

PMP

Estudio de Mercado Frutos Secos y Deshidratados en Venezuela

AGOSTO 2017

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

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.....	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.....	5
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.....	5
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.....	6
5. Análisis FODA	7
III. Acceso al Mercado.....	9
1. Código y glosa SACH	9
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.....	9
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	9
3.1. Arancel Preferencial Producto Chileno.....	10
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.....	10
4.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA).....	10
4.2. Tasa por servicio de aduanas	10
4.3. Agente de Aduanas	10
4.4. Transporte	11
4.5. Régimen Tarifario de Servicios Portuarios.....	12
4.6. Control de cambio en Venezuela.....	12
5. Regulaciones y normativas de importación.	13
5.1. Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP).	13
5.2. Regímenes Legales para la Importación.	13
5.3. Certificado de Origen	14
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.	14
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.....	15
8. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros	15
IV. Potencial del Mercado	16
1. Producción local y consumo.....	16
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.	16
V. Canales de Distribución y Actores del Mercado	20
1. Identificación de los principales actores en cada canal	20
2. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista	21
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).	21
4. Estrategia comercial de precio.	22
5. Política comercial de proveedores.	22
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.....	22
7. Presentaciones por tamaños	22
VI. Consumidor/ Comprador	23

1.	Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.	23
2.	Centros de consumo (regiones/ciudades) y estacionalidad de demanda	23
3.	Requerimientos según características/composición y hábitos de la población (Halal, Kosher, etc.).....	23
4.	Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.)	24
VII.	Benchmarking (Competidores).....	24
1.	Principales marcas en el mercado (locales e importadas).	24
1.1.	Marcas nacionales de retail de frutos secos	24
1.2.	Marcas extranjeras de retail de frutos secos.....	24
1.3.	Marcas nacionales de retail con frutos secos procesados.....	25
2.	Segmentación de competidores (commodity, nicho, best value, etc).	25
3.	Atributos de diferenciación de productos en el mercado.....	25
4.	Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.	26
5.	Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes)......	26
VIII.	Opiniones de actores relevantes en el mercado.	26
IX.	Fuentes de información relevantes (links).	27

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

Venezuela se caracteriza por ser un mercado de altos niveles de demanda y consumo. A pesar que el petróleo y derivados son su principal fortaleza productiva, es un país bastante dependiente de las importaciones, incluyendo materias primas, bienes intermedios, así como productos de consumo final. Según estimaciones de la Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios de Venezuela (Fedeagro) para el año 2016 las importaciones de alimentos representaron el 73% del mercado alimenticio venezolano, incluyendo el sector de frutos secos y deshidratados que será objeto de estudio en el presente Perfil de Mercado Producto (PMP).

Dicho sector se encuentra presente en el mercado venezolano, con mayor fuerza, como parte de su tradición navideña, incluido en sus comidas y postres de la época. No obstante, según las encuestas de opinión calificada realizadas para el presente estudio, durante todo el año se perciben importaciones de este sector destinado en mayor porcentaje al uso industrial como chocolaterías, bombonerías, industrias de cereales, panaderías, entre otros.

Por su parte, de acuerdo al análisis de las estadísticas de importaciones correspondiente a los últimos 3 años (2014 hasta 2016), Chile se posiciona como el principal proveedor de frutos secos y deshidratados en Venezuela alcanzando -en total para el período de análisis-una suma CIF de US\$ 99MM (tomando en cuenta importaciones de todos los códigos arancelarios vinculados a este subsector), frente a los US\$ 12MM de Estados Unidos, quien es su competidor más cercano. Los demás países de donde se registran importaciones de frutos secos son: España, Turquía, Argentina, Panamá, Italia, Ucrania, Líbano y Hong Kong. Sin embargo, sólo Chile y Argentina están exento de pago de aranceles para el ingreso de estos productos al mercado venezolano, ventaja competitiva en comparación a terceros países fuera del Mercado Común del Sur, MERCOSUR.

Chile, gracias a su potencial como productor y exportador del sector frutos secos y deshidratados, tiene oportunidades de mantenerse vigente como el principal proveedor en el mercado venezolano debido a su relación precio-calidad, reconocida por los importadores y el consumidor final, como también, trabajar en reimpulsar las exportaciones que Chile mantenía con Venezuela para los años anteriores a 2016.

1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.

Correlación códigos arancelarios SACH – Arancel Venezuela				
Productos	Glosa SACH	Código SACH	Código Arancel Venezuela	Glosa Arancel Venezuela
Almendras	Con cáscara	0802.1100	0802.11.00.00	Con cáscara
	Sin cáscara enteras	0802.1210	0802.12.00.00	Sin cáscara
	Las demás sin cáscara	0802.1290		
Avellanas	Con cáscara	0802.2100	0802.21.00.00	Con cáscara
	Sin cáscara	0802.2200	0802.22.00.00	Sin cáscara
Nueces de Nogal	Con cáscara	0802.3100	0802.31.00.00	Con cáscara
	Sin cáscara enteras	0802.3210	0802.32.00.00	Sin cáscara
	Las demás sin cáscara	0802.3290		

Correlación códigos arancelarios SACH – Arancel Venezuela				
Productos	Glosa SACH	Código SACH	Código Arancel Venezuela	Glosa Arancel Venezuela
Uvas secas, incluidas las pasas	Morenas	0806.2010	0806.20.00.00	Uvas secas, incluidas las pasas
	Las demás	0806.2090		
Ciruelas secas	Orgánicas	0813.2010	0813.20.10.00	Con carozo
			0813.20.20.00	Sin carozo
	Las demás	0813.2090	0813.20.10.00	Con carozo
			0813.20.20.00	Sin carozo

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

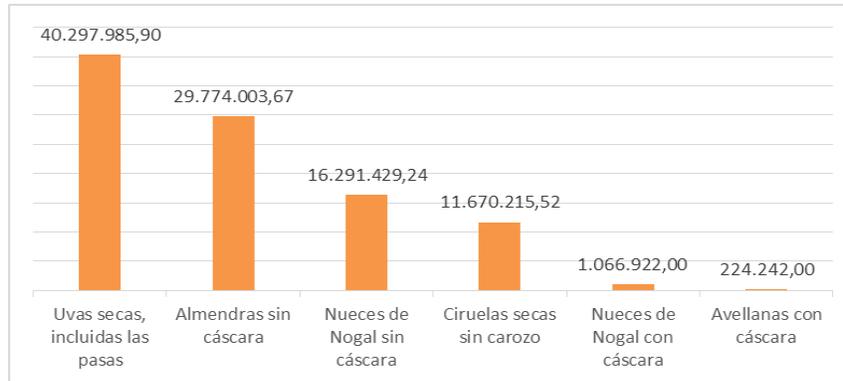
De acuerdo con la Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios de Venezuela (FEDEAGRO) la producción nacional de frutos secos y deshidratados se concentra solamente en maní, mientras que con respecto a los frutos objeto de este estudio no existen estadísticas oficiales de producción nacional. Por su parte, según entrevistas de opinión calificada los frutos secos que se comercializan en Venezuela, tanto para uso industrial como consumo final, predominan las almendras y nueces sin cáscara, uvas pasas y ciruelas secas de Chile; almendras y avellanas con cáscara de Estados Unidos y avellanas sin cáscara de España.

