

PERFIL DE MERCADO ACEITE DE OLIVA – VENEZUELA

ProChile Caracas, Septiembre 2006

PRODUCTO: Aceite de Oliva

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 1509.1000

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Aceite de Oliva Virgen

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL: 1509.1000

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL: 20%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

Acuerdo de Complementación Económica (ACE N° 23) Acuerdo suscrito en el año 1993 entre ambos países: aún cuando el producto "Aceite de Oliva" se encuentra en la lista de productos exceptuados del ACE N° 23, le corresponde una Preferencia Arancelaria Regional (AR. PAR 4) de 20% ad valorem, aplicada sobre la tarifa establecida en el Arancel de Aduanas para terceros países, por lo cual, el aceite de oliva chileno paga aranceles más reducidos (16%), en comparación con los provenientes de países europeos (20%).

Asimismo, en el marco del Régimen de Control de Cambios vigente en Venezuela, el Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos de la ALADI permite canalizar el pago de operaciones de comercio exterior, lo cual ofrece a los importadores venezolanos de productos chilenos, tener acceso a dólares preferenciales, independientemente del bien que se trate.

OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

- ♦ **Comunidad Andina** (Colombia-Bolivia-Perú-Ecuador) Arancel 0% (Preferencia desaparecerá en un plazo aún no definido consecuencia del retiro de Venezuela de la Comunidad Andina) la pérdida de preferencias de Colombia puede significar una ventaja adicional para Chile en aquellos productos donde compiten los dos países.
- ♦ **México (G3):** Arancel 0% (Está por definirse el destino de esta preferencia luego del anuncio del retiro de Venezuela del Acuerdo G3)
- ♦ **Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 59** Venezuela-MERCOSUR: (Brasil-Paraguay-Uruguay-Argentina): Tienen una preferencia arancelaria porcentual, sobre el arancel general establecido en el Arancel de Aduanas de Venezuela, tal como se indica a continuación para los años 2006 y 2007:

Nota: Esta preferencia se profundiza en los años siguientes según lo establecido en el ACE N° 59.

**CUADRO: PREFERENCIAS SEGÚN ORIGEN Y ARANCEL RESIDUAL
ESTABLECIDO EN EL ACE N° 59
Código arancelario 1509.1000**

(Aceite de oliva)

PAIS	PREFERENCIA % A PARTIR DEL 01/01/2006	ARANCEL A PARTIR DEL 01/01/2006	PREFERENCIA % A PARTIR DEL 01/01/2007	ARANCEL A PARTIR DEL 01/01/2007
Argentina	55	9	63	7,4
Brasil	55	9	63	7,4
Paraguay	49	10,2	57	8,6
Uruguay	39	12,2	45	11

OTROS IMPUESTOS:

♦ IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) 14%. Se hace presente que en los actuales momentos se encuentra en discusión un Proyecto de Ley para rebajar el I.V.A. a 13% (fecha por definir).

Tasa de Internación (1%) aduana.

OTROS PAGOS:

Agente de Aduanas: Estos servicios tienen un costo aproximado según cada caso, entre 0,5% y 1% de la operación comercial (CIF). Adicionalmente, se deben pagar gastos operacionales, según el tipo de producto, que pueden fluctuar entre Bs.200.000 y Bs. 400.000 por container y por carga suelta entre Bs.160.000 y Bs.180.000.

Transporte: Según la información suministrada por representantes de navieras que cubren la ruta Chile-Venezuela, a modo referencial el costo del flete marítimo en la actualidad es el siguiente: US\$ 2.436 (Container 20' pies); US\$ 2.781 (Container 40' pies).

Tipo de cambio oficial (Control de Cambios) US\$ 1= Bs. 2.144,60.

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Según lo establece el Arancel de Aduanas venezolano, para la importación de aceite de oliva, se requiere de Certificado Sanitario de País de Origen. Además, la importación de productos de esta partida, deberá estar amparada por un Registro Sanitario expedido por el Ministerio de Salud y Desarrollo Social.

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

BARRERAS PARA ARANCELARIAS

La principal barrera que se presenta en la importación de este producto, se encuentra en el otorgamiento del Registro Sanitario por parte del organismo oficial competente. Actualmente la asignación de dicho Registro, demora aproximadamente seis meses, de acuerdo a lo informado por los principales importadores. Lo anterior, debe tomarse en

cuenta debido a que es un documento exigible al momento de la presentación de la respectiva declaración de aduanas por parte del importador.

ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIONES FOB

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela (INE).

