

## **ESTUDIO DE MERCADO DE CERVEZA ARTESANAL – VENEZUELA**

**ProChile Caracas, Abril 2009**

**PRODUCTO:** Cerveza artesanal

**CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:** 2203.0000

**DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:** Cerveza de malta

**CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:** 2203.0000

### **SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA**

#### **ARANCEL GENERAL**

<b>Código Arancelario</b>	<b>Terceros países</b>
2203.0000	20%

#### **ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO**

Entre Venezuela y Chile se mantiene vigente el Acuerdo de Complementación Económica **(ACE N° 23)** desde el año 1993, donde se libera del pago de aranceles a diversos productos que forman parte del intercambio comercial entre ambos países. Las cervezas de origen chileno se encuentran dentro del programa de liberalización general que logró una preferencia arancelaria del 100% a contar del 1 de enero del año 1997, para su ingreso al mercado venezolano.

Esta situación resulta muy atractiva para exportadores chilenos que desean ubicar sus productos en el mercado venezolano, considerando que terceros países deben pagar en la actualidad un 20% de arancel.

#### **OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS**

##### **Comunidad Andina (CAN)**

Los países miembros de la Comunidad Andina (CAN) aplican 0% de carga arancelaria sobre los productos que forman parte del comercio comunitario. En 2006 Venezuela realizó la denuncia del tratado de la CAN, solicitando su retiro de la Comunidad. Según los lapsos establecidos por las normas que rigen el acuerdo, luego de la fecha de denuncia del tratado, se concreta la acción pasados cinco años, es decir los productos originarios de Colombia, Ecuador Perú y Bolivia entran con cero aranceles a Venezuela al 2011, al menos.

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

Los países Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay gozan de una preferencia arancelaria porcentual establecido en el Arancel de Aduanas de Venezuela,

según el Acuerdo de Complementación Económica (**ACE N° 59**), vigente entre MERCOSUR y Venezuela.

**Programa de Liberación Comercial**  
**Código 2203.0000**  
**Cerveza de malta**

<b>PAIS</b>	<b>PREFERENCIA % A PARTIR DEL 01/01/2009</b>	<b>ARANCEL A PARTIR DEL 01/01/2009</b>	<b>PREFERENCIA % A PARTIR DEL 01/01/2010</b>	<b>ARANCEL A PARTIR DEL 01/01/2010</b>
Argentina	54	9.2%	61	7.8%
Brasil	64	7.2%	73	5.4%
Paraguay	81	3.8%	88	2.4%
Uruguay	59	8.2%	66	6.8%

**Nota:** Esta preferencia se profundiza en los años siguientes hasta obtener un 100% según sea el producto y el país de procedencia. En el caso de Argentina y Uruguay, alcanzará un 100% de preferencia en el años 2015, Brasil 2013 y Paraguay en el año 2012.

#### **OTROS IMPUESTOS / PAGOS**

**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 este bien, se le hace aplicable el **IVA**, el cual es de un 12% desde el 1 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).

**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 BSF. 200 y BSF. 400 por container y por carga suelta entre BSF. 160 y BSF. 180.

**Transporte:** Según la información suministrada por representantes de navieras que cubren la ruta Chile-Venezuela, a modo referencial el costo del flete marítimo en la actualidad es el siguiente: US\$ 2.600 (Container 20' pies); US\$ 2.900 (Container 40' pies).

**Ley de impuesto sobre Alcohol y Especies Alcohólicas:** Los productos clasificados según el código arancelario en cuestión, que sean importados a Venezuela pagarán la alícuota de impuesto que va desde 0,0025 unidades tributarias (UT 55 BSF)<sup>1</sup> por litro, esto según la reciente reforma de la Ley de Impuesto sobre Alcohol y Especies Alcohólicas publicada en la Gaceta Oficial N° 5.618 del 5 de octubre de 2007, artículo N° 14, numeral 5<sup>2</sup>.

Esta Ley también prevé que la expedición de bebidas alcohólicas, incluyendo las cervezas, estarán afectas a un impuesto por comercialización de 0,0005 unidades tributarias, según el artículo N° 8 de la referida Ley.

Además de estos impuestos, las bebidas alcohólicas de procedencia nacional o importada quedan sujetas al pago de un impuesto equivalente a la cantidad que resulte de aplicar el 15% sobre su precio de venta. Según el artículo N° 19 de la ley expuesta anteriormente.

## **BARRERAS PARA ARANCELARIAS**

### **Tipo de Cambio (Control Cambiario):**

Desde el 19 de marzo del año 2003 se mantiene vigente en Venezuela el régimen de control cambiario convenido entre el Banco Central de Venezuela y el Ministerio de Finanzas, acto que fue publicado en Gaceta Oficial N° 37653 donde además se atribuye a la **Comisión Administradora de Divisas (CADIVI)** la competencia para el control sobre el cambio de divisas.

En ese sentido, la paridad cambiaria según lo publicado en Gaceta Oficial N° 38.138 de fecha 2 de marzo de 2005, se comporta de la siguiente manera:

**Para la Venta: 2.150 Bs. = 1 US \$**  
**Para la Compra: 2.144 Bs. = 1 US \$**

Sin embargo, según lo informado por importadores de cervezas, en la actualidad no es posible acceder al mercado cambiario oficial, dado que los licores se consideran un producto suntuario.

Por lo anterior, los importadores del sector, a los fines de honrar sus compromisos, deben comprar dólares adquiridos en el mercado permuta de divisas (mercado paralelo de divisas no penalizado), lo anteriormente significa

---

<sup>1</sup> Gaceta Oficial N° 39.127 del 26 de febrero de 2009.  
[http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR\\_CONTENIDO\\_SENIAT/03TRIBUTOS/3.0NO\\_TICIAS\\_TRIBUTOS/valor\\_ut.pdf](http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENIDO_SENIAT/03TRIBUTOS/3.0NO_TICIAS_TRIBUTOS/valor_ut.pdf)

<sup>2</sup> Gaceta Oficial N° 5.618 del 5 de Octubre de 2007.  
[www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR\\_CONTENIDO\\_SENIAT/02NORMATIVA\\_LEGAL/2.4\\_TRIBUTOS\\_INTERNOS/2.4.07IAEA/2.4.7.1IAEA\\_LEYES/IAEA\\_LEYES\\_01\\_Ley\\_IAEA\\_05-10-07.pdf](http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENIDO_SENIAT/02NORMATIVA_LEGAL/2.4_TRIBUTOS_INTERNOS/2.4.07IAEA/2.4.7.1IAEA_LEYES/IAEA_LEYES_01_Ley_IAEA_05-10-07.pdf)

que mientras más alta sea la diferencia entre tipo de cambio oficial y tipo de cambio permuta, mayor ventaja tiene la producción local.

