

---

# Estudio de Mercado Pisco en Venezuela

Junio 2011

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en  
Caracas

pro|CHILE

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH: .....	4
2. Descripción del Producto: .....	4
3. Código Sistema Armonizado Local:.....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para - Arancelaria</i> .....	4
1. Arancel General: .....	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):.....	4
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias: .....	5
4. Otros Impuestos: .....	6
5. Barreras Para - Arancelarias .....	9
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	101
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso .....	11
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:.....	11
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes) .....	12
<i>IV. Estadísticas - Importaciones</i> .....	13
1. Estadísticas 2010 .....	13
2. Estadísticas 2009 .....	13
3. Estadísticas 2008 .....	13
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	14
1. Potencial del producto. ....	14
1.1. Formas de consumo del producto. ....	15
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	15
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen). ....	15
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto. ....	15

<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.....</b>	<b>15</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>16</i>
<i>VII. Precios de referencia - retail y mayorista.....</i>	<i>16</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>17</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>17</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>18</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>18</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....</i>	<i>19</i>
<i>XIII. Anexos.....</i>	<i>20</i>

## PRODUCTO:

**1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:**

2208.2010

**2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:**

AGUARDIENTE DE UVA (PISCO Y SIMILARES)

**3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**

2208.20.21: PISCO

## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA - ARANCELARIA

**1. ARANCEL GENERAL: 20%**

**2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 0%**

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 gran parte de los productos que forman parte del intercambio comercial entre ambos países. El pisco se encuentra dentro del programa de liberalización, por lo que gozan de una preferencia arancelaria del 100% para su ingreso al mercado venezolano. Esta situación representa una gran oportunidad para exportadores chilenos que desean colocar sus productos en el mercado venezolano, considerando que terceros países deben pagar un 20% de arancel.

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

#### Comunidad Andina (CAN):

Actualmente las importaciones provenientes de los países miembros de la CAN (Ecuador, Perú, Colombia y Bolivia), pagan 0% de arancel para su ingreso al mercado venezolano.

#### Antecedentes:

En el año 2007, el Gobierno venezolano anunció su decisión de retirarse de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y según la normativa de este bloque subregional compuesto por Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia y Venezuela, las exoneraciones arancelarias se mantuvieron por cinco años, es decir, hasta el 21 de abril del año 2011.

Lo anterior implica que los países miembros que deseen mantener preferencias parciales o totales a los productos de su intercambio comercial, deben negociar en forma bilateral nuevos acuerdos de alcance parcial o total, fuera del marco de la CAN.

En este tenor, a fines de marzo del año 2011 (31/03/2011), en visita oficial del Presidente Hugo Chávez a Cochabamba, los Presidentes de Venezuela y Bolivia suscribieron un acuerdo para regular el comercio bilateral, manteniéndose, por cinco años más a contar de abril de 2011, las preferencias previas establecidas entre ambos países en el marco de la CAN.

Posteriormente, en reunión de mandatarios entre Venezuela y Colombia, efectuada el 9 de abril en la ciudad de Cartagena, ambos países acordaron mantener las mismas preferencias para el comercio binacional, en igualdad de condiciones y universo de productos, por tres meses a contar del 22 de abril de 2011, prorrogables por tres meses adicionales. Al finalizar las dos prórrogas, las preferencias deben especificarse en un nuevo convenio o acuerdo de complementación económica que reemplace en forma definitiva, lo anteriormente acordado en el seno de la CAN. Las autoridades venezolanas han señalado en forma no oficial, su interés de suscribir acuerdos de tipo no convencional y con un papel protagónico del sector público.

Asimismo, en el mes de abril de 2011 una delegación ecuatoriana visitó Venezuela para realizar un Encuentro Bilateral de Cooperación Económica y declararon que esperaban que antes del 22 de abril esté culminado un acuerdo bilateral que prorrogue las preferencias vigentes establecidas en el marco de la Comunidad. A mediados de abril, los cancilleres de ambos países firmaron el Acuerdo Marco de Cooperación y de Complementación Económica entre Ecuador y Venezuela, extendiéndose las mismas preferencias arancelarias por cinco años más.

Por último, el 15 de abril de 2011, Venezuela y Perú suscribieron un mecanismo de prórroga bilateral por 90 días del marco jurídico de la CAN, para lograr en ese plazo, un instrumento de cooperación que impulse los vínculos bilaterales en materia de comercio y complementación productiva. En mayo y junio se realizaron la primera y segunda ronda de negociaciones, respectivamente, y las autoridades peruanas estiman tener concretado el acuerdo binacional en el mes de julio de 2011.