Código arancelario 1509.1000

(Aceite de oliva)

AÑO 2005

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kilos Brutos)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
España	1.222.097	3.455	51
Portugal	539.705	2.198	33
Italia	361.710	1.030	15
TOTAL IMPORTADO	2.154.535	6.773	100

AÑO 2004

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kilos Brutos)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
España	1.009.547	2.584	48
Italia	457.156	1.317	25
Portugal	384.453	1.301	24
TOTAL IMPORTADO	1.912.413	5.387	100

AÑO 2003

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kilos Brutos)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
ESPAÑA	476.780	351	42
ITALIA	332.498	274	29
PORTUGAL	278.904	191	25
TOTAL IMPORTADO	1.129.463	850	100

POTENCIAL DEL PRODUCTO

En el mercado venezolano no existe producción nacional de aceite de oliva. En este sentido, los principales países proveedores de este producto tradicionalmente han sido: España, Italia y Portugal. Asimismo, se encuentra presencia de aceite de oliva de origen griego, pero en menor cantidad.

Según las estadísticas de importaciones oficiales de Venezuela, las importaciones de aceite de oliva han crecido notablemente en los últimos años. Durante el 2005, alcanzaron cerca de US\$ 7 millones, un 25,7% superior al monto alcanzado en el 2004.

Existen oportunidades de negocios en dos vertientes: Uso industrial (empresas de conservas) y especialmente a nivel de consumidor final (hoteles, restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de delicatessen, etc).

Se observa un creciente interés por parte de importadores venezolanos, en conocer mayor información de la oferta exportable del Chile en el sector. Asimismo, se han incrementado las consultas de empresas chilenas exportadoras de aceite de oliva, con respecto a las características del mercado venezolano y en otros casos, se han atendido visitas comerciales de prospección de compañías interesadas en exportar aceite de oliva hacia Venezuela.

Lo anterior, se ha materializado durante el año 2006 cuando dos marcas de aceite de oliva chileno se encuentran incursionando en este mercado, cuyos importadores son clientes de PROCHILE CARACAS.

Con relación a los hábitos de consumo del aceite de oliva en los hogares de Venezuela, se puede distinguir dos segmentos: El consumidor corriente determina su compra tomando en cuenta el precio del producto, más que la marca y el origen. Sin embargo, el consumidor de familia de origen europea (españoles, italianos y portugueses) manifiesta mantener fidelidad de marcas y origen, más que el precio de venta del mismo.

Un segmento importante de consumo lo constituyen los hoteles y restaurantes. Aproximadamente en un hotel de la ciudad capital (Caracas), se consumen 50 litros mensuales de este producto. La demanda generada en estos dos sectores va a depender de la opinión del chef y del presupuesto económico que tengan para comprar el aceite de oliva.

Por otra parte, se encuentran las empresas que elaboran productos del mar enlatados, los cuales consumen aprox. 18-20 ton/ mensuales de aceite de oliva. Esta cantidad varía dependiendo de la producción requerida.

En cuanto a la marca y tipo de aceite, en el caso de los hoteles y restaurantes, los chef manifestaron adecuarse a cualquier marca siempre y cuando fuese un aceite de oliva extra virgen, ya que éste tiene un sabor fuerte y realza el sabor de las comidas.

De acuerdo a lo manifestado por expertos gastronómicos, en Venezuela el aceite de oliva es símbolo de la cocina de buena calidad y ha sustituido a otros ingredientes (mantequilla), que se utilizaban para elaborar platos exquisitos. Lo anterior, debido a que el aceite de oliva permite modificar las texturas, integrar los alimentos y personalizar los platos.

En el caso particular del aceite de oliva extra virgen, éste conserva todas sus propiedades biológicas y sensoriales cuando se utiliza en crudo y su rendimiento es mayor que el de otras grasas vegetales, tanto en caliente como en frío.

Es importante destacar que en Venezuela se comercializan diferentes tipos de aceites, los cuales se venden al público a un precio mucho menor y que son utilizados por los consumidores como productos sustitutos del aceite de oliva. En este sentido y de acuerdo a información recabada en visitas efectuadas a los principales supermercados de Caracas, se pueden mencionar los siguientes productos:

- ❖ Aceite de girasol.
- ❖ Aceite de soya.
- ❖ Mezcla de aceite de oliva/ aceite de girasol.
- ❖ Mezcla de aceite de oliva /aceite de soya.
- ❖ Aceite de canola.

Los empresarios chilenos deben de tomar en cuenta que el mercado venezolano es fácil de penetrar, considerando que el consumidor local está dispuesto a probar nuevos productos y nuevas marcas, siempre y cuando estén dentro de su presupuesto. Asimismo, deben tener presente que existe una creciente demanda de productos chilenos, por parte del mercado venezolano.