A modo de referencia, la paridad cambiaria del mercado permuta de divisas al **16 de marzo de 2009**, se ubicó en:

Dólar permuta para la compra: BsF. 5,85

Dólar permuta para la venta: BsF. 5,95

## **REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO**

Según lo establece el Arancel de Aduanas venezolano, para la importación de las cervezas, se requiere de Certificado Sanitario de País de Origen (Régimen Legal N°. 5).

Con relación a los permisos para la importación, este producto debe tramitar un Registro Sanitario (Régimen Legal N°. 12), cuyos requisitos, procedimientos y plazos se indican en el Anexo N°. I.

Asimismo, se debe gestionar el correspondiente registro de marcas (ver Anexo 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.

### **Identificación de las agencias pertinentes ante las cuales se deben tramitar permisos de ingresos, el registro de productos y etiquetas:**

#### **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.

Correo-e: [msds@msds.gov.ve](mailto:msds@msds.gov.ve) 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.

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

#### **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: 58-212-4842907.

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

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

## **DATOS DE SENCAMER**

En Venezuela existe un Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos SENCAMER, que es una institución pública, adscrita al Ministerio del Poder Popular para el Comercio. A su vez SENCAMER cuenta con la Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN).

COVENIN define la cerveza como una bebida alcohólica obtenida de la fermentación mediante una levadura de cultivo de la especie *saccharomyces cerevisiae*, de un extracto obtenido de cereales entre los cuales debe figurar la cebada malteada como componente mayoritario (50%) y el resto, de otros cereales malteados o no, y/o de otros adjuntos cervecedores, adicionada de lúpulo o sus derivados, a fin de impartirle aroma y sabor amargo característico y demás sustancia aprobadas por la autoridad sanitaria competente <sup>3</sup>.

## **Normas de rotulado**

Los rótulos o etiqueta debe cumplir con lo establecido en la Norma Venezolana COVENIN<sup>4</sup>, podrá 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.

## **Certificado de No Producción (CNP)**

De acuerdo a la Gaceta Oficial número 5912 publicada el martes 17 de marzo del año 2009, diversos productos requieren un Certificado de No Producción o de Producción Insuficiente, entre ellos la cerveza de malta código arancelario 2203.0000, listados disponibles en <http://www.asoquim.com/quimitips/LISTADOCADIVI.pdf>. Este Certificado es requerido para el acceso al mercado oficial de divisas administrado por CADIVI.

Para realizar los trámites indicados, el importador involucrado debe dirigirse al Departamento de Bienes Intermedios del Ministerio del Poder Popular para el Comercio (MILCO), a los fines de gestionar el respectivo certificado en forma previa a la solicitud de divisas (Ver Anexo N° III).

Sin embargo, en la práctica, a contar del año 2008, las autoridades venezolanas no están otorgando este certificado a importadores del rubro licores, por cuanto la

---

<sup>3</sup> <http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/91-02.pdf>

<sup>4</sup> COVENIN 91:2002  
Consultar sitio Web: / [www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/91-02.pdf](http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/91-02.pdf)

asignación de divisas se está priorizando a productos de primera necesidad (alimentos y medicamentos), así como a materias primas.

### ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (FOB)

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

#### AÑO 2008

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (kilos brutos)	MONTO (US\$ FOB)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
Países Bajos (Holanda)	479.022,91	389.227,12	63%
Gran Bretaña	121.698,60	85.349,50	13.8%
Argentina	80.668,47	72.697,48	11.7%
Alemania	42.242,70	32.387,16	5.2%
CHILE (NO PARTICIPA)	0	0	0%
<b>SUBTOTAL</b>	723.632,68	579.661,26	93.8%
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>761.894,41</b>	<b>617.795,83</b>	<b>100%</b>

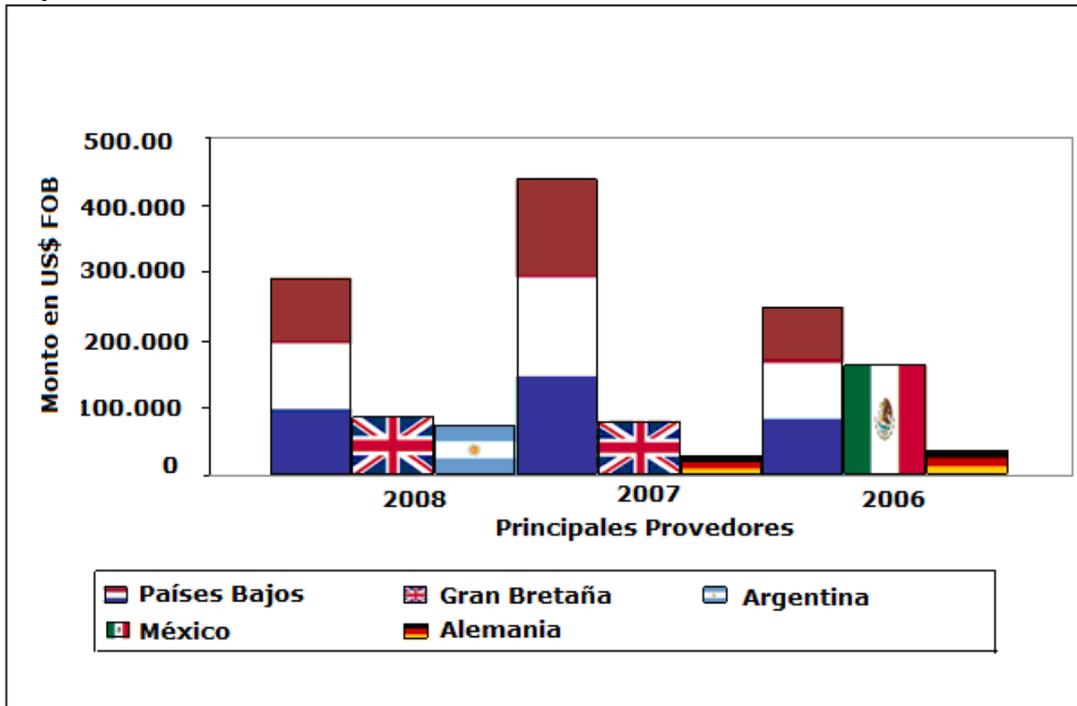
#### AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kilos brutos)	MONTO (US\$ FOB)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
Países Bajos (Holanda)	633.552,90	440.183,25	78%
Gran Bretaña	125.200,00	80.002,00	14.3%
Alemania	41.635,30	27.286,71	4.8%
Francia	7.533	7.806,28	1.3 %
CHILE (NO PARTICIPA)	0	0	0%
<b>SUBTOTAL</b>	800.388.2	555.278.24	99.2 %
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>813.756,04</b>	<b>559.222,24</b>	<b>100%</b>

**AÑO 2006**

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kilos brutos)	MONTO (US\$ FOB)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
Países Bajos (Holanda)	500.680	248.489	52%
México	364.267	162.064	33.2%
Alemania	55.537	36.586	7.6%
Gran Bretaña	33.254	21.038	4.4%
Chile (NO PARTICIPA)	0	0	0%
<b>SUBTOTAL</b>	953.738	468.177	98%
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	962.335	477.576	100%

**Importaciones totales Venezuela**



Según la información recopilada por el Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela (INE). Podemos analizar la demanda de cerveza.

