html>
14. Cámara Venezolana de Alimentos (CAVIDEA). Disponible en: <http://www.cavidea.org/>
15. Cámara Venezolana de Industrias Lácteas (CAVILAC). Disponible en: <http://www.cavilac.org/>

## XI. Anexos

1. Requisitos para nuevas solicitudes de registro sanitario de alimentos importados y la planilla solicitud de registro sanitario o renovación, disponible en el siguiente link:

<http://sacs.mpps.gob.ve/siacs/Alimentos/Instructivos/registroSanitario.pdf>