

PMP

Estudio de Mercado Frutas Frescas en Venezuela

Julio 2017

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

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



TABLA DE CONTENIDO

II RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.....	4
2. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.....	4
3. Recomendaciones de la Oficina Comercial.....	5
4. Análisis FODA	6
II. Acceso al Mercado	7
1. Código y glosa SACH	7
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	8
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	8
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.....	9
4.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA)	9
4.2. Tasa por servicio de aduanas	9
4.3. Agente de Aduanas	9
4.4. Control de cambio en Venezuela	10
4.5. Transporte.....	11
4.6. Régimen Tarifario de Servicios Portuarios	11
5. Regulaciones y normativas de importación	12
5.1. Regímenes legales de importación	12
5.1.1. Certificado Fito y/o Zoonosanitario del País de Origen	12
5.1.2. Permiso Sanitario del Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de Agricultura.	12
5.2. Certificado de Origen	13
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.	13
7. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros	13
III. Potencial del Mercado	14
1. Producción local y consumo	14
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos 3 (tres) años por país.....	16
2.1. Análisis de las Importaciones Venezolanas de Uva Fresca.....	19
2.2. Análisis de las Importaciones Venezolanas de Manzana fresca.....	19
2.3. Análisis de importaciones venezolanas de pera fresca.....	20
2.4. Otras frutas frescas	20
IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado	21
1. Identificación de los principales actores en cada canal	21
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.....	22
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).	23
4. Estrategia comercial de precio.....	23
5. Política comercial de proveedores.....	23
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.....	23

V. Consumidor/ Comprador	23
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.	23
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.)	24
VI. Benchmarking (Competidores)	25
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).	25
2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, best value, etc).	25
3. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (<i>tablas comparativas e imágenes en lo posible</i>).....	26
4. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).....	27
VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	27
VIII. Fuentes de información relevantes (<i>links</i>).	28

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

II RESUMEN EJECUTIVO

1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

Venezuela se encuentra situada en una zona intertropical, es considerado un país cálido donde la temperatura promedio no supera los 28°C al año, lo que favorece el cultivo principalmente de frutas tropicales. Las uvas, manzanas y peras son frutas que necesitan de climas templados para su cultivo, por lo que a pesar de la existencia en este país de zonas donde la temperatura promedio ronda los 17°C, las condiciones climáticas no favorecen el cultivo extensivo de estas frutas.

Tradicionalmente, Venezuela ha sido un país importador de fruta fresca, en particular manzanas, peras y uvas. La producción nacional de estas frutas es baja y de calidad insuficiente. Los principales países proveedores del mercado venezolano de frutas frescas son Chile y Estados Unidos, donde Chile posee ventaja competitiva y comparativa debido a la larga relación de proveedores que han abastecido el mercado con muy buenas calidades y ventajas arancelarias. Como proveedores de la región, encontramos a Perú (Sólo Uvas) y Argentina.

Según lo reflejado en las estadísticas de importación analizadas para la elaboración del presente estudio (años 2014-2016), Venezuela ha importado -en total- 46,9 millones de US\$ en fruta fresca; donde cerca de 29 millones de US\$ ha sido de origen chileno; por tanto Chile se posiciona como el principal proveedor de fruta fresca para Venezuela. La manzana es el rubro que presenta mayor volumen de importación desde Chile para el período analizado, ocupando el 65% de la oferta de fruta fresca de origen chileno hacia Venezuela; siguiendo las peras en con el 25% y por último las uvas con un 13% de volumen importado.

La fruta fresca chilena se caracteriza por su calidad de exportación, asimismo los importadores venezolanos prefieren a Chile como país de origen de productos de este rubro, debido a la capacidad de ofrecer versatilidad en cuanto tipo, variedad, especies y calibres. Asimismo, según lo indicado por importadores consultados, los precios de la fruta chilena son competitivos en comparación con otros países proveedores, que en su mayoría no cuentan con beneficios arancelarios en comparación con Chile, en que casi la totalidad de los productos - incluyendo la fruta fresca- poseen arancel cero, en el marco del Acuerdo de Complementación Económica ACE No. 23.

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

La fruta fresca de Chile está posicionada de forma positiva en el mercado local, esto se ve reflejado en las estadísticas de importación, información que se presenta en forma detallada más adelante; por tanto la estrategia a desarrollar por parte del sector exportador debe enfocarse a la mantención de Chile como principal proveedor de fruta fresca para Venezuela, no perdiendo de vista el potencial que existe en este mercado y las oportunidades de negocios a las que pueden acceder.

Como recomendación general, se sugiere a los exportadores etiquetar toda las unidades de fruta que sea exportada a Venezuela, a pesar que esto no sea un requerimiento indispensable para el ingreso y distribución de la fruta en el país. Se puede utilizar la pequeña etiqueta que identifica la fruta fresca, que contiene el código, variedad, origen, etc; como método de diferenciación, con la finalidad que el consumidor pueda identificar fácilmente el origen de la fruta fresca que consume, ya que en los puntos de venta no se suele informar el origen

de los productos. Lo anterior, apoyaría de forma importante el posicionamiento y generaría impacto en estrategias de imagen país.

ProChile Venezuela pretende enfocar estrategias de apoyo a nivel comercial a los exportadores de fruta fresca en general, sirviendo de antena para analizar coyunturas de mercado que beneficien nuestras exportaciones, con el fin de seguir posicionando los productos chilenos en Venezuela y mantener presencia de Chile como país abastecedor de calidad, aprovechando las ventajas arancelarias que concede el ACE N°23 firmado entre Venezuela y Chile, donde el rubro fruta fresca, goza de una preferencia arancelaria del 100%.

En este sentido, se recomienda a aquellos exportadores que estén interesados en exportar hacia el mercado venezolano, a que mantengan contacto con nuestra oficina comercial para ser asesorados, donde permanentemente se realizan levantamientos de demanda de empresas importadoras interesadas en importar fruta fresca chilena, así como actualización de información en torno al mercado.

3. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

- Colocar etiquetas a todas las frutas frescas exportadas a Venezuela, con la finalidad que el consumidor final puede identificar el origen de las mismas.
- Elaborar y remitir a ProChile Venezuela un perfil con información de la empresa y oferta exportable en formato digital, incluyendo formatos y presentaciones disponibles por producto, para su posterior difusión a potenciales importadores.
- Realizar visitas y misiones comerciales con la finalidad de dar a conocer la oferta de Chile en el sector; para lo cual, 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.
- Asesorarse con la oficina comercial de ProChile en Venezuela, con relación al proceso de negociación con importadores venezolanos en el marco del control de cambio vigente.
- Involucrarse con las normativas, disposiciones legales y regulaciones que se establecen como condiciones de entrada al mercado, con la finalidad de potenciar las oportunidades del sector en Venezuela.
- Conocer los métodos de hacer negocios con importadores venezolanos para evitar costos elevados, ineficiencias y otros obstáculos al comercio, para lo cual la Oficina Comercial se encuentra permanentemente a disposición de apoyar a los exportadores interesados.