La grafica muestra que en los años 2006, 2007 y 2008, Holanda ha sido el principal proveedor de cerveza para Venezuela. Se presentaron algunas variaciones con respectos a los años. En el 2006 con un monto de US\$ 248.489, el cual aumento para el 2007 con US\$ 440.183,25 y para el 2008 vuelven a bajar las exportaciones de este país cerrando con un monto US\$ 389.227,12.

Gran Bretaña se mantiene estable para el año 2007 con un monto de US\$ 80.002,00 y 2008 con US\$ 85.349,50. El cual no tiene un gran incrementó de exportaciones hacia Venezuela.

Podemos observar claramente el gran incremento que obtuvo Argentina en el último año, posesionándose en el tercer proveedor de cerveza para Venezuela. Con un monto de US\$72.697,48 para el 2008.

Alemania tenía una presencia en el mercado venezolano para el 2006 con US\$ 36.586, lo cual disminuyó para el 2007 con una exportación de US\$ 27.286,71, posicionándose como el tercer país proveedor de cerveza hacia Venezuela durante los años 2006 y 2007 y como el cuarto en el año 2008.

De acuerdo a la información recopilada a través de entrevistas a importadores y visitas a puntos de venta, Holanda es el principal país proveedor presente en Venezuela con las cervezas Heineken, Bavaria y Grolsch.

La cerveza marca Grolsch, según la información recopilada, es distribuida exclusivamente en zonas francas, de regímenes aduaneros especiales y puertos libres, como es el caso de la Isla de Margarita.

La cerveza más vendida es la marca Heineken, la cual se caracteriza por ser líder en el segmento.

Según información recabada por medio de entrevista a los importadores de esta marca nos informaron que no pueden incluir otra cerveza a su portafolio de productos, ya que tienen un contrato de exclusividad.

Con respecto a la cerveza procedente de Gran Bretaña, no fue posible obtener información sobre su distribuidor y presencia, sin embargo, asesores en materia de registros sanitarios allegados a la Oficina Comercial informaron que la cerveza proveniente de este país posee una gradación alcohólica superior a los 10 grados y según la normativa vigente, las cervezas con gradación alcohólica superior a los 7 grados, puede ser comercializada solamente en zonas francas, de regímenes especiales y puertos libres, tales como: Margarita, Santa Elena de Uairén y península de Paraguaná.

Argentina, con la cerveza Warsteiner que a pesar de ser de procedencia alemana es distribuida por Argentina, la cual entró en el mercado venezolano en el 2008 ocupando el tercer lugar de proveedor de cerveza para Venezuela con un monto de US\$ 72.697,48.

Alemania, con la cerveza Löwenbräu se encuentra presente en el mercado con dos presentaciones, una tipo Pilsen que cuenta con un 65% y sin alcohol con un

35% de preferencia de su producto. Es importante mencionar que el distribuidor actual de esta marca se encuentra enfrentando un procedimiento legal con la empresa cervecera trasnacional Brahma, la cual compró la marca Löwenbräu desde hace tres años.

Por último podemos encontrar a México con la cerveza marca Corona, la cual tenía una importante presencia en el mercado venezolano (siendo la líder del segmento), esto se debió posiblemente, por ser una de las marcas pioneras con botella transparente y como una cerveza más suave, considerada como light.

Para el año 2006, Corona realizó su última exportación para Venezuela con un monto de US\$ 162.064. Posicionándose en el segundo lugar. De acuerdo a la información recopilada, no obstante el importante segmento de consumidor que esta cerveza atendía, al parecer el mercado venezolano no cumplía con los volúmenes de ventas esperados por este importante holding mexicano.

## **PRODUCCIÓN NACIONAL**

Venezuela es un importante país productor y consumidor de diversos tipos de cervezas y las tres principales empresas son POLAR, REGIONAL y BRAHMA.

Empresa Polar es importante holding venezolano fabricante de gran cantidad de alimentos y bebidas. Se inauguró en el año 1941 y actualmente se caracteriza por ser líder en el rubro de cerveza, la cual cuenta con un 75% del mercado local, según información recopilada en su portal. Posee cuatro plantas, que produce 23 millones de hectolitros al año<sup>5</sup>. Las marcas que produce Polar son: tipo Pilsen, Polar Ice, Polar Light, Solera, Solera Light y Vox. De acuerdo por la información publicada por la Asociación Latinoamericana de Fabricantes de Cervezas, Empresas Polar se encuentra ubicada en la posición número 19 entre los cerveceros más grandes del mundo con una producción de 16.9 (Mill. Hl)<sup>6</sup> anuales. El producto más vendido es la cerveza Polar Ice.

En el segundo lugar podemos encontrar a la empresa Regional la cual ha evolucionado en la participación del mercado con un 4.9 % en 1992 a 27% a fines del 2006<sup>7</sup>. Su producto principal es la cerveza Regional Light, que tiene un bajo contenido de alcohol y calórico. Regional Light es el producto líder en "segmento Light". Por su parte, la botella no retornable tiene un mayor grado de rotación. Entre sus productos se encuentra Regional Pilsen, Regional Light y Regional Draft.

Por último podemos encontrar a la empresa brasilera trasnacional Brahma, con planta de producción en Venezuela, la cual se encuentra alineada con su casa matriz que es la segunda compañía con mayor experiencia en el mundo cervecero, con presencia en 140 países de los cinco continentes y más de 200 marcas que acumulan 700 años de tradición en la elaboración de cervezas de la más alta calidad<sup>8</sup>, llega a Venezuela en el año 1994, con la adquisición de C.A.

---

<sup>5</sup> 09/02/2009 Empresas Polar. Consultar sitio Web: [http:// www.empresas-polar.com/brochure.pdf](http://www.empresas-polar.com/brochure.pdf)

<sup>6</sup> Industria Cervecera Latinoamericana (2007).

Consultar sitio Web: <http://www.cerveceroslatinoamericanos.com/Indice2007.pdf>

<sup>7</sup> 09/02/2009 Empresa Regional. Consultar sitio Web: <http://www.cerveceriaregional.com/>

<sup>8</sup> Cisneros- empresas de la organización.

