

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Guía de Servicios
VENEZUELA



prom
perú

Contenido

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Información General	4
III.	Situación Económica y de Coyuntura	4
3.1.	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2.	Evolución de los Principales Sectores Económicos	5
3.3.	Nivel de Competitividad	6
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	6
4.1.	Intercambio Comercial Venezuela - Mundo	6
4.2.	Intercambio Comercial Venezuela – Perú	8
V.	Acceso al Mercado	10
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias	10
5.2.	Otros impuestos Aplicados al Comercio	13
5.3.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	14
5.4.	Servicios con Potencial Exportador	14
VI.	Tendencias del Consumidor	20
VII.	Cultura de Negocios	21
VIII.	Links de interés	22
IX.	Eventos Comerciales	23
X.	Bibliografía	23

I. Resumen Ejecutivo

Venezuela es la quinta economía de América Latina, y tiene ingresos importantes de divisas por la venta de petróleo, al ser el quinto mayor productor de este combustible en el mundo. Sin embargo, en la última década la economía se deterioró de forma importante, y tuvo el peor desempeño en la región en términos de crecimiento del PIB per cápita. A pesar de ello, los consumidores venezolanos aún poseen un poder de compra (13 605 PBI per cápita) mayor al promedio de América Latina y al del Perú.

En 2013, la economía venezolana registró un crecimiento de 1% una tasa inferior a las registradas en los dos años anteriores; sin embargo, hubieron sectores que presentaron incrementos como instituciones financieras y de seguros (24.5% de variación), comunicaciones (6.5%) y comercio (3.5%). Se proyecta que el PBI de Venezuela se reduzca 0,5% en 2014, por el recorte del gasto público, la debilidad del consumo, la elevada inflación, la salida de capitales y especialmente la caída del consumo privado final (-5,4%).

El sector servicios explica 45.5 % del PIB de Venezuela. El intercambio comercial de servicios de Venezuela con el mundo aumentó 9,2% en promedio anual en el último quinquenio, y en 2013 totalizó US\$ 20 494 millones. Sin embargo, este comercio es permanentemente deficitario para Venezuela, y el año pasado la balanza fue -15 904 millones.

Las importaciones de servicios de Venezuela sumaron US\$ 18 199 millones en 2013, y en los últimos cinco años registraron un aumento promedio anual de 10,6%. Las importaciones de servicios distintos a transportes y viajes totalizaron US\$ 9 348 millones en 2012; y destacaron servicios personales, culturales y recreación (US\$ 3 747 millones), otros servicios de negocios (US\$ 2 703 millones), servicios de gobierno (US\$ 1 088 millones)

En el sector software, las oportunidades de negocios se da por la alta demanda en repotenciación y actualización de plataformas de software, y el 60% de esta es cubierta por empresas extranjeras. Venezuela es el tercer mercado con mayor porcentaje de lectores en América Latina; además, más del 50% de las importaciones de libros provienen de países de la región. La compra y venta de libros en el país esta exonerada de IVA.

Este país posee un mercado de Call Centers y servicios BPO poco desarrollado; sin embargo, esta situación facilita el acceso al existir pocos competidores y contar con recursos humanos con potencial para ser desarrollados. Venezuela es el tercer mercado de franquicias en Latinoamérica con 485 empresas franquiciantes y 12 500 establecimientos. Este mercado de franquicias se concentra en los sectores de gastronomía (24% del total) y de moda y confecciones (21%); además el 56% de las franquicias son locales y el 44% de capitales extranjeros.

Las oportunidades para los servicios de arquitectura y diseño en Venezuela son múltiples por el gran número de proyectos del gobierno, los cuales van desde viviendas sociales hasta megaproyectos de mejora de infraestructura (puertos y ferrovías). El sector construcción en Venezuela, en 2013, experimentó su tercer año de crecimiento consecutivo a una tasa superior a 8%.

El sector logístico es pieza clave en la cadena de valor de la industria petrolera venezolana de exportación. Los servicios de transporte y almacenamiento aumentaron 2,5% de enero a noviembre de 2013, y registraron tres años de crecimiento. Además, hay déficit de operadores logísticos en el país; y gran parte de las que operan tienen altos costos de operación y genera una baja confiabilidad entre los demandantes.

II. Información General



Venezuela se ubica al norte de América del Sur. Limita al norte con el mar Caribe, al sur con Brasil, al este con el Océano Pacífico y la República de Guyana y al oeste con Colombia. La capital es Caracas.

Venezuela posee una superficie continental e insular de 916 445 km² y ejerce soberanía sobre unos 800 000 km² del Mar Caribe bajo el concepto de Zona Económica Exclusiva.

Este país se divide en 23 Estados Federales, el Distrito Capital que comprende a la ciudad de Caracas, las Dependencias Federales conformadas por más de 311 islas y cayos en su mayoría deshabitados, y el territorio de la Guayana Esequiba (zona reclamada por Venezuela).

Los recursos naturales con los que cuenta Venezuela son petróleo, gas natural, hierro, oro y diamantes. Los recursos pesqueros son abundantes en la parte caribeña y atlántica; los recursos forestales y las vastas extensiones agrícolas y pecuarias se hallan en Los Llanos y en las zonas andinas. En cuanto a los minerales los de mayor importancia son hierro, bauxita, oro, diamantes, fosfato, cobre, níquel, yeso, sal común y caliza.

La población de Venezuela es de 32 millones de habitantes, y el 93% reside en áreas urbanas. Entre las ciudades más importantes se encuentran: Caracas con una población estimada de 7 millones de habitantes, Maracaibo con 2,5 millones de habitantes, Valencia con 2,3 millones de habitantes, Barquisimeto con 1,5 millones de habitantes y Maracay con 1,4 millones de habitantes.

El castellano es el idioma oficial de Venezuela. El inglés es la lengua extranjera de mayor uso y demanda, y es hablada por muchos profesionales, académicos y parte de las clases altas y medias, como consecuencia de la explotación del petróleo por empresas foráneas, además de su aceptación como lengua franca. La moneda oficial es el bolívar venezolano.

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Venezuela es la quinta economía más grande de América Latina, y tiene ingresos importantes de divisas por la venta de petróleo, al ser el quinto mayor productor de este combustible en el mundo. Sin embargo, en la última década la economía Venezolana se deterioró de forma importante, y tuvo el peor desempeño en la región en términos de crecimiento del PIB per cápita. A pesar de ello los consumidores venezolanos aún posean un poder de compra (US\$ 13 605 PBI per cápita) mayor al promedio de América Latina y a la del Perú.

En 2013, la economía venezolana creció 1,0%, una tasa inferior a las registradas en los dos años anteriores. Este modesto crecimiento se debió principalmente a la reducción del gasto público, en el afán de reducir el continuo déficit presupuestario. Sin embargo, hubieron sectores que presentaron incrementos como el de instituciones

financieras y de seguros, las comunicaciones y el comercio que tuvieron variaciones de 24.5%, 6.5% y 3.5% respectivamente¹.