4. Análisis FODA

		Factores Internos		
		Fortalezas	Debilidades	
<p>Factores Externos</p>		<ul style="list-style-type: none"> Como estrategia, colocar etiquetas a todas las frutas frescas que tengan como destino Venezuela, para que el consumidor final conozca el origen de la fruta adquirida. Mantener posicionamiento de Chile como principal proveedor de fruta fresca en Venezuela, a través de visitas y misiones coordinadas en conjunto con ProChile Venezuela. Aprovechar la buena imagen de Chile como país comercializador y las preferencias arancelarias en el marco del ACE N°23. 	<ul style="list-style-type: none"> Tradicionalmente Chile se ha mantenido como el principal proveedor de frutas frescas para Venezuela. Las frutas fresca chilena son la primera opción para los importadores debido a la calidad, precio y flexibilidad de negociación con los exportadores La fruta fresca chilena no paga arancel de importación en Venezuela gracias al acuerdo de complementación económica ACE 23. 	<ul style="list-style-type: none"> No suele haber distinción ni identificación acerca del origen de las frutas frescas importadas, por tanto el consumidor final desconoce la procedencia de las frutas frescas. Oferta de fruta fresca local –según temporadas-, incide en la decisión de compra del consumidor por el factor precio.
		<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> La fruta frescas chilena es la primera opción para los importadores debido a la calidad, precio y posicionamiento del rubro en el mercado. Venezuela actualmente no posee producción de fruta fresca suficiente para abastecer la demanda de su mercado nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer a los importadores distintas opciones referentes a los calibres, para que así este pueda ofrecer un abanico de precios al consumidor final. Captar importadores que hayan importado o se encuentren interesados en importar fruta fresca, para que estos conozcan los productos que puede ofrecer el exportador chileno. 	<ul style="list-style-type: none"> Mantener permanente difusión de la oferta exportable disponible, entre importadores locales del sector. Destacar ventajas derivadas de importar frutas frescas desde Chile, haciendo énfasis en sus altos estándares sanitarios reconocidos internacionalmente.
		<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> Tendencia al incremento en los costos de transporte. Situación actual de acceso a divisas dificulta concretar negociaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechar permanente demanda de importación, por parte de empresarios locales. Aprovechar el buen posicionamiento de los productos chilenos, incentivando a importadores locales de otros orígenes dando a conocer las ventajas de comercialización entre ambas naciones, tomando en cuenta el ACE N°23 . 	<ul style="list-style-type: none"> Mantener precios competitivos. Flexibilizar términos de las negociaciones, tomando en cuenta la dificultad que presenta el importador para acceder a las divisas.

II. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

Producto	Código	Descripción
Uvas Frescas	0806.1011	Variedad Thompson seedless (Sultanina) - Orgánicas
	0806.1019	Variedad Thompson seedless (Sultanina) - Las demás
	0806.1021	Variedad Flame seedless – Orgánicas
	0806.1029	Variedad Flame seedless - Las demás
	0806.1031	Variedad Red globe – Orgánicas
	0806.1039	Variedad Red globe - Las demás
	0806.1041	Variedad Ribier - Orgánicas
	0806.1049	Variedad Ribier - Las demás
	0806.1051	Variedad Crimson seedless - Orgánicas
	0806.1059	Variedad Crimson seedless - Las demás
	0806.1061	Variedad Black seedless - Orgánicas
	0806.1069	Variedad Black seedless - Las demás
	0806.1071	Variedad Sugraone - Orgánicas
	0806.1079	Variedad Sugraone - Las demás
	0806.1081	Variedad Ruby seedless - Orgánicas
	0806.1089	Variedad Ruby seedless - Las demás
	0806.1091	Las demás – orgánicas
	0806.1099	Las demás - Las demás
Manzanas	0808.1010	Variedad Richared delicious
	0808.1021	Variedad Royal gala - Orgánicas
	0808.1029	Variedad Royal gala - Las demás
	0808.1030	Variedad Red starking
	0808.1041	Variedad Fuji - Orgánicas
	0808.1049	Variedad Fuji - Las demás
	0808.1051	Variedad Braeburn - Orgánicas

Producto	Código	Descripción
	0808.1059	Variedad Braeburn - Las demás
	0808.1061	Variedad Granny smith - Orgánicas
	0808.1069	Variedad Granny smith - Las demás
	0808.1070	Variedad Red chief
	0808.1091	Las demás – Orgánicas
	0808.1099	Las demás - Las demás
Peras	0808.3010	Variedad Packham's triumph
	0808.3020	Variedad Asiáticas
	0808.3030	Variedad Abate fetel
	0808.3040	Variedad Bartlett
	0808.3050	Variedad Beurre bosc
	0808.3060	Variedad Coscia
	0808.3070	Variedad D'Anjou
	0808.3090	Las demás

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

Producto	Código	Descripción
Uvas	0806.10.00.00	Frescas
Manzanas	0808.10.00.00	Manzanas
Peras	0808.30.00.00	Peras

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Producto	Código Arancelario	Arancel Chile*	Competidor N°1 Arancel Perú**	Competidor N°2 Arancel Estados Unidos	Competidor N°3 Arancel Argentina ***
Uvas	0806.10.00.00	0%	0%	10%	0%
Manzanas	0808.10.00.00	0%	10%	10%	0%
Peras	0808.30.00.00	0%	10%	10%	0%

* Acuerdo de Complementación Económica ACE N°23 entre Chile y Venezuela.

** Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial entre Perú – Venezuela, entró en vigencia el 1° de agosto de 2013.

*** Acuerdo de Complementación Económica ACE N°68 entre Argentina y Venezuela.

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

4.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA)

En Venezuela el Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un tributo que grava la 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 del año 2014.

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 de aduana que represente al comprador o importador de las mercancías.

4.3. Agente de Aduanas

Es el encargado de realizar el proceso de nacionalización de la mercancía, y actúa como intermediario entre el importador y el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria SENIAT. El detalle de la factura por concepto aduanal varía respecto al tipo de mercancía, no obstante, se engloban a continuación los puntos más importantes:

Comisión aduanal	1% SOBRE LA BASE CIF
Comisión aduanal mínima	\$ 250
Costo fijo operaciones	\$ 150
Costos administrativos	\$ 100
Reconocimiento SENIAT	\$ 50
Reconocimiento Resguardo	\$ 50
Reconocimiento INSAI / SANIDAD / CADIVI	\$ 50
Reconocimiento Antidrogas	\$ 50
TOTAL SERVICIO DE ADUANAS	\$ 700
Movilización de Carga	1,75% del total servicio de aduana
Timbres Fiscales	5 U.T. (Vigente al 25/7/17: Bs. 300)
Caleteros en reconocimiento físico	\$ 75 C/U
Caleteros en descarga en destino	\$ 75 C/U
Gastos de despacho	\$ 100
Transporte terrestre	Según tarifa del momento

Nota:

1) Información otorgada por Logística Aduanera Logitran C.A para carga contenerizada marítima.