Consultar sitio Web: <http://www.cisneros.com/Organizacion/Empresas/Listado?ctId=101&id=58>

Cervecera Nacional, siendo la primera operación en el proceso internacionalización de la marca. Elaboran tres tipos de cerveza las cuales son: Brahma Chopp, Brahma Light y Brahma ICE.

Según información recopilada por medio de entrevistas a fabricantes, importadores y distribuidores del sector cervecero, se estima que Polar podría contar en la actualidad con un 70% de participación en el mercado nacional, seguido de Regional con un 25% y por último Brahma con un 5%.

### **CERVEZA ARTESANAL**

Cerveza Tovar, es una marca con presencia en el mercado desde 1988, fundada por un empresario alemán, esta empresa se inició en la importación de cervezas artesanales procedentes desde dicho país. Se encuentra ubicada en el Estado Aragua.

Posteriormente, en el año 1999, se empezó a elaborar en Venezuela, con la misma fórmula alemana y sus objetivos se basaron en la elaboración y distribución de cervezas, con el fin de satisfacer la demanda turística. Recientemente, sus ejecutivos efectuaron una importante inversión y se trasladaron a un lugar más espacioso, con nuevas maquinarias con el fin de aumentar su producción. Actualmente, esta empresa solo cuenta con un producto, que es cerveza tipo Pilsen.

Actualmente dicha empresa tiene problemas de abastecimiento de materia prima (cebada) la cual la traen directamente de Alemania.

Hace varios años estuvo presente en el mercado también una cerveza artesanal marca La Coloniera, también una microempresa ubicada en La Colonia Tovar. De acuerdo a información no oficial, aparentemente esta pequeña empresa salió del mercado debido a problemas en su producción, política tributaria venezolana aplicable a pequeños productores y problemas de costos para la compra de materias primas.

### **POTENCIAL DEL PRODUCTO**

Las declaraciones efectuadas por especialistas y representantes licores, consideran improbable la caída de las bebidas alcohólicas en Venezuela a pesar de la recesión mundial, ya que Venezuela podría estar menos afectada por la crisis debido a que la actividad petrolera no puede detenerse y en el caso de que exista una caída, será en las bebidas más costosas, por tal motivo la cerveza tendría ventajas por tener precios más bajos.

En Venezuela el mercado de bebidas alcohólicas se dividen en varios grupos: cerveza, whisky, vinos y las bebidas llamadas espirituosas. Los venezolanos prefieren la cerveza por su bajo contenido alcohólico y sobre todo por el precio. El mayor consumo se destaca en las clases mas bajas de la población. Es justamente este factor cultural, el principal determinante de un mercado potencial para la cerveza.

Según un estudio realizado a finales del año 2006, el consumo promedio per cápita de cerveza en Venezuela, fue de 89.53 litros anuales por habitante<sup>9</sup> ocupando el primer lugar en Latinoamérica como el mayor país consumidor en litros por habitante de cerveza. Hay que tener en cuenta que también tiene una alta producción, posicionándose en el tercer lugar a nivel de Latinoamérica de ventas.

Sin embargo, de acuerdo a los contactos efectuados con empresas importadoras, existe un importante mercado para el consumidor de cervezas de origen importado y la marca Corona que se retiró en el año 2006 dejó un vacío muy importante que a la fecha no ha sido complementado por las marcas de origen importado presentes.

Adicionalmente, de acuerdo a contactos establecidos con los propios fabricantes de cerveza venezolanas, se encuentran abiertos a evaluar la oferta chilena en materia de cervezas artesanales, para ampliar su portafolio de productos que ofrecen a gran cantidad de clientes a través de la red de distribución a nivel nacional.

El ingreso de la cerveza artesanal al mercado venezolano es un nicho de mercado muy interesante, debido a que han salido del mercado la cerveza Corona, Budweiser, Amstel y la local marca La Coloniera.

Según información recopilada, la cerveza Budweiser salió del mercado en el año 2001 y la marca Amstel de procedencia holandesa para el año 2005, salieron del mercado venezolano, debido la fuerte competencia nacional en materia de precios.

Sin embargo, diversos importadores entrevistados han mostrado interés en las cervezas de origen chileno, considerando el interesante segmento de mercado que existe para consumidores que aprecian las cervezas gourmet, donde es un factor muy determinante la calidad por encima del precio.

De igual forma es importante destacar que Chile cuenta con una ventaja competitiva en relación a los países que actualmente son proveedores de cervezas de Venezuela, ya que sus productos deben pagar un alto arancel que actualmente se ubica en 20%.

En el caso de Chile, este producto se encuentra incluido dentro del grupo de productos prioritarios que esta Oficina Comercial se encuentra promoviendo en este mercado, para introducirlo en el mediano plazo. Asimismo, se considera oportuno reforzar la presencia de Chile en este sector del mercado venezolano, difundiendo las ventajas que concede el ACE N° 23.

Hay que tener en cuenta que Venezuela cuenta con numerosos puertos libres entre los cuales se encuentra el puerto de Isla Margarita y Paraguaná, en donde alrededor del 30% al 40% de las ventas de todas las marcas de licores ocurren allí, según importadores de la isla de margarita contactados. En el puerto libre de la Isla Margarita, los productos no pagan IVA y aranceles. La no aplicación de estos dos impuestos, disminuye el precio entre 37% a 40% con relación a su

---

<sup>9</sup> Consultar sitio Web: <http://www.cerveceroslatinoamericanos.com/Indice2007.pdf>

valor en tierra firme. En estos puertos libres, los principales consumidores son turistas tanto venezolanos como extranjeros.

### **Formas de consumo del producto:**

Con respecto a las formas del consumo de la cerveza tanto las de orígenes nacionales como importados, los hábitos de los venezolanos se pueden distinguir en los consumidores corrientes, que realizan la compra dependiendo del precio del producto, sin importar la marca y el origen.

Consumidores potenciales, que no consumen el producto pero pueden pasar a ser consumidores, debido a que le gusta probar nuevas marcas y nuevos productos.

Los venezolanos se caracterizan por tomar cerveza tipo light, que poseen una participación de mercado superior al 90%. Según información suministrada por los fabricantes de cerveza, en la categoría light se incluyen todas las cervezas de bajo contenido alcohólico, calórico y por venir en botella transparente.

Debido a la alta cultura de consumo del venezolano, este producto se adquiere en todo tipo de lugares como: playas, licorerías, bares, discotecas, partidos de fútbol o béisbol.

Su consumo es por medio de botellas, latas ó sifones que se encuentran en ciertos restaurantes, bares y discotecas. En Venezuela no existen máquinas expendedoras (autoservicio) de cervezas.

De igual forma es importante destacar que es consumido por público de todas las edades.

### **Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto:**

Los licores se venden directamente en punto de venta, las empresas presentes tanto nacionales como importadoras, no disponen de servicio de compras a través de internet.