Cuadro N° 1: Principales Variables Macroeconómicas

Indicadores Económicos	2010	2011	2012	2013	2014*
Crecimiento del PBI (%)	-1,5	4,2	5,6	1,0	-0,5
PBI per cápita (US\$)	12 173	12 735	13 480	13 605	13 531
Tasa de inflación (%)	28,2	26,1	21,1	40,7	50,7
Tasa de desempleo (%)	8,5	8,2	7,8	9,2	11,2

Fuente: FMI Statistics Elaboración: PROMPERU

Para el 2014 se espera que el PBI venezolana se reduzca 0,5% como consecuencia del menor gasto público, la elevada inflación, la salida de capitales y especialmente la caída del consumo privado final (-5,4%).

El desempleo en Venezuela fue de 9,2% en 2013 y, se prevé que sea 11,2% en 2014. Más de la mitad de los venezolanos empleados se encuentran laborando en la economía informal, mientras que muchos de los nuevos empleados han encontrado trabajo en el sector público gracias a réditos políticos. Hasta el momento, el Gobierno ha aumentado veinticinco veces el salario mínimo durante el régimen socialista; sin embargo, estos incrementos no compensan las altas tasas de inflación imperantes.

Venezuela posee uno de los índices de inflación más altos del mundo (40,7% en 2013), el cual llegará a una tasa de 50,7% en 2014. El país ha devaluado su moneda en 32% con respecto al dólar en 2013, en un esfuerzo por dinamizar su economía. La devaluación logró que los ingresos por exportaciones de petróleo crezcan notablemente (en bolívares); sin embargo, su efecto también añade presiones inflacionarias.

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

La industria del petróleo es el pilar de la economía de Venezuela, y representa alrededor de la mitad de los ingresos totales del gobierno y aproximadamente una cuarta parte del PIB². La producción de crudo cayó 1.8% en 2013, y para este año se espera que Venezuela incremente su capacidad de producción petrolera, al invertir US\$ 25 mil millones en este sector.³

La agricultura es el segundo sector económico de Venezuela, sin embargo, es fragmentado y carente de inversión. El sector emplea el 7.6% de la fuerza de trabajo y entre sus principales productos están algodón, café, cacao, arroz, azúcar, tabaco y banano, tanto para el consumo interno como para la exportación. Además se debe considerar que los estrictos controles de precios reducen los márgenes de utilidad de los agricultores y crean escasez de alimentos; por ello dos tercios de los alimentos que se consumen en el país son importados.

La participación de las manufacturas en el PIB ha disminuido constantemente desde hace más de cinco años. Muchos de los problemas que enfrentan los fabricantes se pueden atribuir a las políticas gubernamentales, a la

¹ CEPAL

² Euromonitor Internacional

³ Fuente www.telesurtv.net

falta de divisas y la escasez de energía. En la actualidad, el sector manufacturero representa el 12.7 % del PIB y el 10.9 % del empleo total.

Por otro lado, los servicios explican 45.5 % del PIB de Venezuela y han tenido un ligero impulso en los últimos años como consecuencia del aumento de los ingresos reales por turismo (8,4% en 2013). Sin embargo, empresas ligadas al comercio minorista han visto disminuir sus utilidades como consecuencia de la reducción de precios impuesto por el Gobierno, que en algunos casos llega hasta 60% sobre su precio original.

3.3. Nivel de Competitividad⁴

Venezuela cayó una posición y se ubicó en el puesto 181 del Ranking Doing Business 2014, elaborado por el Banco Mundial (BM) sobre un total de 189 economías. Los aspectos con mayores dificultades en Venezuela son pago de impuestos, protección a los inversores y comercio transfronterizo, mientras que los que en mejor posición se encuentran son cumplimiento de contratos y registro de propiedades.

Cuadro N° 2: Ranking Facilidad para Hacer Negocios 2014

Criterios	Venezuela	Perú	Chile	Colombia	México	Panamá	Ecuador
Facilidad de hacer negocios	181	42	34	43	53	55	135
Apertura de un negocio	157	63	22	79	48	25	176
Manejo permiso de construcción	110	117	101	24	40	62	64
Acceso a electricidad	167	79	43	101	133	16	138
Registro de propiedades	95	22	55	53	150	74	91
Obtención de crédito	130	28	55	73	42	55	86
Protección de los inversores	182	16	34	6	68	80	138
Pago de impuestos	187	73	38	104	118	175	91
Comercio transfronterizo	173	55	40	94	59	11	122
Cumplimiento de contratos	92	105	64	155	71	127	99
Cierre de una empresa	165	110	102	25	26	112	143

Fuente: Doing Business 2014 Elaboración: PROMPERU

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Comercio Exterior de bienes

El comercio de bienes de Venezuela con el mundo sumó US\$ 145 835 millones en 2013, es decir 6.9% menos que el año anterior. En los últimos cinco años, Venezuela tuvo un permanente superavit comercial, mientras las

⁴ Cfr. Doing Business 2014: Italy

exportaciones de este país aumentaban 12.7% en promedio anual, y las importaciones lo hacían en 7.4% cada año.

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial de Bienes Venezuela – Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	57 603	65 745	92 811	97 340	93 088	12,7	-4,4
Importaciones	39 646	38 613	46 813	59 339	52 747	7,4	-11,1
Balanza Comercial	11 957	27 132	45 998	38 001	40 341		
Intercambio Comercial	97 249	104 358	139 624	156 679	145 835	10,7	-6,9

Fuente: Business Monitor Elaboración: PROMPERU

En 2013, las importaciones venezolanas ascendieron a US\$ 52 747 millones, 11.1% menos que en 2012. Sin embargo, estas compras registraron incrementos en los tres años previos, y pasaron de US\$ 39 646 millones a US\$ 59 339 millones entre 2009 y 2012. Los principales proveedores de bienes de Venezuela, en 2013, fueron Estados Unidos (24% de participación), China (17%), Brasil (10%), México (5%) y Colombia (5%).

Por otro lado, las exportaciones de Venezuela totalizaron US\$ 93 088 millones en 2013, lo que significó -4.4% de variación respecto al año anterior. Cabe señalar que estas ventas están supeditadas a los envíos de petróleo, especialmente a Estados Unidos. De acuerdo a Euromonitor, en 2013, este combustible explicó el 93% de las exportaciones venezolanas.

4.2. Comercio Exterior de Servicios

El intercambio comercial de servicios de Venezuela con el mundo aumentó 9,2% en promedio anual en el último quinquenio, y en 2013 totalizó US\$ 20 494 millones. Sin embargo, este comercio es permanentemente deficitario para Venezuela, y el año pasado la balanza fue -15 904 millones.

Las importaciones totales de servicios de Venezuela sumaron US\$ 18 199 millones en 2013, con lo cual en los últimos cinco años registraron un aumento promedio anual de 10,6%.

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial de Servicios Venezuela – Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	2 227	1 858	1 993	2 205	2 295	0,8	4,1
Importaciones	12 176	13 055	15 690	18 164	18 199	10,6	0,2
Balanza Comercial	-9 949	-11 197	-13 697	-15 959	-15 904		
Intercambio Comercial	14 403	14 913	17 683	20 369	20 494	9,2	0,6

Fuente: UNCTAD Elaboración: PROMPERU

Las importaciones venezolanas de otros servicios, distintos a transportes y viajes, totalizaron US\$ 9 348 millones en 2012 (11,0% más que en el año 2011). Entre estos destacaron los servicios personales, culturales y

de recreación (US\$ 3 747 millones), otros servicios de negocios (US\$ 2 703 millones), servicios de gobierno (US\$ 1 088 millones)

Pese a ello, el crecimiento de las importaciones de servicios no es pleno como consecuencia del control cambiario vigente que limita el envío de remesas a sucursales de empresas extranjeras que no operen en el país. Ello implica que el receptor del servicio busque mecanismos alternativos de obtención de divisas y así cumplir con sus obligaciones con proveedores foráneos.