Es importante resaltar que los importadores venezolanos del sector privado poseen en la actualidad gran interés en recibir información de la oferta exportable disponible para este rubro proveniente de Chile, país que por varios años se ha posicionado en el mercado venezolano y es reconocido por ofrecer productos de la categoría (especialmente los frutos deshidratados y los frutos secos sin cáscara) de excelente precio/calidad, sumado a las ventajas comparativas y competitivas (cero arancel) que posee frente a terceros países no miembros del MERCOSUR.

Aunado a lo anterior, resulta conveniente mencionar que durante los últimos años los venezolanos han tomado conciencia sobre la importancia del consumo de alimentos sanos para el beneficio de su salud. Asimismo, cabe destacar que dicho producto es altamente demandado para uso industrial por parte de industrias de fabricación de cereales, panaderías, pastelerías, chocolaterías, bomboneras, restaurantes, entre otros, a través de la elaboración de productos que requieren de frutos secos y deshidratados como materia prima de los mismos.

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

Chile tiene presencia en el mercado venezolano en los siguientes frutos secos y deshidratados, según cifras CIF en US\$, años 2014 hasta 2016:



Fuente: PentaTransaction

De esta manera, se puede observar que la participación de Chile en la canasta importadora de Venezuela para los 3 años de estudio (2014-2016), se encuentra principalmente en uvas pasas, almendras sin cáscara, nueces sin cáscara y ciruela secas. Con respecto a las nueces con cáscara, Chile se encuentra como segundo proveedor, superado por Estados Unidos y en tercer lugar en cuanto a las avellanas con cáscara, superado por Estados Unidos y Panamá, debido a que sólo tuvo participación en las importaciones del año 2015.

Para el año 2016 Chile se estableció como el único proveedor de nueces con y sin cáscara, almendras sin cáscara y ciruelas secas del mercado venezolano. En cambio, Chile no tuvo presencia en las importaciones dentro del periodo de estudio, de almendras con cáscara y avellanas sin cáscara, las cuales son lideradas por Estados Unidos y España, respectivamente.

Con base a lo anterior, se sugiere seguir haciendo promoción de las ventajas arancelarias que posee Chile para el ingreso de este rubro en Venezuela, gracias al Acuerdo de Complementación Económica N°23 donde otorga arancel 0 a todos los productos objeto de este estudio. Adicionalmente, evaluar las necesidades del importador hoy en día, utilizando estrategias de precios y comercialización a través de convenios, acuerdos o alianzas que brinden beneficios mutuos a las partes, donde la Oficina Comercial ProChile en Venezuela se puede encargar de apoyar en todo lo concerniente con el asesoramiento comercial y establecimiento de estrategias.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

- Asesorarse con la Oficina Comercial sobre las preferencias arancelarias vigentes tanto para Chile como para otros países posibles competidores directos, así como sobre el sistema cambiario vigente y tipos de cambios involucrados, en forma previa a cualquier negociación.
- Dependiendo de la naturaleza del importador y uso correspondiente para los frutos secos y deshidratados (sobre todo para uso industrial), se sugiere evaluar previamente las especificaciones del producto requerido (en cuanto a los frutos secos sin cáscara si vienen fileteados, tostados, procesados en crema, etc) en base a la demanda, según el perfil cliente/producto.
- 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 de frutos secos y deshidratados, para uso industrial como también los retailers para consumo final.

- Iniciar con antelación los registros sanitarios (en caso de los frutos secos sin cáscara que lo ameriten) que establecen 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.
- Ofrecer posibilidad de elaborar productos con marcas propias de potenciales clientes, de acuerdo al interés y necesidades del mercado informadas por el potencial importador.
- 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.

5. Análisis FODA

Factores Internos		
Estrategia comercial y posicionamiento. <ul style="list-style-type: none"> • Introducirse en los segmentos más demandados en el mercado venezolano, tanto para uso industrial como para consumo final. • Posicionarse en negociaciones sacando provecho al prestigio de los productos chilenos en el mercado, incluyendo el sector de frutos secos y deshidratados. • Posicionar productos con base en la calidad y preferencias arancelarias vigentes. • Atender necesidades del mercado con base a los requerimientos y especificaciones de los potenciales clientes. 	Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> • Chile tiene amplia experiencia productora y exportadora en sectores de productos alimenticios y en particular, del subsector de frutos secos y deshidratados. • Chile cuenta con una gran presencia y prestigio en los mercados internacionales, siendo uno de los principales exportadores a nivel mundial de este sector. • Constantes esfuerzos en la innovación y la mejora continua en el sector, permite mantener ventajas competitivas. • Se posiciona como el principal exportador de este sector, con un 80% general de participación en el mercado venezolano. • Apoyo de la Oficina de ProChile en Venezuela, para la prospección del mercado y gestiones ante organismos oficiales. • Preferencia arancelaria del 100% en marco del ACE N° 23 para todo el sector de frutos secos y deshidratados. 	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> • Baja participación en el mercado local de avellanas. • Tamaño de las avellanas no satisface las preferencias del mercado local, por lo que prefieren este producto proveniente de Europa.