### **Comentarios de los importadores:**

- El antiguo importador y distribuidor de la cerveza Corona en Venezuela, se encuentra muy interesado en evaluar las cervezas artesanales chilenas debido a sus fortalezas dirigidas al consumo gourmet, considerando que no compite con la cerveza nacional, ya que va dirigida a consumidores más selectos, además de que la cerveza artesanal local no se considera competencia debido a su restringido espectro de distribución.
- La única empresa productora de cervezas artesanales en Venezuela se encuentra abierta a evaluar posibles alianzas con empresas chilenas del sector para ampliar su portafolio de productos.
- El actual distribuidor de la marca Lowenbrau se encuentra interesado en estudiar la posibilidad de importar cerveza de procedencia chilena, ya que esta marca fue adquirida por la trasnacional Brahma.

- Los principales fabricantes de cervezas en Venezuela se encuentran abiertos a evaluar la oferta chilena, para ampliar su portafolio de productos que ofrecen a través de una amplia red de distribución.

Los datos de contactos se encuentran disponibles en la Oficina Comercial de ProChile en Caracas.

#### **Temporadas de mayor demanda/consumo del producto:**

Venezuela por ser un clima tropical tiene una gran demanda de dicho producto en todo el año.

#### **Principales zonas o centros de consumo del producto:**

La cerveza nacional se vende en todos los estados de Venezuela.

La cerveza importada se vende en las ciudades donde se concentra la mayor población: Caracas, Maracaibo, Valencia, Maracay, Barquisimeto.

Los centros de consumo de este producto restaurantes, hoteles, locales nocturnos, seguido de restaurantes, cadenas de supermercados, supermercados independientes, abastos, etc.

#### **PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$):**

Se exhibirá a continuación, un listado de diversos precios de venta al público de las cervezas que se encuentran en mercado venezolano, según información recabada en visitas efectuadas a diversos puntos de venta:

#### **Cervezas nacionales**

<b>Producto / marca</b>	<b>Precio al detalle (Bolívares)</b>	<b>Grado alcohólico</b>	<b>Contenido (ML)</b>
Polar Pilsen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	5°	Botella Retornable 222 ml y 300 ml. Botella de 330 ml. Lata 295 ml y 355 ml. Sifón 30 L y 50 L.
Polar Ice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	4,5°	Botella Retornable 222 ml y 330 ml. Botella de 355 ml. Y 600 ml. Lata 295 ml. Y 355 ml. Sifón 30 L. y 50 L.
Polar Light	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	4°	Botella Retornable 222 ml. Botella de 355 ml. Lata 250 ml.
Solera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	6°	Botella Retornable 222 ml. Botella de 300 ml. Lata 295 ml.

Solera Light	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	4,3°	Botella Retornable 222 ml. Botella de 300 ml. Lata 295 ml.
Brahma Chopp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	4.5°	Botella Retornable 222 ml y 355 ml. Lata de 355 ml.
Brahma Light	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	4°	Botella de 222 ml. Botella Retornable 330 ml. Botella Desechable 300 ml. Lata 250 ml y de 355 ml.
Brahma extra Light	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	4°	Botella Retornable 222 ml. Botella Desechable 300 ml. Lata 355 ml.
Regional Pilsen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	5°	Botella de 355 ml. Lata de 295 ml.
Regional Light	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	4.5°	Botella de 355 ml. Botella de 250 ml.
Regional Draft	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 2.5</li> </ul>	4.5°	Botella de 250 ml.
Zulia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 2.5</li> <li>• Botella: 3.2</li> </ul>	4.5°	Botella de 300 ml. Lata de 250 ml.
Tovar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Botella: 5</li> </ul>	5.3°	Botella de 220 ml.

Según información recabada por medio de entrevistas, el precio del proveedor (fabricante) al mayorista varía (se incrementa) entre de un 25% a 30%.

### Cervezas importadas

Producto /marca	Precio al Detalle (Bolívares)	País	Grado alcohólico	Contenido (ML)
Bavaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 8.8</li> <li>• Botella: 8.8</li> </ul>	Holanda	5°	Botella de 250 ml Lata de 330 ml.
Heineken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Botella: 9</li> </ul>	Holanda	5°	Botella de 330 ml. Lata de 330 ml.
Warsteiner	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Botella: 5.5</li> <li>• Lata: 6</li> </ul>	Argentina	4.9°	Lata de 355 ml.
Grolsch	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Botella: 8</li> </ul>	Holanda	5°	Botella de 450 ml.
Löwenbräu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lata: 11.3</li> <li>• Botella: 12.9</li> <li>• Sifón: 204,77</li> </ul>	Alemana	5.2°	Botella de 330 ml. Lata 500 ml. Sifón de 5L.

Según información recabada por medio de entrevistas, el precio del importador al mayorista varía (se incrementa) de un 25% a 35%.

### Tipo de Cambio actual (oficial)

Para la Venta: 2.150 Bs. = 1 US \$

Para la Compra: 2.144 Bs. = 1 US \$

### Tipos de cambio mercado permuta al 16-03-2009

Dólar permuta compra: BsF. 5,85

Dólar permuta venta: BsF. 5,95

## ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Las empresas nacionales publicitan sus productos a través de medios de comunicación enfocada directamente al consumidor, ya sea por vallas publicitarias, calendarios, eventos, estrategias de lanzamientos, promociones y degustaciones. Se invierte una buena cantidad de capital anual en reforzamiento de dichas campañas.

Vallas:



La campaña publicitaria de Polar, Regional y Brahma se basa en paisaje playero para establecer un vínculo entre los atributos funcionales de la bebida: sabor, cuerpo, color y la autenticidad de la mujer venezolana, mundialmente reconocida por su belleza, seguridad y optimismo. Las empresas nacionales han utilizado campaña de promoción dependiendo a la temporada ya sea (beisbolera, navideña, carnaval, entre otros).

Estrategias de empresa Polar, es incrementar la participación de mercado en el negocio de cerveza, para maximizar el valor de la compañía a largo plazo, consolidando eficiencias y mayor alcance en distribución, ofreciendo un portafolio de productos y marcas que maximicen la participación del mercado y rentabilidad, promoviendo también el consumo responsable.

Las campañas usadas por la empresa Brahma se caracterizan por ser llamativas, que resaltaba la calidad de la cerveza. También realizan promociones, como, las chapas (tapas de aluminio) premiadas, canjeables por dinero o productos Brahma en cualquier licorería.

En el caso de la cerveza artesanal Tovar, no utiliza ningún tipo de publicidad como vallas o promociones, es reconocida por estar ubicada en un lugar turístico "La Colonia Tovar", han intervenido en programas culturales regionales de televisión y han participado en entrevistas a periódicos como empresa emprendedora.