4.3. Intercambio Comercial Venezuela – Perú

El Perú tiene una balanza comercial positiva con Venezuela, y en los últimos años este superavit se incrementó constantemente, con excepción del año 2013. Las exportaciones peruanas al mercado venezolano aumentaron 6,8% en promedio anual entre 2009 y 2013, mientras que las compras nacionales desde Venezuela tuvieron una variación negativa de 22,7% en promedio cada año.

Cuadro N° 4: Intercambio Comercial Venezuela – Perú
Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	615	514	923	1213	798	6,8	-34,2
Importaciones	235	88	181	200	84	-22,7	-58,1
Balanza Comercial	380	426	742	1013	715		
Intercambio Comercial	850	603	1 103	1 413	882	0,9	-37,6

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

En 2013, las exportaciones peruanas a Venezuela sumaron US\$ 798 millones, 34,2% menos de lo registrado un año antes. Sin embargo, cabe señalar que los productos con valor agregado explican casi la totalidad de los envíos de productos peruanos a Venezuela, y en 2013, estos productos representaron el 96%.

Textil, sidero metalúrgico y químico son los sectores con mayores valores de venta a Venezuela, y en 2013, experimentaron envíos por US\$ 419 millones, US\$ 132 millones y US\$ 71 millones, respectivamente. Por otro lado, el sector sidero metalúrgico registró un incremento en las exportaciones a este mercado el año pasado, con una variación de 30,4%.

Los productos no tradicionales que más se exportaron a Venezuela, en 2013, fueron alambres de cobre refinado (US\$ 93 millones); camisas y blusas de punto de fibras sintéticas (US\$ 57 millones); tejidos de punto (US\$ 45 millones); t-shirts y camisetas interiores de punto de otros materiales (US\$ 38 millones) y, cables y similares de cobre (US\$ 34 millones).

A pesar de la caída en las exportaciones no tradicionales a este mercado en 2013, destacó el incremento de las ventas de tejidos de punto (+87.1%), cables y similares de cobre (+131.9%), alambres de cobre refinado

(+23.8%); además de conjuntos de punto de fibras sintéticas para mujeres (+137.3%), t-shirts de punto de algodón de un color (+73.0%), grupos electrógenos petroleros, potencia <= 75 kv (+454.8%).

Cuadro N°5: Exportaciones por Sectores Económicos

SECTOR	Valor en Miles de US\$		Var%
	2012	2013	2013/2012
TRADICIONAL	35	32	-8,5
<i>Minero</i>	13	17	31,2
Cobre	3	12	251,9
Zinc	8	4	-48,0
Estaño	1	0	-59,7
Otros	0	0	-10,7
<i>Pesquero</i>	8	3	-64,0
Harina de pescado	7	2	-67,4
Aceite de pescado	1	1	-47,5
<i>Petróleo y gas natural</i>	14	13	-12,4
Petróleo derivados	14	13	-12,4
<i>Agrícola</i>	0	-	-100,0
Agro resto	0	-	-100,0
NO TRADICIONAL	1 177	762	-35,3
Textil	708	419	-40,9
Químico	160	71	-55,7
Sidero-Metalúrgico	102	132	30,4
Metal-mecánico	56	26	-54,1
Pesquero	45	39	-13,5
Agropecuario	36	34	-6,4
Maderas y Papeles	35	21	-41,4
Minería no metálica	24	15	-37,2
Varios (Inc. Joyería)	10	4	-55,8
Pieles y Cueros	1	0	-56,0
TOTAL	1 213	798	-34,2

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

Cuadro N° 6: Principales productos no tradicionales

Partida	Descripción	Valor en Millones US\$					Var%	Var%	% Part
		2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	2013/2012	2013
7408110000	Alambre de cobre refinado	13	41	66	75	93	62,6	23,8	11,8
6106200000	Camisas y blusas de fibras sintéticas	12	10	14	42	57	48,5	36,7	7,2
6004100000	Tejidos de punto	25	10	9	24	45	16,4	87,1	5,7
6109909000	T - shirts y camisetas interiores	1	1	6	23		128,8	64,1	4,8
7413000000	Cables, trenzas y artículos similares, de cobre	0	-	15	15	34	238,5	131,9	4,2
6109100039	T - shirts de algodón para hombres o mujeres	57	24	62	93	24	-19,8	-74,7	3
6106100090	Camisas y blusas de algodón	29	22	38	41	13	-17,7	-66,9	1,7
6109100049	T - shirts de algodón para niños	14	8	26	29	7	-16,3	-75,9	0,9
6104220000	Conjuntos de algodón para mujeres o niñas	9	7	21	29	6	-7,4	-78,6	0,8
6006220000	Tejidos de algodón teñidos	30	8	8	15	6	-32,6	-59,8	0,8
	Otros	396	357	628	791	439	2,6	-44,5	59,1
	Total	586	488	893	1177	762	6,8	-35,3	100

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

Desde julio de 2012, Venezuela se convirtió en miembro pleno del MERCOSUR, bloque que agrupa además a Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay. En ese sentido, Venezuela está adoptando el arancel externo común del MERCOSUR (AEC) para los productos originarios de países no miembros de este sistema de integración, de forma gradual y según el siguiente cronograma:

- A partir del 5 de abril de 2013: para 2,829 partidas arancelarias
- A partir del 5 de abril de 2014: para 1,839 partidas arancelarias
- A partir del 5 de abril de 2015: para 1,580 partidas arancelarias
- A partir del 5 de abril de 2016: para 3,781 partidas arancelarias

La normatividad del MERCOSUR permite a sus Estados miembros aplicar un arancel distinto al AEC a un máximo de 225 partidas arancelarias, y en casos especiales como bienes de capital, y bienes de informática y telecomunicaciones.

Por otro lado, la importación de bienes provenientes de países con los cuales Venezuela tiene tratados, convenios o acuerdos, está sujeta a los aranceles que se establecen en los referidos acuerdos. A partir de agosto de 2013, está vigente el Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial entre el Perú y Venezuela, a través del cual la mayoría de productos peruanos que históricamente se han exportado a este país, y otros con comercio potencial, tienen arancel cero. Además de los aranceles las importaciones de productos peruanos en Venezuela están sujetas al pago del IVA (12%) y de la Tasa por Servicio Aduanero (1%).