Es importante señalar, que los productos procedentes de Chile poseen un significativo posicionamiento en este mercado, especialmente los productos alimenticios tales como frutas, productos del mar y vinos. Por lo cual, tomando en cuenta la alta calidad del aceite de oliva que se produce en Chile, es muy factible que dicho producto se incorpore satisfactoriamente entre los productos importados por Venezuela.

En este sentido, existen oportunidades reales para que el empresario chileno pueda comercializar el aceite de oliva con un gran nivel de aceptación, dentro del segmento de consumidores de alto poder adquisitivo presentes en el mercado venezolano.

Por otra parte, en el marco de las Preferencias Arancelarias Regionales (PAR de la ALADI) el aceite de oliva chileno paga aranceles más reducidos (16%) en comparación con los provenientes de países europeos (20%).

Por todo lo expuesto anteriormente y considerando el potencial que tiene el aceite de oliva chileno en el mercado venezolano, este producto se encuentra incluido dentro del grupo de productos prioritarios que esta Oficina Comercial trabajará a corto plazo.

PRECIOS DE REFERENCIA VENTA POR MENOR (US\$) Y MAYORISTA

En el siguiente cuadro se indican precios medios de venta al por menor correspondientes al aceite de oliva de origen europeo, los cuales se obtuvieron en visitas hechas a principales cadenas de supermercados de la ciudad de Caracas:

TIPO DE ACEITE	PRECIO US\$ (*)
Oliva Virgen y Extra Virgen (1 litro)	18
Oliva Virgen y Extra Virgen (1/2 litro)	14
Mezclas girasol/aceite de oliva (0,75 Ltrs)**	5
Mezclas soya y aceite de oliva (0,75 Ltrs)**	6

(*)Tipo de Cambio Oficial (Control de Cambios): Bolívares 2.144,60 por dólar para la compra.

(**) De acuerdo a lo mencionado en el punto N° 4 con relación a los productos sustitutos del aceite de oliva, los consumidores venezolanos pueden sustituir la compra de dicho producto, por otros aceites cuyos precios de venta son mucho menores.

Con relación al aceite de oliva extra virgen chileno, el cual recientemente se está comercializando en el mercado local, se encuentran presentaciones de 1 litro y ½ litro, en botellas de vidrio, cuyo precio de penetración se encuentra alrededor de US\$ 10 presentación de 1 litro y US\$ 8 presentación de ½ litro.

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

A continuación se presenta una relación de las marcas que cuentan con participación en el mercado local y que representan competencia directa para Chile, en el segmento de aceites de oliva:

MARCA	PAIS
Borges	España
Carbonell	España
La Pedriza	España
Hojiblanca	España
Fragata	España
Eureka	España
Granja Flor	España
Monaco	España
Filipo Berio	Italia
Olitalia	Italia
Clemente	Italia
Castello del Monte	Italia
El Gallo	Portugal
Ouro Da Serra	Portugal
Alpis	Grecia

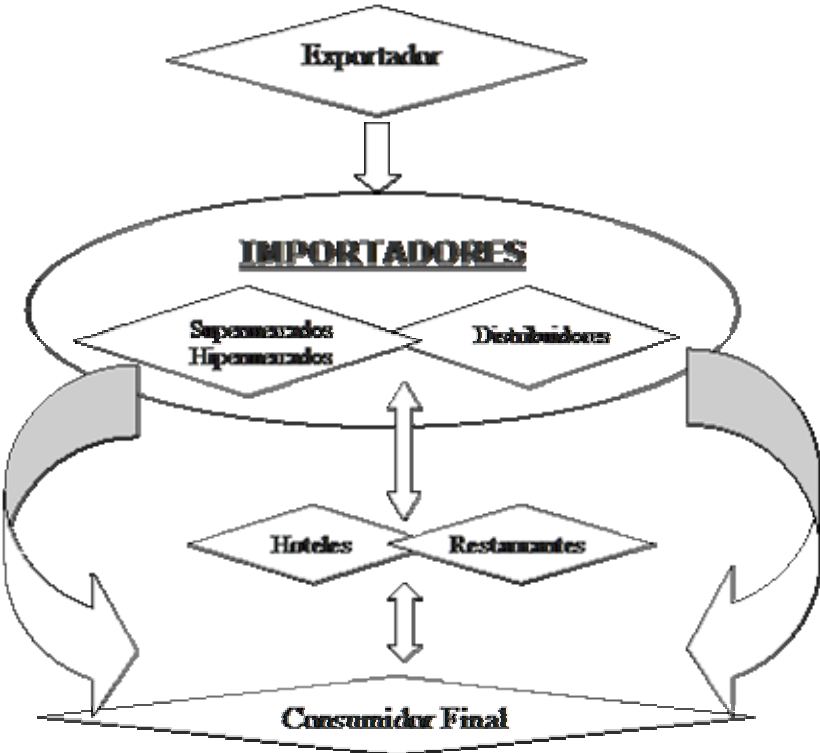
Observando el cuadro anterior, se puede apreciar la presencia de marcas de origen español e italiano. Sin embargo, por tradición en el mercado local, la marca portuguesa "El Gallo", es la más conocida por los consumidores. Esta marca, tiene un reconocido nombre en el mercado venezolano y cabe destacar que la colonia portuguesa domina el sector de venta de alimentos al detalle (supermercados, restaurantes, abastos y panaderías), por lo que se explica la fortaleza de dicha marca.