2) Tarifas poder ser pagadas en moneda local. Tipo de cambio tarifa DICOM al 11/08/17 1US\$ = Bs. 2970. Para hacer seguimiento a la tarifa vigente, visitar el siguiente sitio web:

Enlace 1: <http://www.bcv.org.ve/cuadros/2/212a.asp?id=64>

Enlace 2: <http://dicom.gob.ve>

4.4. 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. Según información oficial vigente, el Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX) es el organismo que vela por la adjudicación de divisas oficiales de la República Bolivariana de Venezuela. Para más información sobre este organismo se puede acceder al siguiente sitio web: <http://www.cencoex.gob.ve/la-institucion/quienes-somos>

Posteriormente, el 10 de marzo del 2016 entró en vigencia un nuevo sistema cambiario dual como mecanismo de transición, representando los “primeros pasos hacia la unificación cambiaria”, según opiniones de voceros del Estado. Se trata de un sistema diseñado y orientado para que los actores de la economía oferten sus divisas dentro del mercado venezolano, sumado al 20% que el Estado retiene en divisas por los ingresos de los exportadores de productos no petroleros, como fuente para la adquisición de materias primas necesarias para los procesos productivos. De esta forma, el Estado administra y asigna divisas a actores públicos o privados para nuevas compras según las necesidades del mercado determinado por la autoridad, que en los actuales momentos se centran en alimentos de primera necesidad, insumos médicos / medicamentos y materias primas para incentivar la producción nacional.

Los mecanismos para la adquisición de divisas se resumen de la siguiente manera:

DIPRO: Operaciones de divisas con Tipo de Cambio Protegido. Este tipo de cambio es aplicado a la importación, por parte del sector público, de los rubros pertenecientes a los sectores alimentos, salud, así como las materias primas e insumos asociados para la producción de estos sectores. Tipo de Cambio vigente en el mes de julio 2017: 1 US\$ = Bs. 10 para la venta.

DICOM: Operaciones de divisas con Tipo de Cambio Complementario (Flotante de Mercado). Este mecanismo regirá para todas las transacciones no incluidas bajo el tipo de cambio protegido (DIPRO) y fluctuará según la dinámica económica del país. Hasta el mes de julio 2017, este mecanismo funciona mediante subastas con bandas establecidas por el Banco Central de Venezuela, con un límite inferior, establecido por el precio máximo de la subasta anterior, y un límite superior, establecido a la discreción del Banco Central de Venezuela. Hasta el momento de la elaboración del presente informe (14/7/2017), se han llevado a cabo siete (7) subastas para un total adjudicado de USD 177 millones de dólares según información oficial, otorgados tanto a personas jurídicas como naturales.

Nota: Para asesoría en materia cambiaria y tipos de cambio aplicables según el producto involucrado, se sugiere contactar a la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela.

4.5. 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:

Tabla N° 1. Tarifas de contenedores

Puerto de salida	Puerto de llegada*	Tarifa Contenedor 40' RE (US\$)	Tiempo de tránsito estimado (días)
San Antonio	La Guaira	3.250	18
Valparaíso	La Guaira	3.300	25

*Posee servicio quincenal para el puerto de La Guaira.

Fuente: Elaboración de la Oficina Comercial, con información suministrada por la empresa Hapag-Lloyd de Julio de 2017.

A menos que se especifique lo contrario, todas las tarifas están sujetas a recargos validados en el momento del envío. Los recargos actualmente aplicables son:

- THO (Terminal Handling Charges Origin): Gastos de manipulación en terminal de origen de 270 US\$
- Bunker Charge: Cargos por combustible de 274 US\$
- Carrier Security Fee: Recargo de seguridad que se cobra en los puertos de 13 US\$
- Panamá Canal Charge: Recargo aplicable a mercancías en tránsito a través del Canal de Panamá de 490 US\$
- THD (Terminal Handling Charges Destination) Gastos de manipulación en terminal de destino de 280 US\$.
- POD (Re-positioning): Reposicionamiento de 280 US\$
- MTD (Document Fee): Gastos por los documentos en 50 US\$

NOTA: Las tarifas cotizadas por la compañía naviera Hapag-Lloyd están realizadas bajo cotización reefer (Refrigerado), debido a las características de los productos objeto de estudio que son sensibles a la temperatura, este es un tipo de contenedor intermodal equipado con un motor refrigerador que permite el transporte de este tipo de mercancías. Para más información contactar la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela.

4.6. Régimen Tarifario de Servicios Portuarios

Corresponde a 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.

Para consultar la Gaceta Oficial de Régimen Tarifario de Servicios Portuarios vigente: <http://www.bolipuertos.gob.ve/descargas/2013.pdf>.

5. Regulaciones y normativas de importación

5.1. Regímenes legales de importación

Tabla N°2
Regímenes legales de importación

Código Arancelario PMP	Régimen Legal	Descripción del Régimen Legal
0806.10.00.00 (Uvas - Frescas)	5 , 6	5. Certificado Sanitario del País de Origen. 6. Permiso Sanitario del Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de Agricultura.
0808.10.00.00 (Manzanas)	5 , 6	
0808.30.00.00 (Peras)	5 , 6	

5.1.1. Certificado Fito y/o 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.

El incumplimiento de régimen legal trae como consecuencia que la mercancía sometida a él, sea 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. 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).

5.1.2. Permiso Sanitario del Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de Agricultura.

El Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras posee entre sus funciones otorgar el permiso sanitario para la importación de muestras con valor comercial (Materias Primas de Uso Industrial), el permiso sanitario para la importación de muestras sin valor comercial (Registro Sanitario, Estudio e Investigación de Nuevos Productos y con Fines Diplomáticos), así como los permisos sanitarios de importación para los productos alimenticios, estos últimos tramitados a través del Instituto Nacional de Salud Agrícola (INSAI) y tiene como objeto garantizar el estado fitosanitario de los vegetales, productos, subproductos y materias primas.

Nota: El permiso mencionado anteriormente, por partida arancelaria, debe ser solicitado por el importador a través de la taquilla única virtual del Ministerio del Poder Popular para la Alimentación, MINPPAL, previa inscripción en el Registro de Importadores del referido Ministerio. Para conocer el instructivo que informa de manera más detallada el proceso que deben efectuar los importadores visitar el siguiente sitio web:

http://www.minpal.gob.ve/wp-content/uploads/2015/10/Instructivo_IMPORTADOR.pdf

5.2. 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.

6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.