Factores Externos	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inexistente producción local de ciruelas deshidratadas, uvas pasas y avellanas. Adicionalmente la producción de almendras y nueces es insuficiente para atender la demanda. • Se estima que un 99% de las necesidades locales son cubiertas con productos de origen importado. • Interés de actores del sector privado en conocer la oferta exportable de Chile de proveedores de frutos secos. • Crecimiento del uso industrial de frutos secos en el mercado local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener el posicionamiento de la imagen de Chile como proveedor confiable y productores de alta calidad del sector frutos secos. • Fortalecer las relaciones comerciales existentes. • Promover nuevas relaciones comerciales con importadores del sector que no estén vinculados con Chile. • Cubrir la demanda de los importadores venezolanos, manteniendo la calidad y disposición de ofrecer productos con las especificaciones requeridas por importadores venezolanos, tanto para uso industrial como para consumidor final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar visitas y misiones comerciales con la finalidad de dar a conocer la oferta exportable de Chile en el subsector. • Expandir la oferta de avellanas, particularmente de mayor tamaño para las industrias de chocolatería y bombonería local.
	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuerte competencia con países europeos como España y Turquía en el mercado local de avellanas. • Complejos procesos para los importadores para cumplir con la normativa y la obtención de la documentación necesaria para importar (permisos y registros sanitarios). • Situación actual del control de cambios dificulta la importación de productos, por limitado acceso a divisas oficiales. • Inestabilidad con respecto al acceso a divisas y los tipos de cambio vinculados al proceso de importación. • Disminución del consumo de frutos secos en presentación retail, causado principalmente por factor precio y disminución del poder adquisitivo del consumidor final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar al importador venezolano dándole a conocer las ventajas de comercialización entre ambas naciones, tomando en cuenta las preferencias arancelarias que concede el ACE N°23. • Dar a conocer la alta calidad de los frutos secos y deshidratados que proporciona Chile, en base a la experiencia y calidad de su avanzada industria. • Apoyarse en la Oficina Comercial para generar enlace con importantes actores y potenciales compradores que importen y comercialicen frutos secos en Venezuela. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reflejar confianza hacia el importador al momento de ofrecerle la oferta exportable, convenciéndolo de las virtudes en precios y ventajas arancelarias que puede obtener de la posible comercialización. • Evaluar una oferta de productos (según especificaciones) y de precios adecuada, en consideración de los otros competidores del sector, los cuales la mayoría no posee acuerdos comerciales con Venezuela. • Apoyo en el Acuerdo de Complementación Económica ACE No.23.

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

Producto	Código Arancelario	Descripción
Almendras	0802.1100	Almendras con cáscara
	0802.1210	Almendras sin cáscara enteras
	0802.1290	Las demás; almendras sin cáscara
Avellanas	0802.2100	Avellanas con cáscara
	0802.2200	Avellanas sin cáscara
Nueces	0802.3100	Nueces de nogal con cáscara
	0802.3210	Nueces de nogal sin cáscara enteras
	0802.3290	Las demás; nueces de nogal sin cáscara
Uvas secas, incluidas las pasas	0806.2010	Morenas
	0806.2090	Las demás; uvas secas, incluidas las pasas
Ciruelas secas	0813.2010	Orgánicas
	0813.2090	Las demás; ciruelas secas

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

Producto	Código Arancelario	Descripción
Almendras	0802.11.00.00	Almendras con cáscara
	0802.12.00.00	Almendras sin cáscara
Avellanas	0802.21.00.00	Avellanas con cáscara
	0802.22.00.00	Avellanas sin cáscara
Nueces	0802.31.00.00	Nueces de nogal con cáscara
	0802.32.00.00	Nueces de nogal sin cáscara
Uvas secas, incluidas las pasas	0806.20.00.00	Uvas secas, incluidas las pasas
Ciruelas secas	0813.20.10.00	Ciruelas secas con carozo
	0813.20.20.00	Ciruelas secas sin carozo

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

El 30 de enero del año 2017, según Gaceta Oficial No. 41.064 de fecha 30/12/2016, Decreto No. 2.647, entró en vigencia un nuevo arancel de aduanas, el cual se puede consultar en el siguiente link:

http://declaraciones.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENIDO_SENIAT/04ADUANAS/4.1OBLIGACIONES_ADUAN/4.1.1-3.html

La siguiente tabla presenta la información arancelaria establecida para Chile y los principales competidores para los frutos secos y deshidratados:

Producto	Código Arancelario	Arancel General	Arancel Chile*	Arancel Argentina**	Arancel Estados Unidos	Otros países competidores sin ventaja arancelaria
Almendras	0802.11.00.00	10%	0%	0%	10%	Líbano
	0802.12.10.00	10%	0%	0%	10%	Holanda
Avellanas	0802.21.00.00	6%	0%	0%	6%	Panamá
	0802.22.00.00	6%	0%	0%	6%	España y Turquía
Nueces	0802.31.00.00	10%	0%	0%	10%	Ucrania
	0802.32.00.00	10%	0%	0%	10%	China
Uvas secas, incluidas las pasas	0806.20.00.00	10%	0%	0%	10%	Hong Kong
Ciruelas secas sin carozo	0813.20.20.00	10%	0%	0%	10%	Líbano

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

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

Nota: Venezuela también posee Acuerdos de Complementación Económica con otros países integrantes del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y países pertenecientes a la Comunidad Andina de Naciones (CAN). No obstante, no se consideraron en el presente estudio al no ser países competidores.

3.1. Arancel Preferencial Producto Chileno.

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 un 97% de los productos que forman parte del intercambio comercial entre ambos países. En cuanto a los frutos secos y deshidratados, todos los productos incluidos en este rubro se encuentran dentro del programa de liberalización.

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

4.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA)

En Venezuela el Impuesto al Valor Agregado (IVA) 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).

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 dividida 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

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: 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

Información otorgada por Logística Aduanera Logitran C.A para carga contenerizada marítima. Tipo de cambio tarifa DICOM al 11/08/17 para la venta de 1 US\$ = Bs. 2.970. Para hacer seguimiento a la tarifa vigente, visitar el siguiente sitio web:

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

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. (US\$)	Tarifa Contenedor 40' st. (US\$)	Tarifa Contenedor 40' HC. (US\$)	Tiempo de Transito Estimado (Días)
San Antonio	Puerto Cabello	1.200	1.500	1.500	17
San Vicente	Puerto Cabello	1.200	1.400	1.400	15
San Antonio	La Guaira	1.500	1.800	1.800	18
San Vicente	La Guaira	1.500	1.800	1.800	16

En las tarifas anteriormente mencionadas están incluidos los siguientes gastos:

- Bunker Charge: Cargos por combustible.
- Panamá Canal Charge: Cargos aplicables a mercancías en tránsito a través del Canal de Panamá.
- Carrier Security Fee: Cargos de seguridad que se cobra en los puertos.
- Terminal Handling Charge Origin: Cargos por manipulación en terminal de origen.