#### Mercado común del sur (MERCOSUR):

Venezuela, concede preferencias arancelarias a los países miembros de **MERCOSUR** (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay), esto implica que gozan de una preferencia arancelaria porcentual establecida en el Arancel de Aduanas de Venezuela, según el Acuerdo de Complementación Económica (**ACE N° 59**), vigente entre **MERCOSUR** y Venezuela.

Esas preferencias van aumentando de año en año. Las preferencias actuales y en los años sucesivos se indican a continuación, con relación al pisco.

**Programa de Liberación Comercial  
Código 2208.2021**

País	Preferencia % a partir del 01/01/2011	Arancel a partir del 01/01/2011	Preferencia % a partir del 01/01/2012	Arancel a partir del 01/01/2012
Argentina	69%	6,2	77%	4,6
Brasil	69%	6,2	77%	4,6
Paraguay	86%	2,8	93%	1,4
Uruguay	73%	5,4	80%	4,0

**Nota:** Esta preferencia se profundiza en los años siguientes hasta obtener un 100% según sea el país de procedencia. En el caso de Paraguay alcanzarán 100% de preferencia en el año en el 2013 y Argentina, Brasil y Uruguay en el año 2015.

**4. OTROS IMPUESTOS:**

**Ley de impuesto sobre Alcohol y Especies Alcohólicas:**

Los productos clasificados según el código arancelario que ocupa este estudio, pagarán la alícuota de impuesto equivalente a 0,102 unidades tributarias por litro, de acuerdo a la reforma de la Ley de Impuesto sobre Alcohol y Especies Alcohólicas.

Esta Ley también prevé que la expedición al público de bebidas alcohólicas, estará afectada por la imposición de un impuesto por comercialización de 0,0001 unidades tributarias. El Valor actual de la Unidad Tributaria es de Bs.76, a partir del 15/2/2011 (Gaceta Oficial No. 39.623).

Además de éstos impuestos, las bebidas alcohólicas hasta cincuenta grados Gay-Lussac (50,0° G.L.), de procedencia nacional o importada quedan sujetas al pago de un impuesto equivalente a la cantidad que resulte de aplicar el 10% sobre su precio final de venta, según el artículo N° 21 de la Reforma de Ley expuesta anteriormente.

Mayor información: <http://www.veneconomia.com/site/files/leyes/ley20.pdf>

### **Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI):**

La Ley de Reforma de la LOCTI, fue publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 39.575 del 16 de diciembre de 2010 y entró en vigencia a partir de su publicación.

De acuerdo a la referida Ley, las empresas que realicen actividades de bingo, casinos y máquinas tragapapeles y para las empresas que realicen **actividades vinculadas con la industria y el comercio de alcohol etílico, especies alcohólicas** y tabaco, que tengan ventas superiores a 100.000 Unidades Tributarias<sup>1</sup> durante su último año fiscal, deben invertir el 2% de las ventas brutas de la empresa en ciencia, tecnología e innovación.

Con la ley anterior, era permitido realizar contribuciones directas en proyectos propios de la empresa o de terceros. Sin embargo, con la reciente modificación, sólo es permitido realizar aportes al Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Investigación FONACIT, organismo que se encargará de la administración y control de los fondos y determinación de los aportes.

El gobierno decide reformar la ley, debido a que los fondos anteriormente se distribuían en 95% para proyectos propios (lo cuales se quedaban dentro de las empresas), 4% al financiamiento de terceros y 1% iba al Ministerio de Ciencia y Tecnología.

### **Impuesto al Valor Agregado:**

El Impuesto al Valor Agregado en Venezuela recae sobre todos los productos que generen un hecho imponible, en este caso la comercialización de bienes y servicios, por lo que a la importación de estos bienes se le hace aplicable el IVA, el cual es de un 12% desde el 1ro de abril de 2009.

### **Costos de internación:**

Se establece por Ley Orgánica de Aduanas el pago del 1 % del valor CIF de la operación (servicios de aduana que paga el importador), divididos en 0,5% dirigido a la Tesorería Nacional y el otro 0,5% al Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria-SENIAT.

### **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 Bolívares (Bs.) 1.500 y Bs. 2.500 por contenedor y por carga suelta entre Bs. 800 y Bs.1000.

### **Almacenaje:**

Dependiendo de la naviera ya el tipo de carga, el costo referencial de almacenaje puede variar entre Bolívares 6.000 y 10.000, que sería un pago único en el entendido que la mercancía será retirada (nacionalizada) en un plazo de 10 a 12 días continuos.

### **Transporte:**

---

<sup>1</sup> Precio Unidad Tributaria al 27/06/2011, Bs. 76.