Los aranceles y requisitos exigidos por Venezuela a los productos importados pueden ser consultados en la página web de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI): [ALADI](#)

Cuadro N° 7: Preferencias arancelarias para los principales productos no tradicionales

RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	7408110000	Alambre de cobre refinado	2	Chile (53%) Perú (45%) EEUU (1%)	15%	0%
2	6109100039	T-Shirts de algodón para hombres o mujeres	1	Perú (71%) China (10%) España (6%)	35%	0%
3	6106100090	Camisas blusas de algodón	1	Perú (89%) EEUU (3%) Colombia (3%)	35%	0%
4	6106200000	Camisas blusas de fibras sintéticas	1	Perú (86%) Colombia (7%) España (4%)	35%	0%
5	6004100000	Tejidos de punto	1	Perú (62%) Colombia (22%) Brasil (4%)	26%	0%
6	6109100049	T-Shirts de algodón para niños	1	Perú (71%) China (10%) España (6%)	35%	0%
7	6104220000	Conjuntos de algodón para mujeres o niñas	1	Perú (87%) China (10%) Colombia (6%)	35%	0%
8	6109909000	T- shirts, camisetas interiores de demás materiales	1	Perú (62%) China (19%) España (7%)	35%	0%

9	6006220000	Tejidos de algodón teñidos	1	Perú (89%) Colombia (6%) China (4%)	26%	0%
10	7413000000	Cables, trenzas y artículos similares de cobre	1	Perú (61%) Brasil (28%) EE. UU. (5%)	14%	0%

Fuente: SUNAT / Trademap Elaboración: PROMPERU

Medidas No Arancelarias

El Ministerio del Poder Popular para la Salud tiene a su cargo la emisión de los registrados sanitarios para alimentos, bebidas, medicamentos, drogas, cosméticos y otras sustancias con impacto en la salud. [WEB MPPS](#)

Los certificados fitosanitarios y zoonosanitarios son otorgados por el Ministerio del Poder Popular para la Agricultura y Tierras. Cabe señalar que los certificados sanitarios de productos pesqueros y acuícolas están a cargo del Instituto Socialista de la Pesca y Acuicultura (INSOPESCA), que depende del Ministerio del Poder Popular para la Agricultura y Tierras. [MAT](#). [INSOPESCA](#)

El Servicio Autónomo de Normalización, Calidad, Metrología y reglamentos Técnicos (SENCAMER), institución que depende del MINCOMERCIO (Ministerio del Poder Popular para el Comercio), tiene a su cargo la elaboración de las normas técnicas venezolanas, las cuales deben ser cumplidas obligatoriamente o, en algunos casos, voluntariamente por los productos comercializados en ese país.

Además, SENCAMER maneja el Registro Obligatorio de Fabricantes Nacionales e Importadores de Calzados, y el Registro Obligatorio de Fabricantes Nacionales e Importadores de Prendas de Vestir (Textiles). [SENCAMER](#)

Un requisito para que el Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX) autorice la adquisición de divisas para el pago de importaciones a un grupo importante de productos, entre ellos las prendas de vestir, es la presentación de un Certificado de Insuficiencia o un Certificado de No Producción Nacional. Estos certificados son emitidos por el Ministerio venezolano que tenga competencia en el tipo de producto que se requiere el certificado.

Cabe señalar que el gobierno de Venezuela creó el CENCOEX en noviembre de 2013. Este tiene la facultad de administrar las divisas del país, y se le ha asignado la función de centralizar los trámites y permisos de exportación e importación. Por ello se entiende que la legislación actual sobre esta materia (requisitos y entidades encargadas) podrá cambiar en cualquier momento.

Acceso a divisas por parte del importador venezolano

En febrero de 2003, se estableció en Venezuela el control cambiario, y para ello se creó la Comisión de Administración de Divisas (CADIVI) con el propósito de administrar, coordinar y controlar la ejecución de la política cambiaria del Estado venezolano.

En los últimos meses, el gobierno venezolano está reestructurando el sistema cambiario (compra y venta de moneda extranjera). En ese contexto fue creado el Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX), y se ha

establecido la desactivación de CADIVI a más tardar el 31 de diciembre de 2014, con posibilidad de prorrogarlo por un año como máximo. CENCOEX asume las funciones de CADIVI, de forma inmediata, salvo aquellas que por su naturaleza requieran una transferencia progresiva.

Los importadores venezolanos para acceder a divisas y pagar las compras que efectúan a proveedores del extranjero, en la actualidad, puedan optar por las divisas otorgadas por la CENCOEX, por el Sistema Complementario de Administración de Divisas 1 (SICAD 1), o por el Sistema Complementario de Administración de Divisas 2 (SICAD 2). Sin embargo, en vista de la reforma que se está llevando a cabo, esta situación podría cambiar en cualquier momento.

CENCOEX

Los dólares otorgados por CENCOEX son para sectores prioritarios, y de acuerdo al gobierno venezolano sirve para cubrir el 80% de las necesidades de divisas del país. El tipo de cambio actual para el dólar CENCOEX es de 6.3 Bs/US\$

SICAD 1

El Sistema Complementario de Administración de Divisas (SICAD 1) permite a personas naturales y jurídicas participar en subastas semanales para adquirir divisas o títulos valores denominados en moneda extranjera.

El tipo de cambio para cada subasta se establece mediante el promedio de las tasas ofertadas. Las subastas ordinarias están cargo del Banco Central de Venezuela, mientras que las subastas especiales son gestionadas y dirigidas por el Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX). La última subasta de divisas del SICAD 1 dio un tipo de cambio de 10 Bs/US\$⁵.

Mayor información sobre el SICAD se puede encontrar en: la página del Banco Central de Venezuela. [BANCO CENTRAL DE VENEZUELA](#)

SICAD 2

El Sicad 2 está vigente desde fines de marzo de 2014, y permite a Petróleos de Venezuela (Pdvsa), al Banco Central de Venezuela (BCV), la banca pública y privada, y a las personas naturales y jurídicas ofrecer y comprar divisas (efectivo o bonos) diariamente, de manera libre, sin montos mínimos o máximos establecidos.

Este sistema funciona a través de los bancos y casas de cambio, y el tipo de cambio que se asigna fluctúa de acuerdo con el cruce diario de la oferta y la demanda. Desde la creación del SICAD 2, el tipo de cambio ha oscilado entre 49 y 51 Bs/US\$

5.2. Otros impuestos Aplicados al Comercio

A 2014, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) en Venezuela corresponde a 11% del valor del producto; sin embargo, vale decir que los comerciantes no cobran el IVA como si este fuese un valor de exceso en el precio del producto, por el contrario, estos reducen el precio de un valor redondo a uno en el que queda justo el precio del IVA para así, con este precio, calcular el valor del producto.

⁵ Subasta SICAD 07-2014, del 7 de abril de 2014

La entidad encargada de velar por la correcta recaudación del IVA es el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT). Para mayor información acerca de este punto visitar el siguiente hipervínculo [IVA - SENIAT](#)

5.3. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

A partir de agosto de 2013, está vigente el Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial entre el Perú y Venezuela, el cual otorga a la mayoría de productos peruanos que históricamente se han exportado a este país, y otros con comercio potencial, arancel cero.

VI. Oportunidades Comerciales

Venezuela se encuentra abierta a la participación de empresas privadas en la mayoría de actividades de servicios. Pese a ello, hay sectores en los que el Estado tiene notable injerencia tales como telecomunicaciones (la principal empresa de telefonía del país – CANTV - es 100% de propiedad pública), importaciones (40% de participación del Estado), distribución de alimentos (35%), seguros (34%), banca (30%) y anuncios (33%).