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:

- **Recargos de Exportación:**
Gate Reservation Origin (Reservación de la puerta): CLP 52.000
- i. **Recargos de Importación:**
POD (Re-positioning): Reposicionamiento de 280 US\$
THD (Terminal Handling Charges Destination): Gastos de manipulación en terminal de destino de 105 US\$.
- **MTD (Document Fee):** Gastos por cada conocimiento de embarque (Bill of Lading) 50 US\$

Esta empresa posee servicio semanal para el puerto de Puerto Cabello y quincenal para el puerto de La Guaira. Para más información contactar la Oficina Comercial de ProChile en Venezuela.

4.5. Régimen Tarifario de Servicios Portuarios

Las personas naturales o jurídicas usuarias de los servicios portuarios (servicios a la carga y servicio al buque) 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 (Junio 2017: Bs. 300). Para consultar la Gaceta Oficial de Régimen Tarifario de Servicios Portuarios:

<http://www.bolipuertos.gob.ve/descargas/2013.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) es el organismo que vela por la adjudicación de divisas oficiales de la República Bolivariana de Venezuela. Para más información sobre este organismo, visitar al siguiente sitio web:

<http://www.cencoex.gob.ve/la-institucion/quienes-somos>

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”. 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: 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. 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. Para el cierre del mes de agosto de 2017, se han llevado a cabo doce (12) subastas para un total adjudicado de USD 324,4 millones de dólares según información oficial, otorgados tanto a personas jurídicas como naturales. La tasa cambiaria según la última subasta, se ubicó al 11/08/2017 para la venta en 1 US\$ = Bs. 2.970. Para hacer seguimiento a la tarifa vigente, visitar el siguiente sitio web: <http://www.bcv.org.ve/cuadros/2/212a.asp?id=64>

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.

5. Regulaciones y normativas de importación.

5.1. Certificado de Insuficiencia o de No Producción Nacional (CNP).

Es un documento indispensable requerido para la realización de trámites ante el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), relativos a la exoneración de impuestos de importación (Aranceles o IVA según el caso y si procede su aplicación).

5.2. Regímenes Legales para la Importación.

Producto	Código Arancelario	Descripción	Régimen Legal	Descripción del Régimen Legal
Almendras	0802.11.00.00	Con cáscara	5, 6	5. Certificado Sanitario del País de Origen. 6. Permiso Sanitario del Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras
	0802.12.00.00	Sin cáscara	5, 6	
Avellanas	0802.21.00.00	Con cáscara	5, 6	
	0802.22.00.00	Sin cáscara	5, 6	
Nueces	0802.31.00.00	Con cáscara	5, 6	
	0802.32.00.00	Sin cáscara	5, 6	
Uvas secas, incluidas las pasas	0806.20.00.00	Uvas secas, incluidas las pasas	5, 6	
Ciruelas secas	0813.20.10.00	Con carozo	5	
	0813.20.20.00	Sin carozo	5	

Régimen Legal Nº 5. Certificado Sanitario del País de Origen:

La importación de cualquier producto del reino animal está sujeta a las disposiciones legales contenidas en la Resolución N° 113 del 12 de noviembre de 2002, la cual expresa que toda importación de vegetales, productos y subproductos deberá ingresar al país amparada por el respectivo Certificado Fitosanitario del país de origen, el cual debe tener fecha posterior al Permiso Fitosanitario de importación emitido por el Instituto de Salud Agrícola Integral (INSAI).

Nota: El plazo de vigencia de los permisos Fitosanitarios es de seis (06) meses a partir de su expedición.

Régimen Legal Nº 6. Permiso Sanitario del Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras:

El Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras posee entre sus funciones otorgar el permiso sanitario para la importación de:

- i. Muestras con valor comercial (Materias Primas de Uso Industrial);
- ii. El permiso sanitario para la importación de muestras sin valor comercial (Registro Sanitario, Estudio e Investigación de Nuevos Productos y con Fines Diplomáticos);
- iii. Así como los permisos sanitarios de importación para los productos alimenticios, estos últimos tramitados a través del Instituto Nacional de Salud Agrícola (INSAI).

En el caso de los frutos secos, con la aplicación de la 5ta Enmienda del Arancel de Aduanas Venezolano, se incorporó -como nuevo requisito- este Permiso Sanitario de Importación (Régimen Legal No. 6), suprimiendo el anterior y tradicional requisito del Registro Sanitario del Ministerio del Poder Popular para la Salud (Régimen Legal No. 12).

En este sentido, se hace presente que para el caso particular de los frutos secos “con cáscara” las autoridades de ambos países dieron inicio a los trámites necesarios para efectuar los Análisis de Riesgo de Plagas - ARP- y establecimiento de los requisitos fitosanitarios para futuras importaciones de estos productos, por lo que no se podrán efectuar envíos de este tipo de productos al mercado venezolano, hasta tanto se haya cumplido con el referido protocolo sanitario. Por otra parte, con relación a los frutos secos “sin cáscara” y de acuerdo a sugerencia directa de la Dirección Nacional de Inocuidad e Inspección de Alimentos y Bebidas Alcohólicas del Ministerio del Poder Popular para la Salud, se recomienda además de solicitar el Permiso Sanitario de Importación, emitido por el INSAI, mantener los Registros Sanitarios vigentes emitidos por dicho Ministerio (Salud), aun cuando el arancel de aduana no lo contemple. Lo anterior, a objeto de evitar posibles problemas en el proceso de importación (válido únicamente para frutos secos sin cáscara) en presentación tanto a granel, como retail.

Nota: El Certificado de Insuficiencia o No Producción Nacional (CNP), el Permiso Sanitario (Régimen legal N°6) y el Registro Sanitario (Régimen legal N°12) por partida arancelaria, deben ser solicitados por el importador (en forma grupal) 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

5.3. 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.

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".

Los procedimientos de etiquetado dictados por CONVENIN en su Norma General aplican tanto para los frutos secos y deshidratados que provienen en formato retail (envasadas en cualquiera de las siguientes presentaciones: latas de aluminio, bolsas o bandejas plásticas, pet, entre otros) ya sea con marca de origen o con marca del importador, así como para los que provienen en formato *a granel*, al momento de ser reempacadas por los mayoristas para su distribución hacia los puntos de venta.