Las cervezas extranjeras no cuentan con campañas publicitarias ni promociones, la marca es conocida por personas –tanto venezolanos como extranjeros- que conocen de la marca. Algunas veces realizan degustaciones en puntos de venta.

## **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

**Fabricantes:** Empresa que fabrican cerveza y las distribuyen a los clientes. Entre estas tenemos:

\* Empresas Polar, utiliza una distribución conformada por 1.700 franquiciados, 350 rutas y 85 agencias en todo el país<sup>10</sup>.

\* Empresa BrahmaAmbev: Para la distribución de los productos, además de contar con centros de distribución propios, ha implementado en el país los procesos de gestión para el desarrollo de un exitoso sistema de pre-venta y despachos comerciales independientes. Los centros de distribución directa se encuentran en Caracas, Occidente, Centro, Oriente y Porlamar (Isla de Margarita)<sup>11</sup>.

\* Empresa Regional: Distribuye sus productos en diversa parte del país entre las cuales se encuentra: Caracas, Oriente, Occidente y Porlamar. Esta empresa cuenta con centro de distribuciones propias.

\* Cervecera Tovar, su mayor distribución se encuentra en el sitio turístico de la Colonia Tovar ubicada en el Estado Aragua con un 80% de su producción y el 20% restante se distribuye en la capital del país, por medio de cadena de supermercados.

**Importadores:** Empresas comercializadoras de todo tipo de licores que poseen alguna línea de cerveza extranjera y a su vez venden los productos a los distribuidores. Los importadores, distribuyen el producto a los mayoristas, proveedores y minoristas del sector licorero. Es decir, a la cadena de supermercados, bares, discotecas, restaurares, entre otros.

Entre las marcas importadas presentes en Venezuela se encuentran en orden de importancia de acuerdo a su porcentaje de participación:

\* Cerveza Heineken, la de mayor presencia en el segmento de las cervezas importadas, es distribuida por cadena de supermercados, restaurantes, bares, discotecas, licorerías y en el interior del país.

\* Cerveza Warsteiner, es distribuida por cadena de supermercados, restaurantes,

---

<sup>10</sup>Empresa Polar Consultar sitio Web: [http:// www.empresas-polar.com/brochure.pdf](http://www.empresas-polar.com/brochure.pdf)

<sup>11</sup> Brahma Consultar sitio Web: [http:// www.brahma.com.ve/main.php](http://www.brahma.com.ve/main.php)

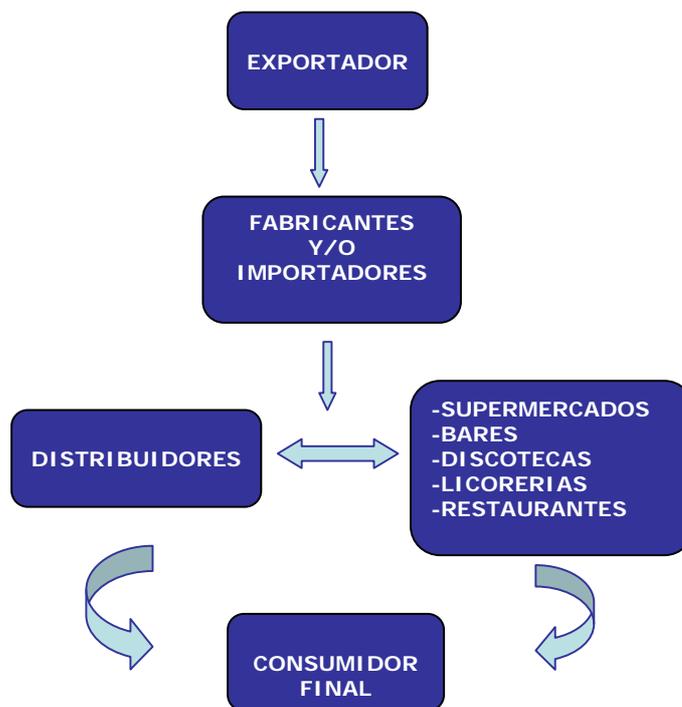
bares, discotecas, licorerías y en el interior del país.

\* Cerveza Löwenbräu, es distribuida en la capital y en el interior, como el Estado Aragua, Carabobo, Puerto la Cruz entre otros y sus principales centro de distribución son los hoteles, licorerías y las cadenas de supermercados.

\* Cerveza Groschl, es distribuida solamente en zona franca (Porlamar), la cual se dispersada por licorerías, bares, restaurantes y cadena de supermercado.

**Distribuidores:** Empresas mayoristas o minoristas que venden los licores al consumidor final. Entre estos tenemos: licorerías (botillerías), hoteles, restaurantes, bares, discotecas, cadenas de supermercados, supermercados independientes, entre otros.

Es importante destacar que de venta al producto de las cervezas importadas, varía dependiendo del punto de venta. Por tal motivo, diversos importadores de cervezas entrevistados, están evaluando colocarle al producto (impreso o en etiqueta) el precio sugerido de venta al público, para evitar distorsiones de precios que afecten la imagen del producto



### CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

A nivel mayorista, gran parte de los productos de este sector vienen con un embalaje, comúnmente denominado gavera, elaboradas en plástico que tienen una capacidad para 24 cervezas las botellas desechable y de 36 cervezas de botellas retornables.

En el caso de la cerveza Tovar, se distribuye en bolsas transparentes (film de plástico) de buen material con una base de cartón (tipo bandeja), siendo un embalaje más económico y más artesanal.



La presentación para la venta al consumidor final varían entre: envases de vidrio, de diversos colores como: transparente, marrón, verde y azul. Estas botellas pueden ser retornables o no retornables, esto va a depender de la marca y el tipo de cerveza, de igual forma va a variar los ml.

Otra presentación que va directa al consumidor son las latas (envases elaborados en base a aluminio) con diferentes diseños gráficos del etiquetado, de acuerdo a la empresa productora.