Asimismo, es habitual la continua supervisión estatal como ente regulador y administrador del comercio de servicios del país a través de la puesta en marcha de su política comercial. Para evitar mayores inconvenientes son recomendables las alianzas estratégicas con empresas locales que conozcan el desempeño del mercado y sus limitaciones.

6.1. Oportunidades en la línea de software

En Venezuela, el sector de TIC se ha mostrado como uno con mayor dinamismo en los últimos años. La industria abarca los subsectores relacionados con la producción, consumo y comercio de hardware, software, telecomunicaciones y otros servicios relacionados a dichas operaciones que además brinda soporte a múltiples actividades económicas.

Las inversiones en TI en los últimos años han sido crecientes. En 2013, sumaron US\$ 5 587 millones, 4% más que en 2012, de las cuales el 82% (US\$ 4 592 millones) pertenecieron a hardware, 10% (US\$ 547 millones) a servicios varios y 8% (US\$ 448 millones) a software⁶.

El consumidor venezolano de software se halla en constante búsqueda de proveedores que le ofrezcan soluciones de manera rápida y efectiva para adaptar sus sistemas a los estándares actuales del mercado. Una importante oportunidad representa el actual proceso de repotenciación y actualización de las plataformas de software que vienen experimentando gran parte de las empresas venezolanas de gran tamaño y prestigio. En promedio se utiliza una solución de software durante cuatro años, para posteriormente evaluar la pertinencia de efectuar actualizaciones parciales o totales mediante licitaciones, donde se estudia propuestas de actuales o nuevos proveedores.

También destaca la mayor demanda como consecuencia del ingreso de nuevas empresas que requieren adquirir nuevas tecnologías de software, para programar y estandarizar sus procesos y estar a la par de la competencia. Cabe resaltar que cada vez son más las empresas venezolanas pequeñas y medianas que contratan estos servicios con el fin de optimizar el tiempo, aumentar sus ganancias y ser más eficientes.

⁶ Cfr. IDC

De acuerdo a la Cámara Venezolana de Empresas de Tecnologías de la Información (CAVEDATOS), el mercado de software en Venezuela se encuentra compuesto por más de 280 empresas, de las cuales aproximadamente 120 tienen como giro la venta retail de software; gran porcentaje de estas operan en la ciudad de Caracas. Con relación a los principales clientes de software para ventas detallistas, podemos encontrar grandes, medianas y pequeñas empresas que operan en los sectores de salud, alimentación, construcción entre otros. Por otro lado, los factores determinantes al momento de contratar un servicio de software es la reputación de la empresa, de acuerdo a referencia de su cartera de clientes; otro punto que se toma en cuenta es el servicio de actualización o complementación, que de acuerdo a los requerimientos de la empresa se puedan solicitar ante la compañía. La atención rápida y eficaz, así como el servicio post-venta son otros factores decisivos a la hora de adquirir un servicio de software en Venezuela⁷.

En cuanto a distribución de los servicios de acuerdo al origen, se estima que el nivel de demanda cubierta por proveedores no venezolanos fue de alrededor de 60%, debido a que los clientes más importantes de software prefieren elegir una empresa de alta experiencia a nivel nacional e internacional, pero que asimismo brinde un buen servicio postventa de soporte técnico para poder actualizar y adaptar módulos de datos ya existentes. De acuerdo a CAVEDATOS, las empresas extranjeras proveedoras de software más resaltantes con presencia en el mercado venezolano actualmente son ORACLE, SAP y Microsoft.

Actualmente algunos rubros que muestran gran demanda y generan expectativa en el mercado venezolano de software son:

- Adaptación de personalizaciones de software que se ciña a las necesidades del cliente de manera eficiente.
- Oferta de servicios de software que abarquen soluciones a las diferentes áreas (administración, logística, control de inventarios, etc.). Se debe brindar soluciones innovadoras acorde a los requerimientos específicos del cliente.
- Soluciones de última tecnología (soluciones táctil).
- Consultorías de actualización.

Se recomienda el establecimiento de una sede de operaciones en Venezuela o la presencia de un profesional representante del proveedor con residencia permanente o parcial en Venezuela, para brindar una mayor credibilidad y confianza a los actuales o futuros clientes en el mercado. Además, se debe tomar en cuenta el establecimiento de convenios de asociación con empresas locales que actualmente se encuentren presentes en el mercado, preferentemente con intermediarios consolidados en el rubro.

El gobierno venezolano, hace algunos años, eliminó los aranceles de importación para los productos de software. Además, las compañías que operan dentro de la denominada Zona Libre Cultura, Científicos y Tecnológicos en el Estado de Mérida están exentas de destinar capital al pago de Impuestos Arancelarios de Importación, Tasa Aduanera, Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Sobre la Renta e Impuesto a los Activos Empresariales; esto con el fin de motivar la inversión en software y el desarrollo de un clúster nacional de esta clase de productos⁸.

⁷ CAVEDATOS 2012

⁸ Para más información: <http://www.zonalibremerida.gob.ve/>

6.2. Oportunidades en la línea editorial

La industria editorial venezolana ha sido una de las más afectadas por la coyuntura negativa del país. La dificultad para la obtención de papel para imprimir libros y el acceso limitado para adquirir dólares a precio oficial para importar insumos y pagar regalías han conllevado al aumento de los costos de producción, lo cual influye notablemente en la fijación de precios de venta al consumidor. Ello ha su vez ha reducido la variedad de oferta de libros debido a que las editoriales han dejado de publicar títulos comerciales con más 600 páginas, ya que podrían llegar a costar hasta 1 000 bolívares (US\$ 158 aproximadamente), un precio impagable para un mercado pequeño con un desarrollo medio como el venezolano.

En 2012, la producción editorial venezolana alcanzó los 3 635 títulos, con lo cual se ubicó en el octavo lugar a nivel latinoamericano (+ 3,4% en relación a 2011). Las exportaciones venezolanas de textos sumaron apenas US\$ 600 mil en 2012, mientras que sus importaciones fueron superiores a los US\$ 48 millones. A diferencia de la mayoría de mercados sudamericanos, más del 50% de los libros importados por Venezuela provienen de algún país de Latinoamérica. Así pues, los principales proveedores regionales de libros a Venezuela, en 2012, fueron Colombia (US\$ 16 millones), México (US\$ 2 millones), Panamá (US\$ 2 millones), Argentina (US\$ 742 mil) y Chile (US\$ 244 mil)⁹.

En cuanto al mercado interno, según el Centro Nacional del Libro (CNL), Venezuela es el tercer mercado con mayor porcentaje de lectores en Latinoamérica, más del 50% de venezolanos leyó algún libro en 2012. Los venezolanos leen en promedio entre 2 y 4 libros per cápita, similar a Brasil, lo cual pone a Venezuela por encima de otros países como Colombia y México. Este índice puede aumentar con la puesta en marcha de programas del gobierno venezolano orientados a promover el hábito de la lectura entre sus pobladores.¹⁰

Sin embargo, uno de los factores importantes que restringen el acceso al libro son los precios altos, debido a las dificultades que tienen los editores y libreros asentados en Venezuela para la adquisición de divisas para importar libros y materiales para la impresión en el país, ya que desde 2008 los productos editoriales fueron excluidos de la lista de bienes prioritarios para la compra de dólares del CADIVI. Mientras que un “título del año” de un sello español costaba 300 bolívares en 2008, para 2012 alcanzó un precio promedio de 700 bolívares; es decir, registró un incremento de 133.3%.