Con relación a las estrategias promocionales empleadas por las compañías importadoras y distribuidoras de este producto, se pueden mencionar principalmente la realización de pautas publicitarias en medios radiales (cuñas en radio), a través de la imagen de expertos gastronómicos o chef reconocidos

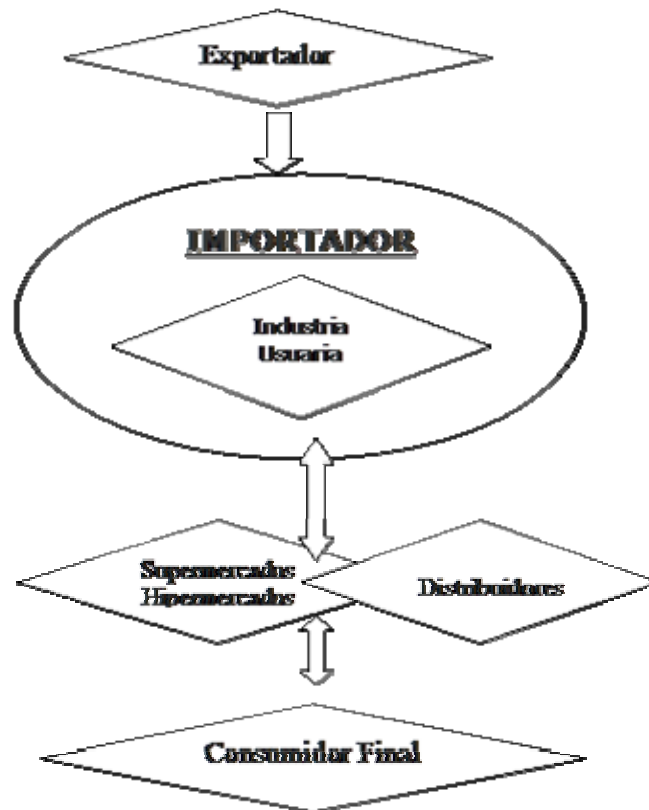
Asimismo, empresas distribuidoras realizan ferias en fechas especiales, en la cual sus empleados se visten con trajes típicos de cada país de origen, para así dar a conocer los productos tradicionales y hacer descuentos en sus precios, donde se incluye el aceite de oliva.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Canal de Comercialización Minorista



Canal de Comercialización Industrial



Nota: En el canal de distribución industrial, el importador es aquella industria que utiliza el aceite de oliva, para la elaboración de sus productos (ej. atún en aceite de oliva).

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO MINORISTA Y MAYORISTA

Presentación Minorista: El aceite de oliva para la venta por menor se comercializa en diferentes presentaciones, las cuales varían según el tipo de aceite, contenido y envase.

Tipo de aceites
Virgen
Extra Virgen
Orujo de Oliva
Aceite de oliva con ajo
Aceite de oliva con especias

Contenido
1 Litro
¾ Litro
½ Litro
¼ Litro

Envases
Vidrio
Plástico
Aluminio
Tetra Pack

Presentación Industrial:

Según lo informado por los principales importadores de aceite de oliva a nivel industrial, en la actualidad existen diferentes formatos de entrega por medio de los cuales los proveedores internacionales pueden vender sus productos. En el caso particular del aceite de oliva, las presentaciones más usadas son las siguientes:

- ❖ Flexitank: Consiste en un sistema de transporte líquido a granel, dentro de un container estándar de 20 pies, con capacidad de almacenar hasta 23 Tn de aceite de oliva. Se hace presente, que este sistema de entrega es recibido por el importador directamente.
- ❖ Tambores de 200 litros
- ❖ Bidones de 1.000 litros