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:

Puerto de salida	Puerto de llegada	Tarifa Container 20'	Tarifa Container 40'	Tarifa Container 20' Refrigerado	Tarifa Container 40' Refrigerado
San Antonio	Puerto Cabello / La Guaira	US\$ 1.530	US\$ 1.960	No Disponible	4560 US\$
San Vicente	Puerto Cabello / La Guaira	US\$ 1.830	US\$ 2.260	No Disponible	4560 US\$
Antofagasta	Puerto Cabello / La Guaira	US\$ 1.930	US\$ 2.360	No Disponible	No Disponible
Arica	Puerto Cabello / La Guaira	US\$ 2.130	US\$ 2.640	No Disponible	No Disponible

Fuente: Logimar Venezuela (Representantes de Compañía SUDAMERICANA DE VAPORES).

Para el transporte de cargas consolidadas marítimas:

Peso Neto	Tarifa
25 Kg.	1.138,33 BsF.
30 Kg.	1.286,45 BsF.
50 Kg.	1.878,95 BsF.
75 Kg.	2.505,21 BsF.
80 Kg.	2.630,46 BsF.

Fuente: DHL Venezuela.

**Nota:** La tarifa puede variar dependiendo del peso volumétrico de la carga. Si el peso volumétrico es mayor al peso neto, se realizará el cálculo del flete en base al primero.

En cuanto al **transporte aéreo**, a modo referencial el costo del flete para el transporte de carga Chile-Venezuela es el siguiente:



Tarifas desde el Aeropuerto Internacional Comodoro Arturo Merino Benítez de Santiago de Chile (terminal de carga internacional) hasta el Aeropuerto Internacional de Maiquetía Simón Bolívar - Caracas, Venezuela

Peso	Tarifa
Hasta 23 Kg.	105,00 US\$ (tarifa mínima)
De 24 a 44 Kg.	4,55 US\$ por Kg.
+45 Kg.	3,35 US\$ por Kg.
+100 Kg.	3,00 US\$ por Kg.
+300 Kg.	1,80 US\$ por Kg.
+500 Kg.	1,60 US\$ por Kg.

Fuente: LAN Airlines Chile.

**Nota:** Deben agregarse cobros adicionales por conceptos de:  
 FSC (Combustible) = US\$ 0.40 por kilo con un mínimo de US\$25.  
 Coste de documentos (Emisión de la Guía Aérea o Airway bill) = US\$10.

El Valor actual de la Unidad Tributaria es de Bs.76, a partir del 15/2/2011 (Gaceta Oficial No. 39.623).

## 5. BARRERAS PARA - ARANCELARIAS

### CONTROL DE CAMBIOS EN VENEZUELA

Desde el año 2003 en Venezuela rige un sistema de control de cambios que centraliza la compra y venta de divisas en el Banco Central de Venezuela a través de la Comisión de Administración de Divisas, CADIVI, sobre la base de un tipo de cambio establecido por la autoridad.

A partir del 1ro. de enero de 2011 entró en vigor el Convenio Cambiario N° 14, publicado en la Gaceta Oficial N° 39.584 por medio del cual se establece un tipo de cambio único de Bolívares 4,30 por dólar, aplicable a las operaciones de comercio exterior: (Se pueden bajar las gacetas de la dirección de internet siguiente <http://www.pgr.gob.ve/Recursos/gaceta.asp>).

El pisco NO se encuentran en la lista de productos considerados de primera necesidad, por lo cual a la fecha, no pueden acceder al tipo de cambio oficial de Bolívares 4,30 por dólar, lo que implica que los

actuales o potenciales importadores, deben gestionar la compra de divisas a través de otros mecanismos. (Consultar con Oficom Caracas, documento sobre Formas de Pago en Venezuela).

### Renovaciones de Registros Sanitarios:

A contar del mes de marzo de 2011, el Ministerio del Poder Popular para la Salud, a través de la División de Higiene de los Alimentos, emitió un comunicado en el cual establece LA EXIGENCIA que para la tramitación de Renovación de Registro Sanitario de Licores y Alimentos -nacionales como importados- debe realizarse los Análisis por ante el Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel, lo que constituye un requerimiento adicional que no está contemplado en el Reglamento General de Alimentos, ni en la Normas Complementarias al mismo.

Según la opinión de importadores locales, ésta nueva disposición ocasionará un gran retraso, dada la congestión que está ocurriendo en dicho Laboratorio, que está sobrepasado por los requerimientos analíticos solamente con fines de Registro Sanitario/Renovación de los productos denominados de control previo, lo que se ha estado traduciendo en lapsos de entrega de más de seis (06) meses.

### PISCO: Definición y denominación de origen

Según el Reglamento de la Ley de Impuesto sobre Alcohol y Especies Alcohólicas, pisco es definido como aguardiente obtenido del mosto de la uva fermentado y destilado con orujo o borras correspondientes, cuyo grado alcohólico no sea inferior a 40° GL.