En cuanto a hábitos de compra, la mayoría de venezolanos adquiere los libros de los catálogos de editoriales privadas, nacionales o extranjeras, sea en librerías o ferias; la asistencia a bibliotecas es muy reducida. Además, la motivación principal que impulsa a los venezolanos a leer es la actualización cultural y la adquisición de conocimientos generales (43%), la lectura espontánea por gusto y/o placer aún se encuentra muy poco desarrollado. A su vez, el 62% de los venezolanos suelen escoger el libro por el tema o la materia a tratar. Las editoriales con mayor participación en el mercado venezolano fueron Santillana, Editorial Panapo e Intermedio.

Por último, en cuanto a exportaciones peruanas de libros y otros productos editoriales a Venezuela, estas sumaron US\$ 670 mil en 2012, con lo cual registraron un crecimiento en ventas de 45.7% en comparación con el año anterior. Asimismo, 19 empresas exportaron libros a Venezuela en 2012, las principales fueron Empresa Editorial El Comercio (73% de participación), Distribuidora Bolivariana S.A. (7%), El Mundo de los Minilibros E.I.R.L. (4%), Asociación Árbol de la Vida (4%) y Ediciones Mirbet S.A.C. (3%). Cabe resaltar que una

⁹ CERLALC 2013

¹⁰ Centro Nacional del Libro (CNL) 2012

oportunidad para promocionar y poner en vitrina a las empresas editoriales peruanas en Venezuela es la Feria Internacional del Libro de Caracas, la cual se realiza anualmente en marzo, y que en su última edición registró más de 235 mil visitas¹¹.

En la búsqueda de democratizar la lectura, el Gobierno de Venezuela exonera el pago de IVA a la compra y venta de libros en el país.

6.3. Oportunidades en la línea de centros de contacto

Venezuela posee un mercado menos desarrollado en lo relativo a call centers y servicios BPO en comparación con otros países latinoamericanos como Colombia, Perú, Chile y Argentina; la rígida normativa laboral venezolana y la falta de capital humano capacitado son dos de los principales problemas para el desarrollo de una industria nacional de esta clase de servicios. Sin embargo, también existen oportunidades importantes como el fácil acceso al mercado por poca presencia de competidores, así como recursos humanos con potencial para ser desarrollados.

El mercado laboral Venezolano posee una ancha base de población joven (15 – 29 años), los cuales según el Censo de Población y Vivienda 2011, sumaron alrededor de 4 millones. De este total el 45% sobrepasa los 10 años de escolaridad (secundaria completa), con lo cual se puede observar un mercado laboral potencial para las empresas de servicios BPO y centros de contacto.

Algunos servicios *Inbound* que actualmente se vienen ofreciendo en el mercado venezolano son atención al cliente, help desk, inscripciones para eventos, gestión de incidencias y reclamaciones, afiliaciones de nuevos clientes. En cuanto a servicios *Outbound* resalta la oferta de telemarketing, seguimiento de clientes, investigación de mercados, fidelización y retención de clientes (CRM), encuestas de satisfacción, mystery shopper, etc. A su vez, los principales contratistas de servicios de contact center en Venezuela son empresas con enfoque al cliente, instituciones financieras, agencias de publicidad y entidades gubernamentales.

Por último, Venezuela tiene una tarifa off-shore por hora similar al promedio del mercado latinoamericano con un costo entre un rango de US\$ 5 y US\$ 8, ubicándose por debajo de otros mercados más desarrollados como Colombia, Argentina y Uruguay.

6.4. Oportunidades en la línea de servicios de arquitectura

Las oportunidades para los servicios de arquitectura y diseño en Venezuela son múltiples debido, principalmente, al gran número de proyectos que busca implementar el gobierno para los próximos años, los cuales van desde viviendas sociales hasta megaproyectos de mejora de infraestructura, como puertos y ferrovías. El sector construcción en Venezuela, en 2013, ha experimentado su tercer año de crecimiento consecutivo a una tasa superior a 8%¹².

Este crecimiento se ha visto impulsado, de gran forma, por el lanzamiento e implementación del programa gubernamental “Gran Misión Vivienda Venezuela”, cuyo objetivo es saldar el déficit habitacional del país que bordea los 2,7 millones de viviendas. Como resultado, entre abril de 2011 y diciembre de 2013, se han logrado

¹¹ SUNAT 2012

¹² Instituto Nacional de Estadística – INE 2013

construir más de 700 mil vivienda. Además, para el periodo 2019 – 2014, el gobierno tiene planeado construir 2 millones de viviendas sociales más para alcanzar su objetivo de que no haya familias sin hogar en 2019. Esto garantiza un crecimiento sostenido a futuro de la construcción en Venezuela, y abre nuevas oportunidades para profesionales del sector y para proveedores de maquinaria, equipos, insumos y materiales¹³.

Gracias a ello, Venezuela se ha convertido en uno de los destinos más atractivos para los inversores de la construcción pese a tener un mercado de materiales nacionalizado y precios de venta libre, lo cual puede ser una gran oportunidad para los empresarios que poseen alianzas público – privadas con el Gobierno, en desmedro de los que optan por la vía netamente privada.

El mercado venezolano muestra una demanda insatisfecha en cuanto a servicios profesionales de arquitectura y diseño. Actualmente, Venezuela posee alrededor de 13 000 arquitectos en condiciones de ejercer la profesión; sin embargo, tiene uno de los porcentajes más bajos a nivel latinoamericano en cuanto a arquitectos por mil habitantes siendo de 0,5%, mientras que en Argentina y Chile estas proporciones alcanzan 1,1% y 0,6%, respectivamente. Algunas de las temáticas arquitectónicas más solicitadas en Venezuela son infraestructuras públicas y construcciones horizontales, urbanizaciones exclusivas, centros de turismo, viviendas populares, “edificios verdes”, entre otros¹⁴.

De acuerdo al Colegio Profesional de Arquitectura de Venezuela el mercado de construcción y arquitectura se divide visiblemente en obra privada y obra estatal. Las obras privadas de gran tamaño son manejadas por estudios de arquitectos consolidados e integrados por profesionales de mediana edad. Los arquitectos jóvenes son empleados en dichos estudios. En tanto, las obras estatales son otorgadas a empresas privadas, debido a que el gobierno no posee recursos y personal idóneo para poder desarrollar estas obras. Además, desde hace unos cuantos años se ha puesto en marcha un intenso programa de rescate de edificios gubernamentales que ha logrado crear muchos puestos de trabajo para arquitectos.

En cuanto a regulación, el gobierno venezolano establece como regla general que los arquitectos extranjeros no pueden ejercer la profesión, salvo adquieran una licencia temporal para el ejercicio profesional basada en el análisis del título y las calificaciones del arquitecto por parte del Colegio Venezolano de Arquitectos. Sin embargo, no es necesaria la obtención de la licencia temporal siempre y cuando el arquitecto foráneo celebre un acuerdo de colaboración con algún arquitecto local, lo cual parece la mejor alternativa. Cabe agregar, para participar en cualquier proceso de licitación o de contratación entre empresas gubernamentales y empresas privadas, se exigirá como requisito indispensable que las empresas estén solventes con el Colegio Venezolano de Arquitectos, y además deberán presentar sus informes técnicos para cualquier obra ante este organismo.