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO

- A través del Servicio de Información Comercial de ProChile, los exportadores podrán adquirir información actualizada de las empresas venezolanas importadoras de aceite de oliva y persona contacto que se encuentra a cargo de las compras (teléfono, fax, email, website, etc).
- Se sugiere organizar visitas y misiones comerciales de prospección a este mercado, con la finalidad de dar a conocer las características del aceite de oliva chileno, para lo cual esta Oficina Comercial prestará todo el apoyo necesario que contribuya a esta iniciativa.
- Por otra parte, se sugiere como estrategia de comercialización considerar a las cadenas de supermercados e hipermercados, como principales distribuidores para el aceite de oliva. Lo anterior, considerando que dichos establecimientos tienen canales de distribución a nivel nacional, lo cual permitirá tener amplia cobertura en el mercado local, además de llegar directamente al consumidor final del aceite de oliva.
- Asimismo, esta Oficina podrá apoyar en la organización de degustaciones, seminarios y salas de exposición (*show rooms*), que permitan la difusión de cada empresa exportadora chilena de aceite de oliva, con la finalidad de dar a conocer su producto dentro del sector importador venezolano.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

- Desde hace cinco años se realiza un Salón Internacional de Gastronomía organizado por la revista Exceso, www.exceso.net en Caracas, en el mes de octubre.

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

- ❖ Fondo para la Normalización y Certificación de la calidad. www.fondonorma.org.ve
- ❖ Ver listado de Sitios Web de Venezuela, disponible en el Website Institucional www.prochile.cl
- ❖ Requisitos y procedimientos para registros sanitarios, registros de marcas, etc. www.carrascosa.com
- ❖ Cámara Venezolana de la Industria de Alimentos www.cavidea.org.ve

OTRAS INFORMACIONES:

CONTROL DE CAMBIOS

Desde el año 2003 se encuentra vigente un Control de Cambios en Venezuela y en la actualidad la paridad oficial se ubica en 2.150 Bolívares por dólar. El organismo que administra dicho Control es la Comisión de Administración de Divisas (CADIVI), www.cadivi.org.ve

En el marco de dicho Control, diferentes Ministerios publicaron nóminas de productos prioritarios que tienen acceso a divisas preferenciales. Sin embargo, a contar del mes de octubre del año 2003, se abrieron nuevas oportunidades para los exportadores chilenos, por cuanto los importadores venezolanos pueden acogerse al Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos de la ALADI. A través de este mecanismo se pueden efectuar operaciones con dólares preferenciales para la importación de cualquier producto chileno, por cuanto no se aplican las mencionadas nóminas de productos prioritarios y adicionalmente el procedimiento para la solicitud y aprobación de divisas a los importadores es bastante ágil.

La Oficina Comercial de ProChile en Caracas se encuentra a disposición para ofrecer información adicional que se requiera con respecto al Control de Cambios u otros temas vinculados que sean de interés para el sector exportador.

TRÁMITES PARA EL REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

Requisitos:

1. Certificado de libre venta y consumo, emitido por la autoridad sanitaria del país de origen en español, legalizado en consulado venezolano.
2. Certificado de análisis físico químico; emitido por la autoridad sanitaria del país de origen o un laboratorio autorizado por este. legalizado en el consulado venezolano.

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

MINISTERIO DE SALUD Y DESARROLLO SOCIAL (MSDS).

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

Teléfonos: 58-212-4080000 / 4080475 Fax: 4080505. Correo-e:

msds@msds.gov.ve Web: www.msds.gov.ve

Director de Higiene de los Alimentos: Sr. Luis Millán. Correo-e:

msdsdha@hotmail.com / millanla@yahoo.com

Nota: se sugiere tener un apoderado o empresa autorizada para efectuar el registro y seguimiento.

Aviso Oficial del Ministerio de Julio de 2006 señala que el tiempo estimado de entrega es de 45 días hábiles.

TRAMITES PARA EL REGISTRO DE MARCAS VENEZUELA

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

SERVICIO AUTONOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (SAPI).

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

Teléfonos: 58-212-4842661. Fax: 4831391.

Correo-e: sapi@sapi.gob.ve Web: www.sapi.gob.ve

Coordinador de marcas: Dr. Antarajú Burgos, teléfono: 58-212-4812466.

Correo-e: aburgos@sapi.gob.ve

Nota: se sugiere tener un apoderado o empresa especializada para efectuar el registro y seguimiento.