Esta definición corresponde a una barrera para-arancelaria a los piscos chilenos que poseen una graduación alcohólica inferior a 40° GL. La denominación de aquellos piscos que posean 35° GL deberá ser “bebida espirituosa seca” o bien, “licor seco”. Sin embargo, según la información proporcionada por importadores entrevistados y luego de negociaciones con las autoridades venezolanas, el pisco chileno con graduación alcohólica de 35° GL se puede comercializar bajo el nombre pisco especial pero con la condición de agregar a la etiqueta la denominación “aguardiente de orujo”.

Por otro lado, la denominación de origen pisco ha sido reservada por Perú, en el marco de la Comunidad Andina. Sin embargo, según la entrevista realizada al único importador actual de pisco chileno, la comercialización del producto se ha llevado a cabo sin ningún tipo de problema hasta la fecha.

### Normas de rotulado

Sobre las normas de rotulado vigentes en Venezuela y otras normas, debido a las características del producto en cuestión, se aconseja consultar 3 documentos referentes al tema: Reglamento General de Alimentos<sup>2</sup>, Reforma de la Ley de Alcohol y Especies Alcohólicas<sup>3</sup> y Norma General para el Rotulado de los Alimentos Envasados (Norma COVENIN 2952:2001)<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Consultar sitio web: <http://www.gobiernoenlinea.ve/docMgr/sharedfiles/reglamentogeneralalimentos.pdf>

<sup>3</sup> Consultar sitio web: <http://www.veneconomia.com/site/files/leyes/ley20.pdf>

<sup>4</sup> Consultar sitio web: <http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/2952-01.pdf>



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Según lo establece el Arancel de Aduanas venezolano, para la importación de vino, se debe cumplir con los siguiente Regímenes Legales:

- Régimen Legal N°. 5: Certificado Sanitario de País de Origen.
- Régimen Legal N°. 12: Registro Sanitario emitido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud, cuyos requisitos, procedimientos y plazos se indican en el Anexo N°. I.

Adicionalmente, se debe gestionar el correspondiente registro de marcas (ver Anexo N° II).

En Venezuela, estos trámites los debe efectuar el importador y se requiere del apoyo de una persona, empresa y/o abogado asesor, por cuanto es necesario efectuar un adecuado y permanente seguimiento.

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Registro Sanitario: **MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA SALUD.**

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. Web: [www.msds.gov.ve](http://www.msds.gov.ve)

Director de Higiene de los Alimentos: Sr. Luis Millán.

Correo-e: [msdsdha@hotmail.com](mailto:msdsdha@hotmail.com) / [millanla@yahoo.com](mailto:millanla@yahoo.com)

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

Registro de Marcas: **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](mailto:sapi@sapi.gob.ve) Web: [www.sapi.gob.ve](http://www.sapi.gob.ve)

Coordinador de Marcas: Dra. Castiela Velásquez, Teléfono: 58212-4842907.

Correo-e: [cvelasquez@sapi.gob.ve](mailto:cvelasquez@sapi.gob.ve)

Director General: Dr. José Julián Villalba, Teléfono: 58212-4842907.

Correo-e: [jvillalba@sapi.gob.ve](mailto:jvillalba@sapi.gob.ve)

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

### 3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

Usualmente, en la parte frontal de la botella, la etiqueta debe incluir la información básica del nombre del producto, marca, Grado alcohólico, contenido del envase, país de procedencia. En el reverso de la botella se coloca la etiqueta adicional con información descriptiva nombre y datos del fabricante, Número de Registro Sanitario otorgado por el Ministerio del Poder Popular para la Salud, nombre y datos del importador, código de barra, así como la nota de carácter obligatorio “el consumo en exceso puede ser nocivo para la salud”. La franja roja es de uso obligatorio para su comercialización en zonas francas o puertos libres.

Los rótulos o etiquetas podrán ser de papel o de cualquier otro material que pueda adherirse a los envases o bien de impresión permanente sobre los mismos y en el caso de declarar propiedades nutricionales, debe cumplir con las directrices para la declaración de propiedades nutricionales y de salud en el rotulado de los alimentos envasados.