6.5. Oportunidades en la línea de servicios logísticos

El sector logístico tiene gran importancia en el desarrollo del país debido a que es pieza clave en la cadena de valor de la industria petrolera venezolana de exportación, motor de la economía del país. Los servicios de transporte y almacenamiento representaron el 4.1% del PBI venezolano y aumentaron 2,5% en entre enero y noviembre de 2013 con relación al mismo periodo del año anterior, con lo cual sumaron su tercer año de

¹³ Ministerio del Poder Popular para Vivienda y Hábitat (MVH) 2013

¹⁴ Colegio de Arquitectos de Venezuela 2013

crecimiento sostenido. Esto es resultado del notable incremento del intercambio comercial venezolano, especialmente de las importaciones.

Existe un aumento de la demanda de servicios logísticos de importación en zonas portuarias como Puerto Cabello, La Guaira, Maiquetía y Maracaibo; y de exportación en Puerto Ordaz y Guanta para servicios logísticos de exportación¹⁵.

En cuanto a infraestructura, Venezuela posee una de las redes viales más desarrolladas de la región con 29 954 km asfaltados, cifra por encima de otros países de la región como Chile (14 516 km), Colombia (13 620 km) y Perú (10 051 km). Sin embargo, más del 50% del sistema carretero venezolano se encuentra deteriorado (en estado crítico o de colapso) a causa de un deficiente control de alturas y pesos, así como un mantenimiento inadecuado¹⁶.

Por el lado de la oferta logística, actualmente, no existe la cantidad necesaria de operadores logísticos en el país; y gran parte de las que operan poseen flotas obsoletas, altos costos de operación y genera una baja confiabilidad entre los demandantes. El servicio logístico con mayor requerimiento por parte de las empresas venezolanas es el de transporte de carga pesada, cuya oferta ha venido disminuyendo desde el año 2008 al pasar de 33 590 a 31 617 vehículos entre ese año y 2012.

Otra oportunidad importante se da en el transporte de carga líquida suelta y peligrosa, debido a las numerosas exportaciones de petróleo y derivados por parte de Venezuela. En la actualidad existe déficit de empresas que ofertan este servicio, principalmente por la falta de camiones tanqueros y personal idóneo en manejo de carga inflamable y normas IMO.

6.6. Oportunidades en la línea de franquicias

Según la Federación Iberoamericana de Franquicias, Venezuela junto con México, Brasil y Argentina conforman el grupo de países con mercados maduros en cuanto a franquicias. En 2013, Venezuela fue el tercer mercado de franquicias en Latinoamérica con 485 empresas franquiciantes únicamente por detrás de Brasil y México.

El mercado de franquicias de Venezuela posee alrededor de 12 500 establecimientos y genera 95 mil puestos de trabajo directos y 250 mil indirectos en todo el país, aportando en más de 2% al PBI venezolano, lo cual demuestra la gran importancia de este sector para la economía del país. Por otro lado, el riesgo es menor en comparación con otros modelos de negocio, ya que mientras que el 85% de los negocios venezolanos no llega a los tres años de vida comercial, solo el 10% de las unidades franquiciadas no logra superar este periodo.

Actualmente, el mercado de franquicias venezolano se encuentra en un “boom” para empresas locales debido al resguardo patrimonial que el gobierno ofrece a sus connacionales; sin embargo, el panorama no es el mismo para las franquicias foráneas, las cuales han experimentado un estancamiento debido a las políticas hostiles y de reacción hacia el inversionista extranjero. Todo lo cual explica que el 56% de las franquicias en Venezuela sean locales y un 44% de capitales extranjeros.

¹⁵ Asociación Logística Venezolana (ALV) 2013

¹⁶ Asociación de Logística de Venezuela: Algunas Estadísticas de Interés 2013

De acuerdo a la Cámara Venezolana de Franquicias, el 60% del mercado está compuesto por franquicias con una inversión inicial entre 500 mil y 2 millones bolívares (US\$ 79 500 – US\$ 320 000) y cuyo retorno de inversión promedio es de 36 a 38 meses. Mientras que para incursionar en franquicias de gran formato se necesita una inversión inicial superior a los 2 millones bolívares (US\$ 320 mil aproximadamente) y se tiene un periodo de retorno de inversión promedio de 50 a 60 meses. Por último, para las denominadas “Minifranquicias” se requiere de una inversión por debajo de los 500 mil bolívares (US\$ 79 500 aproximadamente) y el retorno es en 16 a 20 meses¹⁷.

El mercado venezolano de franquicias se concentra principalmente en dos sectores, la gastronomía y en moda y confecciones. El 24% de las franquicias se dedican al giro gastronómico, de las cuales doce tienen presencia en el exterior. El caso más significativo es la franquicia venezolana “Churromanía” la cual cuenta con 95 establecimientos en total, de los cuales 65 son puntos franquiciados localmente y 30 en el exterior incluso el Perú. En segundo lugar, las franquicias de moda y confecciones representan el 21% del sector en Venezuela, y ocho de estos establecimientos tienen presencia en otros países de la región. Le siguen en importancia las franquicias relacionadas a estética, perfumería y cosmética (6%), construcción e inmobiliario (6%), servicios para autos (4%), salud y farmacia (4%), centros de enseñanza (4%)¹⁸.

En 2012, las principales franquicias existentes en el mercado venezolano fueron Farmacia SAAS (inversión mínima: US\$ 1,9 millones) dedicada a la venta retail de medicamentos y productos farmacéuticos, con 194 establecimientos únicamente dentro del país. En segundo lugar, la firma especializada en la venta de cosméticos Perfumes Factory (inversión mínima: US\$ 235 mil) la cual registró 139 establecimientos en total, de los cuales 21 fueron puntos propios y 89 puntos franquiciados y 29 de ellos en el exterior. Otras franquicias importantes fueron Para Inteligente (Inversión mínima: US\$ 60 mil) proveedora de servicios con 125 establecimientos; Botiquería (Inversión mínima: US\$ 680 mil) con 113 puntos en total y Bienplanchao (Inversión mínima: US\$ 120 mil) con 111 puntos de venta. Cabe agregar, que, en muchos casos, a este monto de inversión se le debe sumar el respectivo canon de entrada que varía dependiendo de la franquicia.

El Perú aún tiene muy baja presencia en el mercado venezolano de franquicias, actualmente están Astrid y Gastón y La Mar con restaurantes franquiciados en ese país. Una vitrina importante para las franquicias peruanas en Venezuela podría ser la “Feria de Franquicias 2014”, la cual se realizará en Caracas en octubre este año, organizada por la Cámara Venezolana de Franquicias.

VII. Tendencias del Consumidor¹⁹

El marco político y económico de Venezuela ha cambiado notablemente en la última década, al igual que muchos hábitos y tendencias de consumo. El incremento de los ingresos derivados de las exportaciones de petróleo, las elevadas tasas de inflación, la caída de las inversiones, el rígido control de cambios y la devaluación del bolívar ha propiciado importantes cambios en el comportamiento del consumidor.