Con respecto a lo anterior, cabe destacar que es común observar en distintos puntos de venta del país, que los mayoristas al momento de reempacar los distintos frutos secos para distribuirlos, sólo colocan un sticker con una breve descripción del producto, que incluye: precio, valor en kilos o gramos así como fecha de empaque y fecha de vencimiento del producto, obviando información como nombre de la empresa que produce el producto, de la empresa que lo importa, contenido nutricional del mismo, número de registro sanitario asignado, entre otros. Para más información sobre la norma visitar el siguiente sitio web:

<http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/2952-01.pdf>

7. 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). Por su parte, si la empresa importadora desea obtener divisas oficiales a través del Sistema Complementario de Divisas (DICOM), deberá tener una cuenta bancaria en moneda nacional y extranjera en el mismo banco local, presentar una declaración jurada de origen y destino lícito de los fondos y estar solvente con las obligaciones fiscales para proceder a participar en la subasta correspondiente. Posteriormente, una vez obtenidas las divisas, los importadores recibirán una certificación de la tasa cambiaria a los efectos de que pueda tomarse en cuenta en la estructura de costos.

8. 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 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: www.sunagro.gob.ve

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

De acuerdo con el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación, en Venezuela existe producción local de almendras, maní, merey y nueces. Sin embargo, se destaca mayormente la producción de maní que, de acuerdo con estadísticas de la Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios (FEDEAGRO), cuenta con el siguiente volumen de producción en toneladas para los últimos años registrados:

2013	2014	2015
3.523	4.057	3.701

Fuente: 2009-2014 Memoria y Cuenta. Ministerio de Agricultura y Tierras. Cifras disponibles en el siguiente sitio web: <http://www.fedeagro.org/produccion>

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.

- Almendras

PAÍS	Importación de Venezuela Subpartida 0802.11.00.00					
	Almendras con cáscara					
	2014		2015		2016	
	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)
Estados Unidos	736.573,00	47.552,00	96.291,00	7.639,00	-	-
Líbano	1.280,00	697,00	-	-	-	-
Total importación anual	737.853,00	48.249,00	96.291,00	7.639,00	-	-
% Participación de Chile	0%	-	0%	-	0%	-

PAÍS	Importación de Venezuela Subpartida 0802.12.00.00					
	Almendras sin cáscara					
	2014		2015		2016	
	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)
Chile	12.153.737,67	834.363,00	16.460.815,00	1.124.297,00	1.159.451,00	110.967,00
Estados Unidos	1.606.585,22	104.591,00	-	-	-	-
Holanda	207.981,34	13.234,00	-	-	-	-
Total importación anual	13.968.304,23	952.188,00	16.460.815,00	1.124.297,00	1.159.451,00	110.967,00
% Participación de Chile	87%	-	100%	-	100%	-

Las importaciones de almendras con cáscaras se resumieron en US\$ 834.144,00 para los años 2014 y 2015, teniendo como principal proveedor a Estados Unidos. Para el año 2016 no hubo importaciones de este producto. Sin embargo, en cuanto a las almendras sin cáscara se presenció una actividad mayor en cuanto a las importaciones resumiéndose en US\$ 31.588.570,23 para los 3 años de estudio, colocándose como el segundo fruto seco más comercializado en Venezuela para dicho período. Chile se posiciona como el principal proveedor de este producto, en competencia con Estados Unidos y Holanda sólo para el año 2014, mientras que en los años 2015 y 2016 se establece como el único proveedor.

- **Avellanas**

PAÍS	Importación de Venezuela Subpartida 0802.21.00.00					
	Avellanas con cáscara					
	2014		2015		2016	
	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)
Estados Unidos	2.095.640,48	352.560,00	250.365,00	25.225,00	110.412,00	20.068,00
Panamá	241.194,00	5.294,00	-	-	-	-
Chile	-	-	224.242,00	51.426,00	-	-
Demás países	8.500,00	2.017,00	-	-	-	-
Total importación anual	2.345.334,48	359.871,00	474.607,00	76.651,00	110.412,00	20.068,00
% Participación de Chile	0%	-	47%	-	0%	-

PAÍS	Importación de Venezuela Subpartida 0802.22.00.00					
	Avellanas sin cáscara					
	2014		2015		2016	
	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)
España	1.931.417,99	191.038,00	2.708.400,00	212.000,00	1.069.628,00	111.880,00
Turquia	505.532,57	35.175,00	714.009,00	51.875,00	-	-
Demás países	514.279,15	39.852,00	-	-	-	-
Total importación anual	2.951.229,71	266.065,00	3.422.409,00	263.875,00	1.069.628,00	111.880,00
% Participación de Chile	0%	-	0%	-	0%	-

El mercado de las avellanas presencié importaciones totales de este fruto -con cáscara- de US\$ 2.930.353,48 en el período 2014-2016, con una participación por parte de Chile de un 47% sólo para el año 2015, mientras que los demás años, Estados Unidos se mantuvo como el principal proveedor a pesar de la disminución de las importaciones. Por su parte, las avellanas sin cáscara tuvieron un monto de importación de US\$ 7.443.266,71 para el mismo periodo, provenientes principalmente de España y Turquía. Cabe destacar, que ambos países no gozan de preferencia arancelaria en Venezuela.

- **Nueces**

PAÍS	Importación de Venezuela Subpartida 0802.31.00.00					
	Nueces de Nogal con cáscara					
	2014		2015		2016	
	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)
Estados Unidos	1.705.876,72	251.344,00	2.457.047,00	209.527,00	-	-
Chile	287.433,00	38.152,00	44.283,00	7.028,00	735.206,00	140.660,00
Demás países	484.547,00	33.398,00	-	-	-	-
Total importación anual	2.477.856,72	322.894,00	2.501.330,00	216.555,00	735.206,00	140.660,00
% Participación de Chile	12%	-	2%	-	100%	-

PAÍS	Importación de Venezuela Subpartida 0802.32.00.00					
	Nueces de Nogal sin cáscara					
	2014		2015		2016	
	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)
Chile	3.997.063,24	251.350,00	10.966.435,00	742.366,00	1.327.931,00	110.840,00
Estados Unidos	675.195,00	40.951,00	1.729.000,00	120.502,00	-	-
Demás países	265.512,00	7.362,00	2.910,00	2.327,00	-	-
Total importación anual	4.937.770,24	299.663,00	12.698.345,00	865.195,00	1.327.931,00	110.840,00
% Participación de Chile	81%	-	86%	-	100%	-

Las importaciones de nueces tuvieron un saldo de US\$ 5.714.392,72 para las nueces con cáscara y US\$ 18.964.046,24 para las sin cáscara en los 3 años de estudio, colocándose como el tercer fruto seco más comercializado en Venezuela. En el caso de las nueces con cáscara, Estados Unidos tenía un 93% de participación promedio para los años 2014 y 2015, sin embargo para el año 2016 no obtuvo ninguna participación en las importaciones, dando espacio a que Chile aumentara sus ventas y se estableciera como el único proveedor.