Ejemplo de etiqueta de pisco de origen peruano, encontrado en chequeo de tienda en la ciudad de Caracas:



# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Perú	1.730,00	14,16	90,6%
Portugal	474,14	1,47	9,4%
Chile (0)	0	0	0
Subtotal	2.204,14	15,63	100%
<b>Total</b>	<b>2.204,14</b>	<b>15,63</b>	<b>100%</b>

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Perú	1.780,00	14,81	100%
Chile (0)	0	0	0
Subtotal	1.780,00	14,81	100%
<b>Total</b>	<b>1.780,00</b>	<b>14,81</b>	<b>100%</b>

## 3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Kilos Brutos	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Perú	1.160,00	9,59	55,7%
Chile (2)	3.046,24	7,62	44,2%
Subtotal	4.206,24	17,21	99,9%
<b>Total</b>	<b>4.206,24</b>	<b>17,21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia ProChile Caracas con cifras suministradas por el Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela (INE).

# V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Tradicionalmente, en Venezuela se consumen diversas bebidas alcohólicas, entre las cuales destaca el whisky, ron, cerveza y en los últimos años aparece el vino como participante importante en este segmento de mercado. Es justamente este factor cultural, el principal determinante de un mercado potencial bastante importante para las bebidas alcohólicas.

Si bien Venezuela es un importante consumidor de bebidas alcohólicas y productor de algunas de ellas, Venezuela no produce pisco. Esto entrega una ventaja a los posibles exportadores chilenos, dado que no existirá oferta local contra la cual competir.

Además, Venezuela cuenta con numerosos puertos libres entre los cuales se encuentra el puerto de Isla Margarita y Paraguaná. En el puerto de Isla Margarita, los productos no pagan IVA ni tampoco están afectos al artículo 18 de la ley de alcohol y especies alcohólicas. La no aplicación de estos 2 impuestos, disminuye el precio entre 37% a 40% con relación a su valor en tierra firme. En estos puertos libres, los principales consumidores son turistas tanto venezolanos como extranjeros.

Si bien el pisco peruano, ha tenido históricamente mayor presencia en este mercado que el pisco chileno, se pudo detectar que actualmente hay escasez de pisco peruano y el producto que se encuentra en anaqueles presenta un precio extremadamente alto.

En Venezuela, ya se encuentra registrado el pisco, pisco sour y crema de pisco de origen chileno, productos que se expende -hasta el momento de la presente investigación- sólo en el puerto libre de la Isla de Margarita (zona franca). No obstante, se percibe un creciente interés por parte de importadores de tierra firme, en recibir información de la oferta exportable de Chile en pisco. Lo anterior, se ha materializado en los últimos dos años, considerando que ya se encuentran en proceso de registro sanitarios, diferentes líneas de productos de origen chileno de éste sector.

Según estudios realizados, en Venezuela por cada 10 hombres consumidores existen 6 mujeres que consumen alcohol. Venezuela puede ser un buen mercado para las bebidas preparadas derivadas del pisco, como por ejemplo: pisco sour, mango sour y cremas de pisco, entre otras. Estas preparaciones generalmente son preferidas por mujeres que por hombres, debido a la menor graduación alcohólica y su sabor más dulce.

La Oficina Comercial de ProChile en Caracas, ha efectuado diversas actividades de promoción para el pisco, tanto en la ciudad de Caracas, como en la Isla de Margarita, con lo cual se ha podido constatar el interés generalizado en conocer el producto chileno para su posible comercialización y además, la gran aceptación por parte del consumidor.

Por último, la comunidad chilena registrada presente en Venezuela alcanza aproximadamente a los 25.000 residentes, lo que sitúa a éste país como un importante mercado potencial para el pisco chileno.

**1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

Según información recabada, el consumidor de pisco prefiere tomarlo preparado como *Pisco Sour*, en lugar de tomarlo puro, considerando el grado alcohólico.

El consumo generalmente es antes de las comidas o cócteles sociales. También existen restaurantes que ofrecen pisco sour.

En las ciudades donde venden el producto, se pueden adquirir en lugares como: bodegones, licorerías, y restaurantes.

**1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).**

En Venezuela, los licores se venden tradicionalmente en forma directa en punto de venta. Sin embargo, existe la creciente tendencia entre las tiendas especializadas, en incorporar el servicio de cotizaciones programadas por Internet a través de sus páginas web, una vez efectuada la selección de productos el cliente se dirige a la tienda efectúa el pago y le dan el servicio de *Delivery* de los productos adquiridos.

**1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).**

Al contactar a las empresas importadoras de licores, se conoció que no hay motivos por los cuales optarán por importar pisco peruano antes que chileno. En la mayoría de los casos, no se había discutido el tema de la importación de pisco chileno, y por tanto, gracias a la no existencia de barreras a priori, las empresas se mostraron muy interesadas en conocer la oferta exportadora chilena.

**1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.**

La demanda de licores en general se comporta de manera uniforme durante todo el año, registrándose un notorio incremento en el trimestre octubre-diciembre, como consecuencia de la demanda natural de fines de año.