Con relación al etiquetado y de acuerdo con la información suministrada por expertos consultados, para el ingreso de fruta fresca en Venezuela la caja de cartón que sirve de embalaje del producto, debe contener una etiqueta con la siguiente información: razón social y Registro de Información Fiscal (RIF) del importador, además de cumplir con los regímenes legales contemplados en el arancel de aduanas Venezolano descrito en punto anterior, los cuales son el Certificado Sanitario del País de Origen y el Permiso Sanitario del Ministerio del Poder Popular con Competencia en materia de Agricultura.

7. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros

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

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

Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras: Solicitud del Permiso Sanitario.

Dirección: Av. Urdaneta, Edif. Mppapt, La Candelaria, Municipio Libertador, Caracas – Venezuela.

Teléfono: 58212-509-0348/0359/0360/0384

Website: www.agriculturaproductiva.gob.ve/

Superintendencia de Nacional de Gestión Agroalimentaria (SUNAGRO): fiscaliza la producción, procesamiento, distribución, exportación e importación de materias primas, alimentos, sus derivados y actividades conexas.

Dirección: Av. Lecuna Parque Central, Torre Este, Piso 16, Municipio Libertador, Caracas – Venezuela.

Website: <http://www.sunagro.gob.ve>

III. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

Producción:

Venezuela se encuentra situada en una zona intertropical, es considerado un país cálido donde la temperatura promedio no supera los 28°C al año, lo que favorece el cultivo de frutas tropicales destacando tradicionalmente la producción de plátano, piña, cambur, naranja, patilla, lechosa, melón, palta (aguacate), mango y uva. Dada a la gran variedad de regiones en el país, existen 167.691 hectáreas frutales y una producción 2.232.088 TM por año (datos 2015), de acuerdo a publicaciones de prensa disponible en: <http://www.notilogia.com/2015/10/principales-zonas-fruticolas-de-venezuela.html>

No se disponen de cifras oficiales -actuales- que demuestren cómo se encuentra la producción nacional de fruta fresca. La única información disponible, son cifras publicadas por el Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras, recopiladas por la Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios (FEDEAGRO), en la que se puede conocer el volumen de producción -hasta el año 2015- de las principales variedades, siendo el plátano, la piña, el cambur y la naranja las frutas que poseen mayor volumen de producción local durante los años 2014 y 2015.

TABLA N° 3
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN
(TONELADAS)

RUBRO	2014	2015
*Otras frutas	699.428	710.167
Plátano	660.666	649.444
Piña	592.468	522.489
Cambur	501.760	490.582
Naranja	504.179	429.296
Patilla	324.921	256.661
Lechosa	208.725	203.832
Melón	221.335	191.906
Aguacate	139.905	152.696
Mango	59.966	51.732
Uva	21.919	20.608

*Otras Frutas: Tamarindo, guanábana, ciruela, parchita, coco, mora, fresa, durazno, limón, entre otros.

FUENTE: Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios. (FEDEAGRO) <http://www.fedeagro.org/detalle5.asp?id=1458>

Según estudios publicados por universidades locales, se establece sobre la base de la superficie y producción, que se pueden conformar categorías de grupos de frutales: a) Los primarios: banano, plátano y naranja; que representan más del 70 % del sector; b) Los secundarios: piña, lechosa, mandarina, aguacate y mango, con una participación en torno del 20 %; y c) Los terciarios: durazno, guayaba, fresa y vid; entre otros.

El mismo estudio indica que el manejo post-cosecha de las frutas es deficiente y la calidad de la fruta va de media a baja. La pérdidas pueden ser mayores al 30 %, y los principales problemas que caracterizan el manejo de las frutas en el país son: a) inadecuada aplicación de los indicadores de cosecha, b) realización precaria de la cosecha, c) selección y clasificación inadecuada, d) uso de embalajes y transportes impropios, d) ausencia de tratamientos fitosanitarios, e) carencia y fallas en la cadena de frío, y f) aplicación inadecuada de las prácticas de reducción de pérdidas. Información disponible en: <http://dx.doi.org/10.1590/S0100-29452011000500022>

Bajo estas condiciones, las perspectivas de la fruticultura local es continuar como una actividad dirigida al mercado interno, por lo que necesariamente se deberá recurrir a importaciones para abastecer y satisfacer la demanda del consumidor.

Consumo:

Cifras oficiales publicadas por el Instituto Nacional de Nutrición (INN) para el año 2013 -últimas cifras publicadas- demuestran el consumo de frutas frescas en este mercado, donde la piña (15,9 kg/per/año), la naranja (15 kg/per/año) y el cambur (13,1 kg/per/año), son las frutas más consumidas por los venezolanos.

TABLA N° 4
CONSUMO DE FRUTA FRESCA (KG) POR PERSONA AL AÑO

RUBRO	2013
Piña	15,9
Naranja	15,0
Banana	13,1
Otras frutas frescas	13,0
Sandía	9,8
Papaya	5,5
Pulpas y conservas de frutas	4,0
Mango	3,5
Aguacate	3,2
Uva	1,2

FUENTE: Informe 2013. Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios. (FEDEAGRO) con data publicada por el Instituto Nacional de Nutrición (INN).

Nota:

- 1) El año 2013 está sujeto a revisión por parte del Instituto Nacional de Nutrición (INN).
- 2) Para mayor información referente a las estadísticas de producción en Venezuela, consultar el siguiente enlace: <http://www.fedeagro.org/detalle5.asp?id=1458>

Al momento del desarrollo de la presente investigación, no se lograron obtener cifras oficiales de consumo de manzanas y peras frescas. Las fuentes estadísticas disponibles a través de FEDEAGRO, únicamente suministran datos correspondientes al consumo de uvas frescas (uva de mesa), representadas en kilogramos, por persona, al año. Considerando que el consumo de esta fruta para el año 2013, alcanzó 1,2 Kilogramos por persona, y, proyectando que esta tendencia de consumo se mantenga en el tiempo, se podría obtener el cálculo para la demanda de uva, según el siguiente escenario:

ECUACIÓN N° 1
DEMANDA ESTIMADA DE UVA FRESCA (UVA DE MESA)
AÑO 2017

Consumo en kilogramos por persona al año (año 2013)		Población Venezolana proyectada 2017 (*)		Demanda (Kg)
1,2	X	31.431.146	=	37.717.375

(*) Según el Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela, INE, la población estimada del país para el cierre del año 2016 en base al último Censo 2011 efectuado, es de 31.028.637 habitantes. Para el año 2017, se tiene una proyección de 31.431.164 habitantes.

FUENTE: Elaboración propia con datos obtenidos de la Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios. (FEDEAGRO) e Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela, INE.