Algunos ejemplos de productos y sus presentaciones son:

Producto	Imagen
<b>POLAR PILSEN</b>	
<b>POLAR ICE</b>	

<b>POLAR LIGHT</b>			
<b>SOLERA</b>			
<b>SOLERA LIGHT</b>			
<b>BRAHMA CHOPP</b>			
<b>BRAHMA EXTRA LIC</b>			

222 ml

300 ml

355 ml

<p><b>BRAHMA LIGHT</b></p>			
<p><b>REGIONAL PILSEN</b></p>			
<p><b>REGIONAL LIGHT</b></p>			
<p><b>REGIONAL DRAFT</b></p>			
<p><b>ZULIA</b></p>			

TOVAR	
HEINEKEN	
BAVARIA	
WARSTEINER	
LOWENBRAU	
GROLSCH	

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

- A través del Servicio de Información Comercial de ProChile, los exportadores podrán adquirir información actualizada de las empresas venezolanas fabricantes, importadoras del sector y persona contacto que se encuentra a cargo de las compras (teléfono, fax, email, website, etc).
- Se sugiere organizar visitas y misiones comerciales de prospección a este mercado, con la finalidad de dar a conocer las características del mercado de las cervezas en Venezuela, para lo cual esta Oficina Comercial prestará todo el apoyo necesario que contribuya a esta iniciativa.
- Por otra parte, se sugiere que las empresas cerveceras chilenas promuevan su oferta en la principal feria gastronómica de Caracas, para lo cual esta Oficina Comercial prestará todo el apoyo necesario que contribuya a esta iniciativa.
- Se recomienda iniciar el registro de la marca para poder exportar, ya que estos trámites tardan mucho. (Aunque no tengan un importador).
- Asimismo, esta Oficina podrá apoyar en la organización de degustaciones, como Show Rooms, que permitan la difusión de cada empresa exportadora chilena de cerveza artesanal, con la finalidad de dar a conocer su producto dentro del sector importador venezolano. El producto cerveza artesanal se presta para la organización de un buen showroom.
- Se sugiere buscar un representante/ importador presente en el mercado de la cerveza que desee complementar su oferta con una variedad de origen chileno.

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

\* En Caracas se realiza anualmente el Salón Internacional de la Gastronomía. Con una muy fuerte presencia de la oferta del sector vinos, licores y cerveza.

En el año 2009, este evento se realizará desde el 5 hasta el 8 de noviembre 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.

\* El 27 de agosto del presente año, se realizará una Muestra y Cata de licores (vinos, pisco, cervezas) 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 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, Product Manager a cargo del proyecto correo [pvasque@prochile.cl](mailto:pvasque@prochile.cl)

## **OTRA INFORMACION RELEVANTE**

- CAMARA VENEZOLANA DE FABRICANTES DE CERVEZA:  
<http://www.caveface.org.ve/>
- Industria Cervecera Latinoamericana :  
<http://www.cerveceroslatinoamericanos.com/Indice2007.pdf>
- COMISIÓN ADMINISTRADORA DE DIVISAS (CADIVI):  
<http://www.cadivi.gov.ve>
- EMPRESA BRAHMA: <http://www.brahma.com.ve/main.php> ;  
<http://www.cisneros.com/Organizacion/Empresas/Listado?ctId=101&id=58>
- EMPRESA POLAR: <http://www.empresas-polar.com/brochure.pdf>
- EMPRESA REGIONAL: <http://www.cerveceriaregional.com/>
- FONDO PARA LA NORMALIZACION Y CERTIFICADO DE CALIDAD (NORMAS DE CALIDAD COVENIN): <http://www.fondonorma.org.ve>
- GACETA OFICIAL N° 5.618 DEL 5 DE OCTUBRE DE 2007.  
[www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR CONTENIDO SENIAT/02NORMATIVA\\_LEGAL/2.4TRIBUTOS\\_INTERNOS/2.4.07IAEA/2.4.7.1IAEA\\_LEYES/IAEA\\_LEYES\\_01\\_Ley\\_IAEA\\_05-10-07.pdf](http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR CONTENIDO SENIAT/02NORMATIVA_LEGAL/2.4TRIBUTOS_INTERNOS/2.4.07IAEA/2.4.7.1IAEA_LEYES/IAEA_LEYES_01_Ley_IAEA_05-10-07.pdf)
- GACETA OFICIAL N° 39.127 DEL 26 DE FEBRERO DE 2009.  
[http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR CONTENIDO SENIAT/03TRIBUTOS/3.0NOTICIAS\\_TRIBUTOS/valor\\_ut.pdf](http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR CONTENIDO SENIAT/03TRIBUTOS/3.0NOTICIAS_TRIBUTOS/valor_ut.pdf)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DE VENEZUELA, INE:  
<http://www.ine.gov.ve>
- MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL COMERCIO:  
<http://tramites.milco.gov.ve/tramites/>
- MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA SALUD: [www.msds.gov.ve](http://www.msds.gov.ve)
- [SERVICIO AUTÓNOMO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN, CALIDAD, METROLOGÍA Y REGLAMENTOS TÉCNICOS](http://www.sencamer.gov.ve/sencamer/normas/91-02.pdf) :  
<http://www.sencamer.gov.ve/sencamer/normas/91-02.pdf>
- SERVICIO AUTÓNOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: [www.sapi.gov.ve](http://www.sapi.gov.ve)

- SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION ADUANERA Y TRIBUTARIA, SENIAT: <http://www.seniat.gov.ve>

## **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. ETIQUETAS O ENVOLTORIOS (ALIMENTOS): TRES (3) MUESTRAS DE LAS ETIQUETAS O SUS PROYECTOS, MARBETES, COLLARINES O CUALQUIER INFORMACION QUE LLEVE EL PRODUCTO. MUESTRAS: QUINCE O UNIDADES DE REPRESENTACION O UN KILO Y MEDIO DE LA MÁS RECIENTE FABRICACION.
9. VINOS: ETIQUETAS: SIETE (7) MUESTRAS DE LAS ETIQUETAS O SUS PROYECTOS, MARBETES, COLLARINES O CUALQUIER INFORMACION QUE LLEVE LA BOTELLA. MUESTRAS: 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).

10. 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.

11. COSTOS REFERENCIALES PARA ANÁLISIS DE LICORES ANTE EL INSTITUTO INHRR:

- a. LICORES CON MENOS DE 20 °GL: Bolívares: 616.590 por presentación.
- b. LICORES CON MAS DE 20 °GL: Bs. 822.120 por presentación.  
Tipo de Cambio actual (Control de Cambios): Bolívares 2.144,60 por dólar.

12. 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\$ 300 DÓLARES POR CADA REGISTRO SANITARIO (SE DEBE HACER UN REGISTRO POR PRODUCTO Y POR PRESENTACIÓN).

**LOS TRÁMITES LOS DEBE EFECTUAR EL IMPORTADOR, REPRESENTANTE Y/O ASESOR EN:**

**MINISTERIO DE SALUD Y DESARROLLO SOCIAL (MSDS).**

DIRECCIÓN: CENTRO SIMON BOLIVAR, EDIFICIO SUR, PISO 3, OFICINA 313, DIVISION HIGIENE DE LOS ALIMENTOS, EL SILENCIO, CARACAS.

TELEFONOS: 58-212-4080000 / 4080475 FAX: 4080505. EMAIL: [msds@msds.gov.ve](mailto:msds@msds.gov.ve) WEB: [www.msds.gov.ve](http://www.msds.gov.ve)

DIRECTOR DE HIGIENE DE LOS ALIMENTOS: SR. LUIS MILLÁN. EMAIL: [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.