Por su parte, a pesar de la disminución de las importaciones de las nueces sin cáscara, Chile ha mantenido su posicionamiento dentro del mercado venezolano logrando ser el único proveedor de este producto para el año 2016.

- **Uvas secas, incluidas las pasas**

PAÍS	Importación de Venezuela Subpartida 0806.20.00.00					
	Uvas secas, incluidas las pasas					
	2014		2015		2016	
	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)
Chile	23.904.612,90	7.089.903,00	12.886.198,00	4.694.046,00	3.507.175,00	1.431.075,00
Argentina	406.662,92	103.480,00	265.027,00	81.120,00	41.358,00	19.604,00
Demás países	388.757,00	68.545,00	9.750,00	4.375,00	757,00	171,00
Total importación anual	24.700.032,82	7.261.928,00	13.160.975,00	4.779.541,00	3.549.290,00	1.450.850,00
% Participación de Chile	97%	-	98%	-	99%	-

Las uvas pasas en Venezuela son el fruto seco más comercializado y de mayor preferencia por parte del consumidor venezolano. Entre los años 2014 y 2016 se obtuvo un saldo de importaciones (CIF) de US\$ 41 millones, destacando a Chile como el principal proveedor con un 98% de participación en promedio. Su competidor más cercano es Argentina, quien también posee preferencia arancelaria con Venezuela, con menos del 2% de participación.

- Ciruelas secas, sin carozo

PAÍS	Importación de Venezuela Subpartida 0813.20.20.00					
	Ciruelas secas, sin carozo					
	2014		2015		2016	
	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VALOR CIF (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)
Chile	5.186.314,52	1.378.929,00	4.896.028,00	1.171.729,00	1.587.873,00	474.064,00
Estados Unidos	327.052,00	23.760,00	-	-	-	-
Demás países	6.944,00	1.686,00	26,00	6,00	-	-
Total importación anual	5.520.310,52	1.404.375,00	4.896.054,00	1.171.735,00	1.587.873,00	474.064,00
% Participación de Chile	94%	-	100%	-	100%	-

Las importaciones de ciruelas secas sin carozo se establecieron en US\$ 12 millones para los 3 años de estudio, siendo Chile el principal proveedor. Para el año 2014 el competidor más cercano fue Estados Unidos con una participación de sólo 3%, mientras que para los años 2015 y 2016 Chile obtuvo el 100% de la participación en las importaciones de este producto.

En general, se observa una tendencia en cuanto a la preferencia por los frutos deshidratados y los frutos secos sin cáscara. Se destaca que ante esta preferencia, Chile se maneja como el proveedor con mayor porcentaje de participación, exceptuando el caso de las avellanas donde aún no posee una presencia significativa.

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

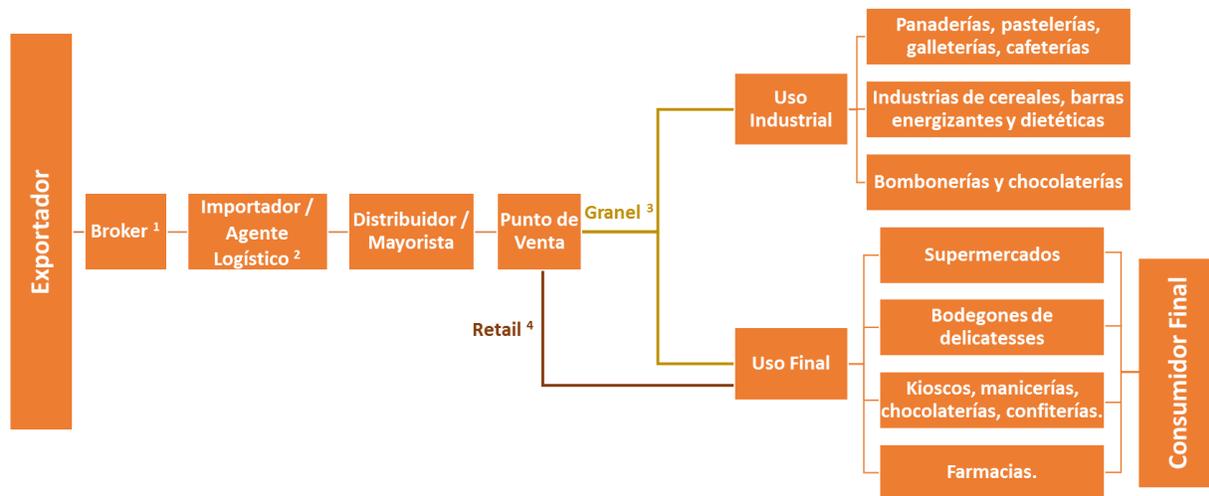
El mercado de los frutos secos o deshidratados en Venezuela se ha resumido en dos canales principales: canal retail y canal “granel”. En ambos canales, se encuentra la figura del exportador, que puede o no hacer uso de un bróker en Venezuela para obtener relaciones comerciales con importadores y clientes nacionales. Cabe resaltar que éste no se involucra en el proceso de importación en sí.

Por su parte, hoy día existe la figura de Agente Logístico, quien hace la acción de importar la mercancía con divisas propias, nacionalizarla y posteriormente venderla en moneda local a los importadores tradicionales o grandes cadenas de supermercados para que continúen con sus actividades en el comercio local. Una vez que se haya importado la mercancía, ya sea directamente o a través de un agente logístico, se vende a distribuidores o mayoristas que se encargan de comercializarla para uso industrial o uso final.

El canal retail sólo cuenta con venta para uso final, establecida en puntos de venta directa al consumidor como supermercados, bodegones, tiendas de delicatesses, farmacias, entre otros. Mientras que, el canal “granel”

posee dos vertientes: el uso industrial, el cual refiere que los frutos secos o deshidratados sean materia prima para la elaboración de nuevos productos como alimentos horneados, postres, bombonería, chocolates, barras dietéticas, entre otros y el uso final, el cual refiere a la venta detallada por gramos/kilos, reempacados, para la venta directa al consumidor.

2. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista



¹**Broker:** 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.

²**Agente Logístico:** importador que ofrece el servicio de consecución de divisas y pago al exportador en el mercado internacional. Se encargan del proceso de importación y nacionalización de bienes para posteriormente vender a distribuidores/mayoristas en moneda local. Este actor puede o no aparecer en el canal de distribución.

³**Granel:** venta final a granel en formato detallado por gramos/kilos o reempacado sin marca propia en formatos propios de reempaque en puntos de venta.

⁴**Retail:** venta de frutos secos y deshidratados empacados y sellados con marca de origen.

Nota: En oportunidades el importador también posee la figura de mayorista y distribuidor, sobre todo, en el caso de los supermercados quienes importan y distribuyen a sus filiales reempacando el producto en punto de venta.

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

Los frutos secos en general tienen mayor participación en los canales de distribución analizados anteriormente en la época navideña correspondiente a los meses noviembre, diciembre y enero. En el caso de las uvas secas, incluidas las pasas chilenas son de mayor comercialización dentro del mercado venezolano, con una participación de 98%. Las mismas han tenido un historial desde el año 2014 hasta el 2016 estando entre los 10

principales productos de exportación de Chile a Venezuela, además de ser el fruto deshidratado que posee una demanda constante a lo largo del año, tanto para uso industrial como para la venta al consumidor final.

Seguidamente, las ciruelas secas, las almendras y nueces sin cáscaras chilenas son los frutos secos que dominan el mercado venezolano, gracias a la oferta exportable, calidad y preferencia arancelaria que posee Chile con Venezuela en el marco del Acuerdo de Complementación Económica ACE N°23. Sin embargo, en cuanto a las almendras con cáscara y las avellanas sin cáscara, Chile no posee ninguna participación en el mercado y su comercialización es baja dentro del canal analizado.

4. Estrategia comercial de precio.

Según la información recopilada a través de actores del sector, se manejan escalas de precios vinculadas a las ventas por volumen, en cuanto al canal “granel”. En cambio, cuando se comercializa con marca propia de origen o destino, varía de acuerdo al valor agregado que éstas poseen.

5. Política comercial de proveedores.

No existe una política comercial esquematizada para las operaciones comerciales entre proveedores internacionales e importadores venezolanos, no obstante, cabe agregar con base a la información suministrada por actores entrevistados, las partes acuerdan formas de pago tomando en cuenta los medios de adquisición de divisas que tenga disponible el importador local en el marco del control cambiario vigente o bien si la importación va a ser pagada con recursos propios del importador por fuera de los mecanismos cambiarios existentes.

De igual forma si el importador posee una trayectoria comercial amplia en relación al tiempo, la confianza adquirida entre exportador e importador puede lograr que se tenga condiciones ya establecidas de pagos a plazos (crédito). No obstante, existen diversas modalidades habituales como, el pago del 50% por adelantado y el pago de 50% cuando se lleve a cabo la entrega, o el exportador plantea requerimientos de pago por adelantado, entre otras más que el proveedor por sí mismo establezca al momento de la venta, en función del tipo de cliente involucrado.

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.

Cabe destacar, que al momento del desarrollo de la presente investigación, no se encontró presencia de ninguna marca de origen chileno, pero sí marcas americanas de uvas pasas como Sunsweet y Sunmaid, en bodegones de delicatesses. En este sentido, se pudo evidenciar que este sector se comercializa principalmente con marcas propias del importador y/o fabricante local como: Antojitos, Fiocchis y Pistachos San Jorge.

7. Presentaciones por tamaños

La importación a “granel” de frutos secos y deshidratados se realiza en cajas de 10kg. Esta presentación se mantiene en la venta para uso industrial. Por su parte, para uso final, una vez en punto de venta se puede encontrar reempacado en envases, bandejas o bolsas de 1 kilo, 500gr y 300gr; ó, venderse según la cantidad deseada por el cliente en el momento de la compra.

VI. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

En Venezuela, en especial durante los últimos años, ha surgido con gran fuerza una cultura orientada a preservar la salud como sinónimo de vitalidad y calidad de vida. En ese sentido, se ha hecho gran énfasis a través de campañas de información y gracias a los medios de comunicación en combatir enfermedades como la obesidad, diabetes, cáncer, entre otras, estableciéndose la importancia de consumir alimentos saludables como garantía de una óptima salud, así como el grupo de consumidores orientados a una imagen fitness. En vista de esto, es posible determinar que el consumo de frutos secos para fines industriales se ha mantenido a pesar de la disminución del poder adquisitivo del consumidor venezolano, incorporándolas como ingredientes para la elaboración de cereales, barras dietéticas, barras energizantes y productos de fabricación artesanal.

De igual forma, se destacan las personas en Venezuela que siguen una dieta de tipo vegetariana y vegana, que entienden la importancia de consumir frutos secos con el fin de suplir ciertas proteínas, carbohidratos, y fibras por no consumir una dieta a base de carne. Este tipo de clientela suele consumir estos productos como snack, adquiriéndola en los puntos de venta ya mencionados por gramos o por kilos según sus preferencias, siendo las uvas pasas, las almendras y las nueces los frutos de mayor consumo.

En el marco de las observaciones anteriores, se puede establecer que los consumidores de frutos secos son personas de un estrato socioeconómico alto (estratos ABC) quienes son los que pueden destinar parte de su ingreso mensual para el consumo ordinario de estos productos. No obstante, los frutos secos y deshidratados son consumidos por un porcentaje mayor de la población en los últimos meses del año (noviembre y diciembre) como parte de la tradición navideña en Venezuela.

Lo anterior, se traduce en una mayor demanda de dichos productos, gracias a la incorporación de uvas pasas en la elaboración de la tradicional "hallaca", los frutos secos y deshidratados en general para la elaboración de postres y dulces, así como la costumbre de comer nueces y avellanas en su forma más pura como acompañantes de los platos típicos de la región y de la tradición gastronómica navideña; circunstancia que otorga a los oferentes la oportunidad de vender a mayor escala, ser más competitivos en precios y tener un mayor alcance en los hogares de las familias venezolanas.

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

Los frutos secos son consumidos en todo el territorio nacional, destacándose en los siguientes estados del país que cuentan con mayor población: Distrito Capital, Carabobo y Lara. Por otra parte, los centros de consumo de los frutos secos para uso industrial, se concentran en las principales zonas industriales del país, como por ejemplo en los estados Aragua, Carabobo, Lara y Anzoátegui.