Considerando la fórmula de cálculo anterior, obtendríamos una demanda proyectada al año 2017, de 37.717 Ton/Año de uva de mesa. Si tomamos en cuenta este cálculo, en conjunto con las últimas cifras de producción de uva para el año 2015, nos arroja que Venezuela demandaría aproximadamente 17mil toneladas de uva fresca para satisfacer su demanda interna, convirtiéndose en un mercado potencial para este rubro que podría situarse sobre los 48 millones de dólares:

ECUACIÓN N° 2
IMPORTACIÓN FOB NECESARIA PARA ABASTECER EL MERCADO VENEZOLANO

Demanda (toneladas)*		Producción (toneladas)**		Demanda insatisfecha***		Precio por Kg en US\$ promedio internacional (FOB)		Importación necesaria US\$ FOB
37.717	-	20.608	=	17.109	x	2,81	=	48.076.290

*Resultado de la Ecuación N°1

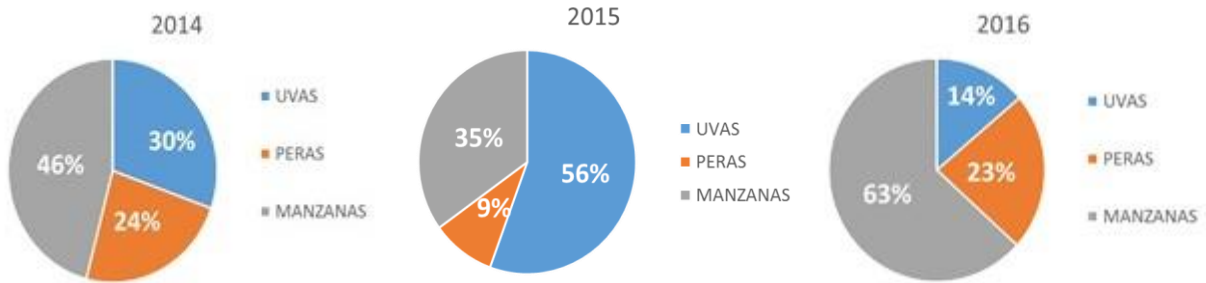
**Cifras estadísticas otorgadas por el ministerio de agricultura y tierras para el año 2015.

***Toneladas de uva que Venezuela necesita importar para abastecer el mercado.

2. Importaciones (*valor, volumen y precios promedio*) del producto últimos 3 (tres) años por país.

Venezuela es un país tradicionalmente importador de uvas, manzanas y peras, siendo las manzanas la fruta fresca que posee un mayor volumen de importación acumulada en los últimos 3 años (2014 – 2016), seguidas de las uvas y por último las peras. En lo que respecta a otros frutos frescos como los damascos, ciruelas y endrinas, no existe un volumen de participación relevante en las importaciones venezolanas como se puede visualizar en el Gráfico N°1, en el que se observa el volumen de importación de cada rubro, en los años de estudio.

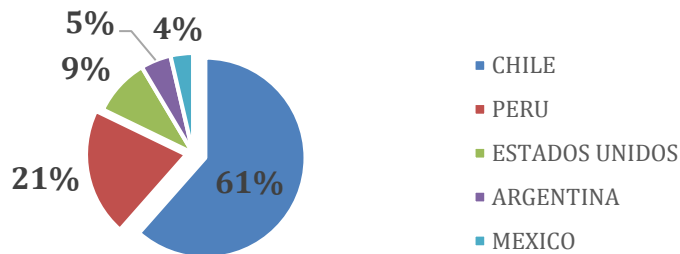
Gráfico N°1. Volumen de frutas frescas importadas por Venezuela (2014 – 2016)



Fuente: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: junio de 2017

En cuanto al origen de la fruta fresca importada por Venezuela, se puede observar en el siguiente Gráfico (N°2) que Chile es el principal proveedor en el sector, con una participación de mercado de 61% en el período analizado (años 2014 – 2016); seguido por Perú (2do lugar), en el que resalta la uva como único rubro importado con una participación del 21% en el mercado Venezolano, Estados Unidos (3er lugar) con un 9,24% de participación de mercado, Argentina (4to lugar) ocupando cerca del 5% de participación y por último México (5to lugar) con 4% de participación en el mercado. México al igual que Perú ha sido sólo proveedor de uva para Venezuela.

Gráfico N°2. Principales Proveedores de Frutas Frescas para Venezuela (2014 – 2016)



Fuente: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: junio de 2017

Los principales países proveedores de fruta fresca para Venezuela son del continente americano, en la siguiente ilustración se observa los países y el volumen de importaciones locales, segmentando la información por variedad de frutas. En esta ilustración destaca visualmente el volumen de importaciones de fruta fresca efectuadas por Venezuela desde distintos países, donde se puede observar que desde Chile se importa un mayor volumen y variedad.

Ilustración N° 1. Países exportadores de fruta fresca hacia Venezuela y su volumen de exportación (2014-2016)



Fuente: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: junio de 2017

Por último, en la siguiente Tabla (N° 5), se puede observar los totales importados por Venezuela vinculados al rubro fruta fresca durante los años de estudio (2014-2016), donde a pesar de la disminución en las importaciones y el bajo dinamismo en el consumo, Chile continua siendo el principal país proveedor para Venezuela. Se presentan los análisis de códigos y frutas involucrados, más adelante en este estudio.

Tabla N° 5. Volumen de importación de fruta fresca años (2014 - 2016)

Año	Suma de FOB U\$S
2014	29.726.992
2015	13.773.695
2016	3.416.120
Total:	46.916.807

Fuente: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: junio de 2017

2.1. Análisis de las Importaciones Venezolanas de Uva Fresca

PAIS	IMPORTACIONES 2014 - 2016 UVAS (Código Arancelario 0806.10)					
	2014		2015		2016	
	Valor FOB	Volumen (KG)	Valor FOB	Volumen (KG)	Valor FOB	Volumen (KG)
PERÚ	4.293.638	1.682.494	5.270.257	1.961.000	98.952	41.816
MEXICO	1.701.629	776.000	-	-	-	-
CHILE	1.517.408	637.601	1.242.943	606.934	-	-
ESTADOS UNIDOS	1.454.255	537.019	1.140.873	270.703	372.966	160.702
OTROS PAISES (*)	93.586	36.751	-	-	-	-
TOTAL	9.060.516	3.669.865	7.654.073	2.838.637	471.918	202.518
% PARTICIPACIÓN DE CHILE EN EL MERCADO VENEZOLANO	16,75		16,24		0,00%	
POSICIÓN DE CHILE	3		2		-	

(*) Otros países: Ecuador y Líbano.

FUENTE: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: junio de 2017

En las importaciones venezolanas de uvas frescas, se encuentran Perú como principal abastecedor durante los años de estudio, siendo el único rubro en el sector frutícola importado por Venezuela desde dicho país, importación principalmente conformada por la variedad de uvas Red Globe. Seguidamente y como proveedores tradicionales, encontramos la presencia de Chile y Estados Unidos.