**1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

Al momento de la presente investigación, el pisco se consume sólo en la ciudad de Caracas (Capital) y en el Puerto Libre de la Isla de Margarita (Zona Oriental).

Como se ha mencionado en puntos anteriores, esta tendencia cambiará en el corto plazo, considerando que existen importadores en otras zonas del país efectuando los trámites de registros sanitarios para comenzar distribución de pisco y cócteles de pisco, a nivel nacional.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Por el momento, se logró ubicar una sola empresa importadora de licores en tierra firme, la cual coloca el pisco de origen peruano en el punto de venta a través de sus propios canales de distribución, los que incluyen distribuidores de licores, restaurantes de comida peruana, licorerías, entre otros.

En la Isla de Margarita, el importador también es una sola empresa del sector licorero, la cual distribuye el pisco principalmente a bodegones.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

### PRECIO RETAIL

Marcas	País de Origen	Precio (Bolívares)
Artesanos del Cochiguaz (SOUR)	Chile	75
El Alambique Mostofino PISCO	Perú	375



## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

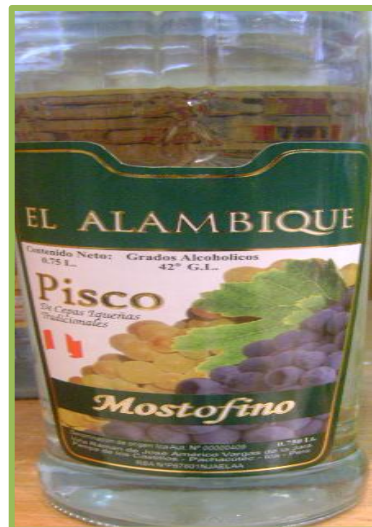
Al momento de la presente investigación, no se encontró la presencia de campañas de promoción para el pisco peruano en este mercado.

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La presentación comúnmente utilizada en el pisco a nivel de retail es en envases de vidrio transparentes de 0,75 litros con diferentes diseños gráficos del etiquetado, de acuerdo a la empresa productora. La presentación a nivel mayorista comúnmente utilizada es en cajas de 12 botellas, con las características anteriormente mencionadas.

De acuerdo a la información recabada en punto de venta retail en la ciudad de Caracas, el pisco es exhibido en la gondola de destilados. En el caso de punto de venta en la zona franca de la Isla de Margarita, el producto es exhibido en la gondola junto a tequilas, grappas, etc.

Ejemplo de presentación del producto origen peruano:



## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Se sugiere tomar contacto con empresas venezolanas importadoras de licores a los fines de dar a conocer la oferta exportable de pisco y bebidas preparadas para su evaluación.

La realización bianual en Venezuela, de la Muestra y Cata (proyecto institucional ProChile) es una instancia que se puede aprovechar para promover el pisco en el mercado venezolano. Se han realizado muestras de este tipo en los años 2005 y 2007 con resultados muy positivos para los expositores presentes.

Se sugiere organizar visitas y misiones comerciales de prospección a este mercado, con la finalidad de dar a conocer el pisco chileno, para lo cual esta Oficina Comercial prestará todo el apoyo necesario que contribuya a esta iniciativa.

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

1. **Muestra y Cata Sabores del Vino Chileno y Más....**El 25 de agosto de 2011, se realiza una Muestra y Cata (vinos, pisco y aceite de oliva), en la ciudad de Caracas, en el marco institucional de Proyectos de Promoción de Exportaciones cofinanciados por PROCHILE. Es un evento que se lleva a cabo en este mercado cada dos (2) años y es muy conveniente para aquellas empresas que estén en la búsqueda de importador, por cuanto se convoca a todos los actores vinculados al sector, importadores, distribuidores, licorerías, supermercados, hoteles, restaurantes, líneas aéreas, etc.

Los exportadores interesados en incorporarse a esta actividad coordinada por PROCHILE pueden tomar contacto con la Sra. Paola Vásquez, Coordinadora Nacional de Vinos, a cargo del proyecto correo [pvasque@prochile.cl](mailto:pvasque@prochile.cl) Tlf: 56-2 8275413. Depto. Alimentos Procesados de ProChile.

2. **Festival Gourmet Internacional**, que se realizará en Caracas entre el 27 y 30 de octubre de 2011, con una muy fuerte presencia de la oferta del sector vinos, licores y productos gourmet.

Este evento se realizará en el Centro Internacional de Exposiciones de la Universidad Metropolitana (CIEC). El Salón está dirigido a profesionales, empresarios, periodistas, expertos y aficionados a la gastronomía, abierto al público previo pago. Para mayor información, visitar el

sitio Web: [www.festivalgourmetinternacional.com](http://www.festivalgourmetinternacional.com) , o bien contactar a la Oficina Comercial de ProChile en Caracas.