Entre las nuevas tendencias más relevantes se encuentra la sustitución forzosa de productos importados por producción local y los esfuerzos que a diario tienen que hacer las familias para esquivar el impacto de la subida de precios, la cual alcanzó un promedio anual de 25% en los últimos cinco años.

¹⁷ Cámara Venezolana de Franquicias

¹⁸ América Economía

¹⁹ Cfr. Euromonitor International – Venezuelan Consumers in 2020

Las clases más altas en gran medida han optado por abandonar el país en la última década como consecuencia del sistema político represivo, la limitación al acceso de dólares y la creciente inseguridad. Por otro lado, los estratos sociales más bajos, alrededor del 70% de la población, busca protegerse de la inflación y la escasez adquiriendo productos de primera necesidad con anticipación.

La escasez es uno de los problemas más trascendentales para los consumidores venezolanos, quienes han visto sus alternativas de compra reducirse cada vez más. Ciertos alimentos o productos de cuidado personal básico se encuentran ausentes durante meses, e incluso la presencia de sustitutos es muy limitada.

Por ello, en la actualidad, tres ideas resumen el pensamiento del consumidor venezolana: (i) sentido de oportunidad, “si está disponible, cómpralo”, (ii) creatividad para la búsqueda de nuevas alternativas o canales, un claro ejemplo de ello es que muchos venezolanos compran papel higiénico on – line o incluso en el extranjero y (iii) solidaridad, muchos vecinos regalan sus excedentes de productos básicos a vecinos necesitados.

Por otro lado, la inflación se ha convertido en parte de la vida cotidiana del consumidor venezolano, por lo cual se busca formas creativas para preservar el valor de su dinero. Un ejemplo es la creación métodos como “monedas sociales” que se utilizan en los mercados de trueque, donde los productos se intercambian por otros bienes o servicios.

El crimen (homicidios, robos, secuestros) ha aumentado dramáticamente en la última década en Venezuela, especialmente en áreas urbanas grandes como Caracas. Según estadística oficiales, en 2012, se registraron 16 072 homicidios. Esta situación hace cada vez más difícil que los venezolanos realicen actividades fuera de sus casas como comer, hacer compras o realizar actividades de entretenimiento.

VIII. Cultura de Negocios²⁰

A lo largo de la última década, el clima empresarial en Venezuela se ha deteriorado y se ha convertido en uno de los más difíciles. La intervención del gobierno, el débil estado de derecho y la falta de protección de los inversionistas han generado un entorno difícil para las empresas. Además, los trámites burocráticos engorrosos y un mercado laboral rígido dañan aún más la competitividad del país

Caracas es una de las ciudades más peligrosas de América Latina. Es por ello que la seguridad personal debe ser priorizada por los empresarios, específicamente por aquellos que no tengan un conocimiento profundo del país. Se recomienda ser precavido en el aeropuerto con el equipaje y en el desplazamiento por la ciudad es de trascendental importancia contratar una línea de taxi. No se recomienda vestir de manera ostentosa por las calles de la ciudad; sin embargo, usar camisa y corbata es aconsejable para reuniones de trabajo.

Se debe evitar viajar entre las quincenas de diciembre y enero debido a que tanto las entidades de gobierno como las empresas privadas suelen tomarse vacaciones en este periodo. Otras fechas no recomendables son la semana de carnales y Semana Santa.

Debido a la polarización y tensión política que atraviesa Venezuela es preferible no emitir opiniones personales sobre política, y es probablemente que el empresario deba relacionarse con ambos puntos de vista (oficialistas y opositores). Por ello, se debe procurar limitarse a temas específicamente profesionales del negocio.

²⁰ Cfr. Banesto

Los empresarios venezolanos suelen ser muy receptivos y abiertos con los foráneos y, en el momento de comenzar una negociación, rara vez dirá que no. En cuanto a valoración del tiempo, las negociaciones suelen ser lentas y, al estar las empresas muy jerarquizadas las decisiones necesitan de un tiempo prudencial para articularse.

Además, los trámites con las entidades financieras y el gobierno pueden ser largos y complejos, por ello la paciencia es vital. Se debe resaltar, sin embargo, la existencia de una “regla de oro”: habiendo pasado un tiempo razonable, si no se observa un interés real de la contraparte, es que no está interesada realmente en el negocio en cuestión.

Se debe mencionar, también, que gran parte de los empresarios venezolanos suelen exagerar acerca de la red de contactos que dicen tener, tanto en el sector privado como en el estatal.

IX. Links de interés

**Cuadro N° 8:
Links de Interés**

Entidad	Enlace
Asociación de Logística de Venezuela (ALV)	http://www.alv-logistica.org/
Asociación Venezolana de Exportadores (AVEX)	http://www.avex.com.ve/
Banco Central de Venezuela	http://www.bcv.org.ve/
Banco de Comercio Exterior	http://www.bancoex.gov.ve/web/
Cámara de Comercio de Caracas	http://www.lacamaradecaracas.com/
Cámara de Comercio de Mérida	http://www.canacomerida.net/
Cámara de Comercio de Puerto Cabello	http://ccpc.org.ve/portal/
Cámara Venezolana de la Construcción	http://www.cvc.com.ve/portal/MainView.php
Cámara Venezolana de Franquicias	http://www.profranquicias.com/
Cámara Venezolana del Libro	http://www.cavelibro.org/
Centro Nacional del Libro	http://www.cenal.gob.ve/cenal2011/
Colegio de Arquitectos de Venezuela	http://cav.org.ve/cms/
Ministerio del Poder Popular para el Comercio (MINCOMERCIO)	http://www.mincomercio.gob.ve/
Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT)	http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/PORTAL_SENIAT

X. Eventos Comerciales

**Cuadro N° 9:
Ferias Comerciales**

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Feria del Libro Venezuela 2014	Editoriales	Caracas, Ve	I: 14 – 03 – 2014 F: 23 – 03 - 2014	http://www.cenal.gob.ve/index.php/filven/filven.html
Feria CONSTRUExPO 2014	Arquitectura/MAC	Caracas, Ve	I: 08 – 05 – 2014 F: 10 – 05 - 2014	www.construexpo.com.ve/
Feria de las Franquicias 2014	Franquicias	Caracas, Ve	I: 25 – 10 – 2014 F: 27 – 10 - 2014	http://www.profranquicias.com/

Fuente: N.ferias / Links directos Elaboración: PROMPERU

XI. Bibliografía

- **Trademap**
www.trademap.org
- **Euromonitor International**
www.euromonitor.com
- **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú**
www.sunat.gob.pe
- **Doing Business**
www.doingbusiness.org
- **CIA, The World Factbook**
www.cia.gov
- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**
www.imf.org
- **Global Trade**
<http://www.gtis.com/GTA/>
- **Banco Mundial**
www.worldbank.org/
- **XE**

www.xe.com

- **Market Access Map**
www.macmap.org
- **ICA**
www.ica.gov.sg
- **Global Competitiveness Report 2013-2014**
www.weforum.org
- **ICEX España**
www.icex.es
- **Acuerdos Comerciales del Perú**
www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- **Mundo Ferias**
www.mundoferias.com/index.html
- **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú**
www.mincetur.gob.pe