Dentro del presente análisis, se debe señalar la presencia de México únicamente en el año 2014, como segundo proveedor del rubro -en ese año- con cerca del 20% de mercado, desapareciendo en los siguientes años de estudio.

Respecto a las variedades de uva exportadas por Chile hacia Venezuela en los años 2014 y 2015, la variedad con mayor volumen de exportación fue la Red Globe, luego la Flame seedless, predominando que para el año 2015 la tendencia fue revertida obteniendo un mayor volumen de exportación la variedad Flame y luego la variedad Red Globe.

2.2. Análisis de las Importaciones Venezolanas de Manzana fresca

PAIS	IMPORTACIONES 2014 - 2016 MANZANAS (Código Arancelario 0808.10)					
	2014		2015		2016	
	Valor FOB	Volumen (KG)	Valor FOB	Volumen (KG)	Valor FOB	Volumen (KG)
CHILE	12.656.515	10.060.947	4.361.420	3.952.565	1.777.170	1.427.552
ARGENTINA	761.208	619.869	453.807	370.440	-	-
ESTADOS UNIDOS	234.316	157.134	-	-	329.333	276.970
OTROS PAISES (*)	-	-	-	-	54.000	46.516
TOTAL	13.652.039	10.837.950	4.815.227	4.323.005	2.160.503	1.751.038
% PARTICIPACIÓN DE CHILE EN EL MERCADO VENEZOLANO	92,71		90,58		82,26	
POSICIÓN DE CHILE	1		1		1	

(*) Otros países: China y Siria.

FUENTE: Penta-Transaction, estadísticas on-line. *Consulta:* junio de 2017

Respecto a las importaciones venezolanas de manzana, Chile se ha mantenido como principal proveedor con una participación de mercado sobre el 90% para los años 2014 y 2015. Para el año 2016, mantiene el liderazgo como proveedor internacional, ocupando el 82,26% de participación en el mercado, seguido de Estados Unidos con el 15% de participación.

Si bien es cierto que las importaciones de manzanas han disminuido en forma general por distintas razones, como la falta de otorgamiento de permisos y certificados para la importación; dificultad para la obtención de divisas, etc, constituye un rubro de consumo frecuente durante todo el año, lo que aunado al posicionamiento de la fruta chilena ha permitido mantener el liderazgo en el mercado, lo que constituye una ventaja competitiva de importancia.

2.3. Análisis de importaciones venezolanas de pera fresca.

PAIS	IMPORTACIONES 2014 - 2016 PERAS (Código Arancelario 0808.30)					
	2014		2015		2016	
	Valor FOB	Volumen (KG)	Valor FOB	Volumen (KG)	Valor FOB	Volumen (KG)
CHILE	6.124.786	5.072.828	496.282	445.877	569.619	544.752
ARGENTINA	801.518	618.732	231.186	188.160	45.680	51.034
ESTADOS UNIDOS	83.160	68.577	576.927	390.502	143.131	94.587
CHINA	-	-	-	-	24.220	45.000
TOTAL	7.009.464	5.760.137	1.304.395	1.024.539	782.650	735.373
% PARTICIPACIÓN DE CHILE EN EL MERCADO VENEZOLANO	87,38		38,05		72,78	
POSICIÓN DE CHILE	1		2		1	

FUENTE: Penta-Transaction, estadísticas on-line. *Consulta:* junio de 2017

En el rubro de peras frescas, durante los últimos 3 años Venezuela ha realizado un promedio de importaciones de 3 millones de US\$, destacando el año 2014 con un monto de 7 millones de US\$. Chile se mantiene como líder en el mercado, aportando un promedio 2,3 millones de US\$ para este rubro de importaciones, conservando así su competitividad como proveedor internacional, seguido de Estados Unidos y Argentina principalmente.

Con relación a las variedades de esta fruta que Chile ha exportado a Venezuela, encontramos principalmente las variedades "Packham's Triumph" y "Summer Bartlett" y para el año 2016, "Packham's Triumph" se presenta como única variedad de pera exportada hacia este mercado.

2.4. Otras frutas frescas

En el análisis estadístico se pudo constatar que existe importación de damascos, ciruelas y cerezas, sin embargo, estas frutas no presentan un volumen de importación relevante en los últimos 3 años de estudio, como se puede apreciar en la Tabla N°6:

Tabla N° 6. Importaciones venezolanas de otras frutas frescas
(2014 - 2016)

Rubro	Año 2014	Año 2016
	Suma de FOB U\$S	Suma de FOB U\$S
DAMASCOS	2.850	-
CIRUELAS Y ENDRINAS	1.800	1.049
CEREZAS	323	-
Total general	4.973	1.049

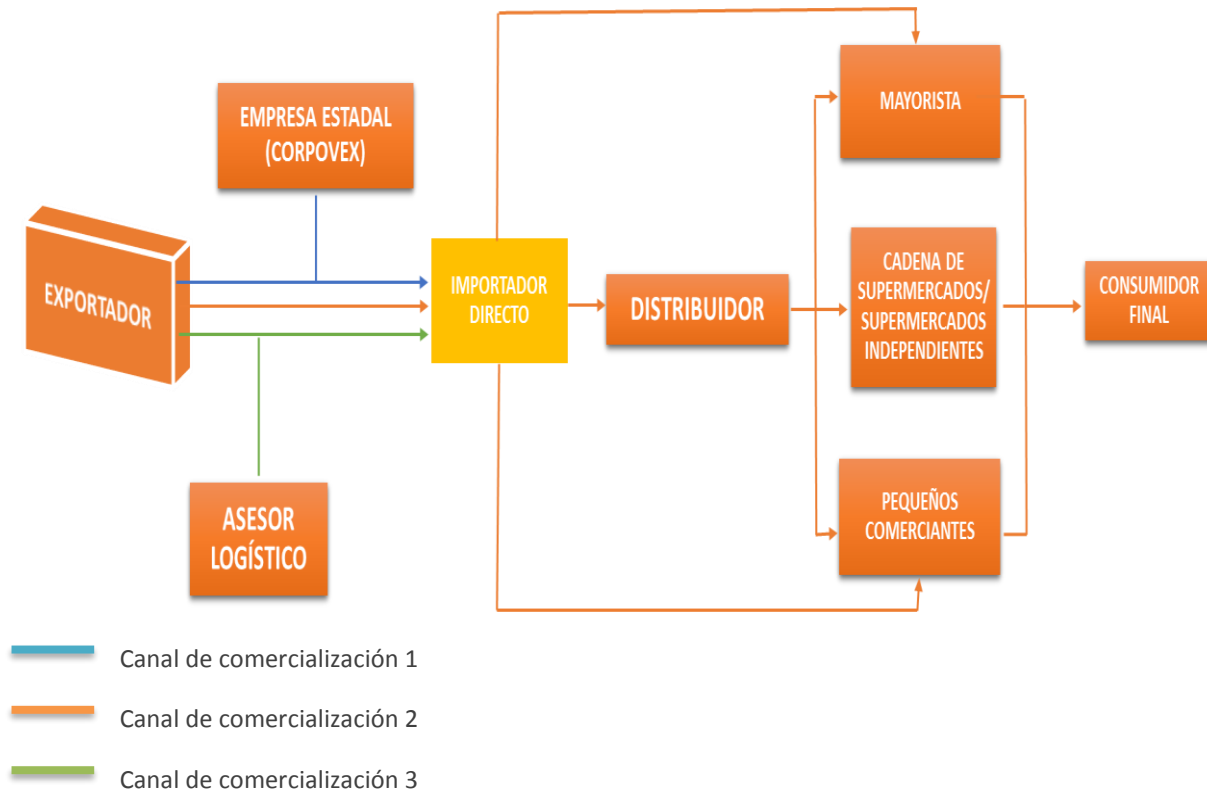
FUENTE: Penta-Transaction, estadísticas on-line. *Consulta:* junio de 2017

IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

En Venezuela el sector frutícola posee un canal de distribución indirecto, donde intervienen -a nivel nacional- distintos actores en la cadena, que hacen posible poner a disposición la fruta al consumidor final. Incluye generalmente a empresas importadoras -que también puede ser distribuidores- y es considerado como el más importante actor, también participan brókers, distribuidores (no importador), mayoristas, supermercados y pequeños comerciantes, entre los que se destacan pequeñas fruterías.

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



Canal de comercialización 1: La empresa estatal mediante subastas de US\$ del Estado Venezolano adjudica a las empresas importadoras. Aunque el importador es el que cierra el acuerdo, realiza la operación comercial con el exportador y se encarga directamente de la distribución de la fruta, no es el importador sino la empresa estatal la que liquida las divisas al Exportador a través del Banco Central de Venezuela y en la declaración única de aduanas de Venezuela (DUA) aparece como empresa importadora la empresa estatal, por ejemplo la Corporación Venezolana de Comercio Exterior (CORPOVEX).

Canal de comercialización 2: El importador al acordar y realizar la operación comercial con el exportador, es este quien mediante recursos propios o divisas asignadas por el Estado, liquida al exportador de acuerdo al medio de pago convenido y participa directamente en la distribución de la fruta. En oportunidades el importador también posee la figura de mayorista y distribuidor, especialmente, en el caso de los supermercados quienes importan y distribuyen a sus cadenas.

En este canal, también interviene la figura de Bróker/trader, que es un intermediario con comisión de venta pagada en la mayoría de los casos por el exportador, para la obtención de clientes en el mercado destino. Este actor puede o no aparecer en el canal de distribución.

Canal de comercialización 3: El asesor logístico es un nuevo actor dentro del mercado venezolano. Es una empresa importadora, la cual no necesariamente suele ser importador tradicional del rubro, puede no conocer los canales de distribución, ni el mercado al cual va dirigida la mercancía. Su participación como actor del mercado es importar mediante encargo, con recursos propios, las mercancías que sus clientes requieren importar

(importadores tradicionales del rubro con dificultad para acceder a las divisas). Este actor del mercado, realiza todos los trámites aduaneros pertinentes para la nacionalización de las mercancías en Venezuela y luego vende en moneda local (Bolívares) la mercancía a sus clientes que serán los encargados de la distribución.

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

En el mercado venezolano en lo que respecta a la manzana, pera y uva, es el importador quien tiene mayor relevancia en la cadena de distribución y en el posicionamiento de la fruta fresca chilena, este es representado a través de empresas privadas, cadenas de supermercados y distribuidores nacionales, ya que en sus manos recae la comercialización del producto para la posterior venta al por menor, incluyendo la distribución a fruterías y pequeños comerciantes, llevando de esta manera el producto al consumidor final.

4. Estrategia comercial de precio.

Al momento de la ejecución del presente estudio, no se detectó alguna estrategia comercial de precio aplicado a este tipo de rubro alimenticio. Según lo indicado por importadores consultados, el costo se encuentra posicionado en relación precio/calidad de las frutas (calibres).

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.

Al ser productos frescos, de consumo inmediato, no existen políticas comerciales de marcas en este mercado.

V. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

La investigación arrojó que los venezolanos consideran las manzanas, peras y uvas, como alimentos saludables, además conocen que tienen propiedades antioxidantes y nutritivas significativas, atributos que influyen en las decisiones de compra, siendo apoyada la tendencia del consumo de estos rubros por artículos de prensa y de opinión del área de la salud.

El consumo de manzana y pera fresca es frecuente durante todo el año siempre y cuando exista oferta en los anaqueles. En el caso de la manzana, existe demanda de todos los calibres. Los supermercados (como punto de venta) tienden a preferir las manzanas grandes, no más grandes que el calibre 72 ya que no es tradicional el consumo de manzanas muy grandes, sin embargo en los últimos años han optado por adquirir todos los tipos de calibre, desde el 100 en adelante, por tema precio. En general, este tipo de frutas suele ser utilizada como complemento para el desayuno, en las meriendas -sobre todo en los niños- y en la preparación de diversos postres.

En cuanto a la uva fresca (uva de mesa) existe una tendencia al aumento de la demanda de esta fruta durante el último trimestre del año, principalmente por la época decembrina y suele ser utilizada como acompañante en las comidas.

De la información recabada en uno de los puntos de venta visitados, se obtuvo a través de entrevista al Gerente de sala de ventas que *Las preferencias del consumidor se han inclinado a frutas más pequeñas, motivado a los bajos precios que presentan* lo cual concuerda con la opinión de otros actores entrevistados.

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

Actualmente en las decisiones de compra del consumidor venezolano predomina el factor precio y en especial disponibilidad del producto.



Precio: Es un factor determinante en las decisión de compra del consumidor siempre que la compra se haga de manera racional.

Calibre: De acuerdo con la información suministrada, los consumidores prefieren frutas pequeñas, particularmente para el caso de las manzanas debido a su bajo costo, esto les permite poder obtener más unidades de fruta.

Poder Adquisitivo: Existe demanda de uvas, manzanas y peras en todos los estratos sociales, sin embargo, de acuerdo con la investigación la merma del poder adquisitivo en el venezolano influye en la compra y consumo de estas frutas.