3. **Salón Internacional de la Gastronomía**, que se realiza anualmente (principios del mes de octubre), organizado por la revista Exceso del Diario El Nacional. Sirve de vitrina de promoción de los productos gourmet. Para más información visitar: [www.saloninternacionaldegastronomia.com](http://www.saloninternacionaldegastronomia.com)
4. **Catas Gourmet Margarita**, evento que se realiza anualmente en la Isla de Margarita, orientado a productos y servicios necesarios para cocineros, personal de restaurantes y hoteles, así como a bodegones, hipermercados, academias, público profesional y aficionados a la cultura enogastronómica. <http://www.catasgourmetmargarita.com>
5. Catas programadas por la oficom.

## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- ✓ SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION ADUANERA Y TRIBUTARIA, SENIAT: <http://www.seniat.gob.ve>
- ✓ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DE VENEZUELA, INE: <http://www.ine.gob.ve>
- ✓ MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA SALUD: <http://www.mpps.gob.ve/ms/>
- ✓ INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE RAFAEL RANGEL: <http://www.inhrr.gov.ve>
- ✓ SERVICIO AUTÓNOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: <http://www.sapi.gob.ve>
- ✓ COMISIÓN ADMINISTRADORA DE DIVISAS (CADIVI): <http://www.cadivi.gov.ve>
- ✓ CÁMARA VENEZOLANA DE ESPECIES ALCOHÓLICAS-CIVEA: [www.civea.org](http://www.civea.org)
- ✓ FONDONORMA (NORMAS DE CALIDAD COVENIN): [www.fondonorma.org.ve](http://www.fondonorma.org.ve)
- ✓ GOBIERNO EN LÍNEA: [www.gobiernoenlinea.ve](http://www.gobiernoenlinea.ve)

# XIII. ANEXOS

## ANEXO I

### TRAMITES PARA EL REGISTRO SANITARIO DE LICORES

#### VENEZUELA

##### REQUISITOS:

1. CERTIFICADO DE LIBRE VENTA Y CONSUMO, EMITIDO POR LA AUTORIDAD SANITARIA DEL PAIS DE ORIGEN EN ESPAÑOL, LEGALIZADO EN CONSULADO VENEZOLANO.
2. CERTIFICADO DE ANALISIS FISICO QUIMICO; 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 ELABORACION, BREVEMENTE DESCRITO INDICANDO LAS TEMPERATURAS A LAS CUALES SE SOMETE EL PRODUCTO TERMINADO.
5. PODER DE REPRESENTACION PARA LAS GESTIONES DE REGISTRO A LA EMPRESA O PERSONA QUE EFECTUARA LOS TRAMITES, LEGALIZADO EN CONSULADO VENEZOLANO.
6. PODER DE DISTRIBUCION A UNA EMPRESA LEGALMENTE AUTORIZADA POR EL MINISTERIO DE FINANZAS EN VENEZUELA. PARA IMPORTAR Y DISTRIBUIR ESTE TIPO DE PRODUCTO LEGALIZADO EN EL CONSULADO VENEZOLANO.
7. INFORMACION GENERAL DE FABRICANTE; DESCRIPCION DE ENVASE. REPRESENTACIONES (TAMAÑO/VOLUMEN) LUGAR DE FABRICACION, REGISTRO DE MARCA O SU COPIA.
8. DOCE (12) EJEMPLARES DE LAS ETIQUETAS ORIGINALES, COLLARINES Y CONTRAETIQUETAS DE CADA PRODUCTO.
9. VINOS: ETIQUETAS: SIETE (7) MUESTRAS DE LAS ETIQUETAS O SUS PROYECTOS, MARBETES, COLLARINES O CUALQUIER INFORMACION QUE LLEVE LA BOTELLA.

10. MUESTRAS DE PRODUCTO: CUATRO (4) BOTELLAS O UNIDADES POR TIPO O PRESENTACION. (SE ENTREGAN 2 AL LABORATORIO, 1 AL MINISTERIO DE SALUD Y SE DEBE GUARDAR 1 MUESTRA COMO SOPORTE).
11. GASTOS DE ANALISIS EN LABORATORIO ANTE EL INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE RAFAEL RANGEL-INHRR): LOS COSTOS VARIAN DE ACUERDO AL PRODUCTO. NOTA. SEGÚN EL PROCEDIMIENTO VIGENTE, LO PRIMERO QUE SE DEBE EFECTUAR ES EL ANÁLISIS DE LABORATORIO, ANTES DE PRESENTAR LA SOLICITUD.
12. COSTOS REFERENCIALES PARA ANÁLISIS DE LICORES ANTE EL INSTITUTO INHRR:
  - a. LICORES CON MENOS DE 20 °GL: Bs.616 por presentación.
  - b. LICORES CON MAS DE 20 °GL: Bs.822.12 por presentación.