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 frutos secos 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 (sustentabilidad, inocuidad, etc.)

Los factores determinantes en la decisión de compra del consumidor final son el poder adquisitivo que éste puede tener y el precio de venta final del producto. Estos factores inciden de igual forma en el importador en su decisión de compra internacional, ya que dependiendo del tipo de divisa a utilizar, se puede limitar su capacidad de compra a grande volúmenes.

VII. Benchmarking (Competidores)

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

1.1. Marcas nacionales de retail de frutos secos



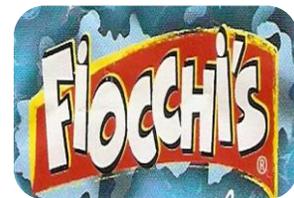
Venta de frutos secos por kilogramo.

<http://www.pistachosanjorge.com>



Venta de frutos secos mixtos en paquetes de 40gr y 150gr.

<http://www.antojitos.com.ve>



Venta de frutos secos mixtos en paquetes de 150gr.

1.2. Marcas extranjeras de retail de frutos secos



Venta de uvas pasas y frutos secos mixtos.

<https://www.sunsweet.com/>



SUN-MAID®

Venta de uvas pasas y ciruelas secas.

<http://www.sunmaid.com/es/>

1.3. Marcas nacionales de retail con frutos secos procesados



Empaques de 80gr y 150gr de frutos secos cubiertos de chocolate bitter o de leche.

<http://www.lamarcona.com/>



Cajas de 24 unidades de 40gr de avellanas cubiertas de chocolate bitter o de leche.

<http://chocolatesstmoritz.com>



Uvas pasas cubiertas de chocolate oscuro o avellanas enteras cubiertas de chocolate de leche.

<https://www.savoy.com.ve/>



Cereales, barras energéticas y dietéticas con frutos secos.

<http://www.kelloggs.com.ve>



ZISNELLA
chocolates

Almendras cubiertas de chocolate oscuro o de leche extra fino.

<http://zisnella.com/web/>



Cereales, galletas y crema de chocolate con incorporación de frutos secos.

<http://www.alfonzorivas.com>

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

Según entrevistas realizadas a organismos y empresas del sector, prácticamente la totalidad de los frutos secos y deshidratados requeridos por la industria y para su venta al consumidor final son adquiridos mediante importaciones. De esta manera, Chile permanece como uno de los principales proveedores de este sector, compitiendo con Estados Unidos, España y Turquía (particularmente por su calidad en las avellanas) y Argentina por tener la misma condición de Chile con respecto a la ventaja arancelaria con Venezuela (cero arancel).

3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado

Predomina la venta de frutos secos (avellanas, almendras y nueces) pelados y en ocasiones fileteados, con un peso que varía desde los 100gr hasta el kilogramo. Por su parte, el reempacado en punto de venta puede variar teniendo las siguientes presentaciones:



Empaque de papel film



Badeja de anime



Envase de plástico

4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.

Con relación a los precios y considerando la realidad del mercado actual, consideramos importante hacer referencia -de forma general- al precio aproximado de venta al consumidor por tipo de fruto seco o deshidratado, representado en dólares, obtenido en visita efectuada a punto de venta en el mes de julio de 2017:

- Precio de venta aproximado de las **almendras, avellanas y nueces**: US\$ 5,00/kg
- Precio de venta aproximado de las **uvas pasas y ciruelas deshidratadas**: US\$ 2,00/kg

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

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

No se observaron campañas publicitarias en Venezuela de ningún tipo alusivas al consumo de frutos secos durante la realización de la presente investigación.

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

Los importadores concuerdan que el mercado de frutos secos y deshidratados en Venezuela ha disminuido en comparación a años anteriores, por el tema de la adquisición de divisas oficiales. Anteriormente era más factible lograr adquirir divisas con cambio oficial o realizar las importaciones a través de la Corporación de Comercio Exterior (CORPOVEX), mecanismo no vigente, que proporcionaba un tipo de cambio preferencial. Sin embargo, para el año 2017 se activó un nuevo mecanismo de adquisición de divisas con el cual algunos importadores tienen previsto solicitar para poder efectuar compras internacionales (DICOM); adicionalmente, otros importadores mantienen sus operaciones con divisas propias a pesar que el precio final para el consumidor, tanto industrial como retail, sea un poco elevado.

Distribuidores, mayoristas y antiguos importadores refieren que han recurrido a la figura de un Agente Logístico que realice la importación y nacionalización de la mercancía para de esta forma comprarla en moneda local y seguir distribuyéndole a sus clientes tradicionales, especialmente supermercados, industrias de bombonería y chocolatería, industria de cereales y barras energéticas; así como, clientes pequeños (panaderías, pastelerías y galleterías) que incluyen los frutos secos en sus productos.

Por su parte, algunas empresas de la industria nacional que se encargan de transformar los frutos secos para la producción de nuevos productos, explican que, al comprar por medio del Agente Logístico no logran cubrir la cantidad requerida para sus procesos porque tienen que depender de la oferta de ese actor, quien distribuye la cantidad importada entre varios clientes.

No obstante, todos los actores del sector concuerdan que los frutos secos y deshidratados más comercializados en Venezuela son uvas pasas, almendras y nueces, principalmente provenientes de Chile debido a la calidad y competitividad que le otorgan en el mercado, siendo los meses de noviembre, diciembre y enero la temporada de mayor demanda de este sector por ser parte de la comida navideña tradicional.

IX. Fuentes de información relevantes (links).

- Bolivariana de Puertos <http://www.bolipuertos.gob.ve/>
- Cámara Venezolana de Alimentos (CAVIDEA). Disponible en: <http://www.cavidea.org/>
- Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios. Disponible en: <http://www.fedeagro.org/produccion/>
- Instituto Nacional de Estadística INE. Disponible en: www.ine.gob.ve
- Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras. Disponible en: <http://www.agriculturaproductiva.gob.ve/>
- Ministerio del Poder Popular para la Salud. Disponible en: www.mpps.gob.ve
- Ministerio del Poder Popular Para la Alimentación. Disponible en: <http://www.minpal.gob.ve/>
- Servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria (SACS). Disponible en: <http://www.sacs.gob.ve/site/>
- Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria SENIAT. Disponible en: www.seniat.gob.ve