Otras Frutas Frescas: En el mercado venezolano existe una variedad de frutas tropicales las cuales al encontrarse en temporada (mango, piña, etc.) Presentan una alta oferta lo que hace que su precio sea asequible para todos los estratos de la población. Los importadores entrevistados coinciden en que *“El mercado es poco dinámico en los meses de Junio hasta a Agosto motivado a la cosecha de frutas nacionales, como el mango, que si bien no son competidores directos son bienes sustitutos, lo que incide en la demanda de estas frutas frescas.”*

VI. Benchmarking (Competidores)

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

Al momento del desarrollo de la presente investigación, no se evidencian marcas en torno a este tipo producto, ni para la fruta de producción local, ni para las frutas importadas. El consumidor que desee consumir fruta fresca, comprará la fruta que esté disponible en el mercado sin distinción de marca u origen de la misma, ya que el origen de la fruta -la mayoría de la veces- no se le informa al consumidor final. Por lo anterior, se recomienda al exportador chileno etiquetar toda la fruta fresca que sea exportada a Venezuela, indistintamente que esto no sea un requisito indispensable para el ingreso de este rubro al país.

En general, los productos se comercializan en cajas de cartón cuando es ventas al mayor, y cuando es canal retail -mercados municipales y supermercados- se venden al consumidor por unidad, por peso (Kg), en bandejas o bolsas.

2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, best value, etc).

Tabla N° 7. Oferta Exportable de países competidores

PAIS	UVAS	MANZANAS	PERAS
CHILE	✓	✓	✓
PERU	✓		
ESTADOS UNIDOS	✓	✓	✓
ARGENTINA		✓	✓
MEXICO	✓		

Fuente: Penta-Transaction, estadísticas on-line. Consulta: junio de 2017

En la Tabla N° 7 se identifica la oferta de cada país proveedor de Venezuela con relación a los productos objeto de estudio (uva, manzana y pera fresca), donde resalta que al igual que Estados Unidos, Chile tiene la capacidad de ofrecer al mercado los tres rubros de fruta fresca; por otra parte Perú sólo ha ofrecido al mercado venezolano uva fresca al igual que México; por último Argentina sólo ha exportado a Venezuela manzanas y peras.

Segmentando los competidores y analizando las ventajas de cada uno se puntualiza la siguiente información:

- Perú sólo tiene preferencia arancelaria del 100% en el rubro de uva fresca, por lo que si en algún momento Venezuela importase desde este país pera o manzana (de presentar oferta exportable), estos productos pagarían el arancel aplicado a terceros países, el cual es 10% como se mencionó anteriormente.
- La uva fresca proveniente de Estados Unidos y Perú, presenta –según lo informado por importadores consultados- un precio más competitivo en comparación con la uva fresca chilena, por lo cual los importadores prefieren estos orígenes, aun cuando la uva fresca en el caso de Estados Unidos, no goce de preferencias arancelarias.

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

Las siguientes imágenes, fueron tomadas de una investigación de mercado realizada el día 12 de julio del año 2017, en los puntos de Supermercado Santa Rosa de Lima y Frutería Santa Rosa de Lima.



Manzana verde de origen chileno, venta al detal por kilo.



Manzana roja importada. Venta al detal por kilo.



Uvas de origen chileno, venta al detal por kilo.



Pera importada. Venta al detal por kilo.



Presentación de fruta fresca en punto de venta.

Con relación a los precios y tomando en cuenta lo volátil del mercado local en este sentido, consideramos importante hacer referencia de forma “general”, a los precios aprox. de venta al consumidor por tipo de fruta, representado en dólares al momento de la investigación (12/7/17):

- Precio aprox. kilo de manzana y pera: \$3,50.

- Precio aprox. kilo de uva: \$4,50.

Nota: Para asesoría en tema precios según el producto involucrado, se sugiere contactar a la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela.

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

De acuerdo con la investigación realizada no existe en Venezuela campañas de marketing para el rubro frutas frescas, ni publicidad en medios de comunicación de ningún tipo, por parte de los competidores externos o productores locales. La investigación arrojó que se publican artículos de prensa y revistas de opinión en el área de salud, quienes intermitentemente hacen publicaciones que incentivan el consumo de frutas abordando los beneficios que estas otorgan a la salud.

En los siguientes enlaces se encuentran artículos de prensa publicados en el año 2017 abordando el tema de las frutas frescas:

Link 1: <http://www.panorama.com.ve/facetas/Equilibra-el-consumo-de-las-frutas-para-la-salud-20170501-0029.html>

Link 2: <http://elsiglo.com.ve/2017/01/30/jugos-naturales-desplazaron-el-consumo-de-refrescos/>

Link 3: http://www.el-nacional.cm/noticias/bienestar/los-beneficios-ingerir-una-manzana-dia_178325

VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

- ✓ Existe demanda de frutas frescas en el mercado la cual no está siendo satisfecha.
- ✓ Las tendencias del consumidor y los importadores se inclinan a frutas de un calibre menor, porque en la caja vienen más frutas y es menor el costo.
- ✓ La merma en la adjudicación de divisas por parte del Estado a los importadores tradicionales, limita la importación de frutas frescas.
- ✓ La mayoría de las importaciones de frutas frescas se están realizando con recursos propios de los importadores.
- ✓ Los importadores mantienen el interés en importar, a pesar de que el mercado según la opinión de los importadores, se encuentre deprimido.
- ✓ El mercado es poco dinámico en los meses de junio hasta agosto motivado a la cosecha de frutas de la zona, como el mango, la piña y la lechosa, que si bien no son competidores directos son productos sustitutos que inciden en la demanda de peras, manzanas y uvas.
- ✓ Los importadores que manejan un mayor volumen de importación de estas fruta fresca (peras, manzanas y uvas) evalúan siempre el cómo llega el producto al consumidor final en cuanto al precio. Detallan que antes de realizar la importación, evalúan el precio al consumidor final y lo equiparan con la demanda y el poder adquisitivo.
- ✓ En el mercado venezolano siempre se consumen toda la fruta fresca importada.

- ✓ En cuanto a las manzanas, la variedad preferida es la red delicious, y con relación al tamaño de la fruta, tradicionalmente el comportamiento del mercado se inclinaba a calibres altos (80, 88, hasta el calibre 72); por condiciones de coyuntura de mercado, actualmente los actores prefieren la variedad gala, de calibre pequeño (100 en adelante).

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

- Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) - Website: www.seniat.gob.ve
- Ministerio del Poder Popular para la Alimentación (MINPPAL): Inscripción de la empresa importadora, tramitación del Certificado de No Producción - Website: www.minpal.gob.ve
- Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras: Solicitud del Permiso sanitario - Website: www.agriculturaproductiva.gob.ve
- Instituto Nacional de Salud Agrícola Integral. Website: <http://www.insai.gob.ve/>
- Superintendencia de Nacional de Gestión Agroalimentaria (SUNAGRO): fiscaliza la producción, procesamiento, distribución, exportación e importación de materias primas, alimentos, sus derivados y actividades conexas - Website: <http://www.sunagro.gob.ve>
- Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios. (FEDEAGRO) - Website: <http://www.fedeagro.org>
- Instituto Nacional de Estadística INE. Website: www.ine.gob.ve
- Bolivariana de Puertos. Website: <http://www.bolipuertos.gob.ve>
- Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX). Website: www.cencoex.gob.ve