**Tipo de Cambio actual (Control de Cambios): Bolívares 4,3 por dólar.**

13. HONORARIOS PROFESIONALES DE LA EMPRESA AUTORIZADA PARA LAS GESTIONES DE REGISTRO: LOS HONORARIOS VARÍAN DE ACUERDO A LA EMPRESA O ASESOR QUE SE CONTRATE. A MODO DE REFERENCIA Y SIN RECOMENDACIÓN PARTICULAR, LA EMPRESA HBA CONSULTORES ALLEGADA A LA OFICINA COMERCIAL DE PROCHILE EN CARACAS COBRA US\$ 500 DÓLARES POR CADA REGISTRO SANITARIO (SE DEBE HACER UN REGISTRO POR PRODUCTO Y POR PRESENTACIÓN).

NOTA: SE SUGIERE TENER UN APODERADO O EMPRESA AUTORIZADA PARA EFECTUAR EL REGISTRO Y SEGUIMIENTO.

Según información disponible, en los actuales momentos los resultados de los análisis del laboratorio gubernamental para bebidas alcohólicas que son inscritas por primera vez son entregados en 90 días hábiles. Adicionalmente se deben considerar 45 días hábiles aproximadamente para obtener el Registro Sanitario (para un producto nuevo que se registra por primera vez). Estos plazos fueron establecidos por las autoridades venezolanas mediante aviso oficial y rigen independientemente del país de procedencia del producto.

Es importante destacar que los registros sanitarios son de propiedad de la empresa nacional o extranjera fabricante del producto.

#### **OTROS TRÁMITES APLICABLES A LICORES:**

METROLOGÍA (CPE): CONTROL DE PRODUCTOS ENVASADOS (POR PRODUCTO): US\$ 60 DÓLARES EN DERECHOS FISCALES Y US\$ 90 DOLARES DE HONORARIOS (REFERENCIAL HBA CONSULTORES).

SERVICIO NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN ADUANERA Y TRIBUTARIA, SENIAT: 5 UNIDADES TRIBUTARIAS POR PRESENTACIÓN. VALOR ACTUAL DE LA UNIDAD TRIBUTARIA (U.T): BS. 76. Tipo de Cambio actual (Control de Cambios): Bolívares 4,3 por dólar. HONORARIOS US\$ 50 DÓLARES POR PRESENTACIÓN (REFERENCIAL HBA CONSULTORES).

ANEXO II

**TRAMITES PARA EL REGISTRO DE MARCAS VENEZUELA**

1. PODER DE REPRESENTACION 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 PAIS DE ORIGEN, LEGALIZADO POR EL CONSULADO VENEZOLANO.
3. EFECTUAR CONOCIMIENTO DE MARCA Y CLASE DE INTERES (CLASIFICACION).
4. INTRODUCIR LA SOLICITUD DE BUSQUEDA 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 DECISION 486 DE LA COMUNIDAD ANDINA), BOLETINES QUE SON REVISADOS CADA 2 MESES POR LAS EMPRESAS CONSULTORAS DEL AREA 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](http://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 (DEVOLUCION DE DOCUMENTOS, MARCAS ANLAOGAS O SIMILARES PARA DISTINGUIR PRODUCTOS ANALOGOS, OPOSICIONES PRESENTADAS POR TERCEROS, ETC).
8. LOS TRAMITES SE DEBEN EFECTUAR EN:

**SERVICIO AUTONOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (SAPI).**

DIRECCIÓN: CENTRO SIMON BOLIVAR, EDIFICIO NORTE, PISO 4, EL SILENCIO, CARACAS.

TELEFONOS: 58-212-4842661. FAX: 4831391. EMAIL: [sapi@sapi.gob.ve](mailto:sapi@sapi.gob.ve) WEB: [www.sapi.gob.ve](http://www.sapi.gob.ve)

COORDINADORA DE MARCAS: DRA. MARÍA ALEJANDRA MEDINA, TELÉFONO: 58212-4842907. EMAIL: [mmedina@sapi.gob.ve](mailto:mmedina@sapi.gob.ve)

DIRECTORA GENERAL: DRA. ARLEN PIÑATE, TELÉFONO: 58212-4842907. EMAIL: [apinate@sapi.gob.ve](mailto:apinate@sapi.gob.ve)

Documento Elaborado por: Oficina Comercial ProChile Caracas [prochilecaracasve@cantv.net](mailto:prochilecaracasve@cantv.net)