Según información reciente, 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.

**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 U.T.: BS. 37.632. Tipo de Cambio actual (Control de Cambios): Bolívares 2.144,60 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)

COORDINADOR DE MARCAS: DR. ANTARAJÚ BURGOS, TELÉFONO: 58-212-4812466. EMAIL: [aburgos@sapi.gob.ve](mailto:aburgos@sapi.gob.ve)

DIRECTOR GENERAL: LIC. EDUARDO SAMAN. EMAIL: [samenedu@sapi.gob.ve](mailto:samenedu@sapi.gob.ve)

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

Es importante destacar que los registros sanitarios son de propiedad de la empresa nacional o extranjera fabricante del producto. Los Timbres Fiscales por aprobación de etiquetas por parte del SENIAT son de Ochenta Dólares Americanos (U.S. \$ 80,00 ) por producto y presentación.

**ANEXO III**

**EMISIÓN DE LOS CERTIFICADOS DE NO PRODUCCIÓN Y DE PRODUCCIÓN**

**INSUFICIENTE**

MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL COMERCIO

CON EL PROPÓSITO DE PONER EN CONOCIMIENTO LOS NUEVOS REQUERIMIENTOS DE CARÁCTER PROCEDIMENTAL QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA PARA LA ELABORACIÓN Y EMISIÓN DE LOS CERTIFICADOS DE NO PRODUCCIÓN Y DE PRODUCCIÓN INSUFICIENTE, EMITIDOS POR ÉSTE MINISTERIO, LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE REQUIERAN IMPORTAR MATERIA PRIMA, INSUMOS, BIENES O PRODUCTOS DE CONSUMO FINAL, CON EL OBJETO DE ABASTECER LA INDUSTRIA, LA MANUFACTURA Y LOS PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD, PARA CONTINUAR EN SU ACTIVIDAD ECONÓMICA, A LOS FINES DE SER BENEFICIARIOS DE LA EXONERACIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN O ADQUISICIÓN DE DIVISAS PREVISTOS POR EL EJECUTIVO NACIONAL, DEBERÁN CONSIGNAR ANTE EL MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL COMERCIO LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

1. SOLICITUD ESCRITA DEL CERTIFICADO DE NO PRODUCCIÓN O DEL CERTIFICADO DE PRODUCCIÓN INSUFICIENTE, DIRIGIDA AL VICEMINISTRO (A) DE INDUSTRIAS LIGERAS DE ESTE MINISTERIO, EN LA CUAL SE SEÑALE:
  - IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA (DIRECCIÓN, MUNICIPIO, ESTADO, NÚMERO DE TELÉFONO, FAX, CORREO ELECTRÓNICO, ACTIVIDAD PRINCIPAL Y SECTOR AL QUE PERTENECE).

- IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA SOLICITANTE O DE LA PERSONA QUE ACTÚE EN REPRESENTACIÓN DE LA MISMA, ACOMPAÑADO DE PODER NOTARIADO (NOMBRE Y APELLIDO, NÚMERO DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD, CORREO ELECTRÓNICO Y CARGO).
- DESCRIPCIÓN TÉCNICA Y COMERCIAL (PRODUCTO, CÓDIGO ARANCELARIO, CANTIDAD A IMPORTAR, ORIGEN DE LA MATERIA PRIMA, INSUMOS, BIENES O PRODUCTOS DE CONSUMO FINAL, ESPECIFICACIONES TÉCNICAS, PUERTO DE ENTRADA, FECHA ESTIMADA DE LA ENTRADA, VALOR EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA DE LA MATERIA PRIMA, INSUMOS, BIENES O PRODUCTOS DE CONSUMO FINAL Y COMPOSICIÓN QUÍMICO, CUANDO APLIQUE).
- JUSTIFICACIÓN POR LA CUAL SE REQUIERE EL CERTIFICADO, (SI ES PARA LA INDUSTRIA, LA MANUFACTURA O PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD)

- ✓ EXONERACIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (**ART. 17 Ó 18 DE LA LEY DE IMPUESTO AL VALOR AGREGADO**)
- ✓ EXONERACIÓN IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN (**ART. 91 DE LA LEY ORGÁNICA DE ADUANAS**)
- ✓ AUTORIZACIÓN DE ADQUISICIÓN DE DIVISAS (**PROVIDENCIAS DE CADIVI**).

**LISTA ANEXA Nº 2**

CODIGO ARANCELARIO	DESCRIPCION ARANCELARIA	MINISTERIO	ANEXO
2203.00.00.00	CERVEZA DE MALTA.	MPPILCO	ANEXO 2

Dicha solicitud deberá expresar que tiene carácter de declaración jurada.

2. LA SOLICITUD DEBERÁ ESTAR ACOMPAÑADA DE LISTADO FÍSICO Y ELECTRÓNICO DE LA MATERIA PRIMA, INSUMO, BIENES O PRODUCTOS DE CONSUMO FINAL, OBJETOS DE LA SOLICITUD. EL FORMATO ELECTRÓNICO SERÁ SUMINISTRADO PREVIAMENTE POR ESTE DESPACHO.
3. OFICIO EMITIDO POR EL SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (SENIAT) DE LAS CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE LA MATERIA PRIMA, INSUMO, BIENES O PRODUCTOS DE CONSUMO FINAL, CONTENIDOS EN SU SOLICITUD.
4. COPIA DEL REGISTRO DE INFORMACIÓN FISCAL (RIF) Y NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT) DE LA PERSONA JURÍDICA SOLICITANTE.
5. COPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA O DEL APODERADO.
6. COPIA DEL PODER NOTARIADO, EN CASO DE QUE EL SOLICITANTE NO SEA EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA.
7. COPIA DE LA FACTURA COMERCIAL DEFINITIVA O FACTURA PRO FORMA DE LA PRÓXIMA IMPORTACIÓN.
8. RESUMEN DEL PROYECTO QUE LA PERSONA JURÍDICA VA A DESARROLLAR, EN EL CASO DE LA IMPORTACIÓN DE MAQUINARIAS,

MOLDES O PIEZAS DIRIGIDAS AL SECTOR TRANSFORMADOR DE PLÁSTICO, CUANDO APLIQUE.

9. REGISTRO SANITARIO VIGENTE, EMITIDO POR EL MINISTERIO DE SALUD Y DESARROLLO SOCIAL, CUANDO APLIQUE.
10. COPIA DE LA ÚLTIMA DECLARACIÓN DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA.
11. COPIA DE LA ÚLTIMA DECLARACIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.
12. SOLVENCIA DEL PAGO DE IMPUESTOS MUNICIPALES.
13. UN TIMBRE FISCAL DE CONFORMIDAD A LA NORMATIVA LEGAL VIGENTE. (LEY DE TIMBRE FISCAL. G. O. N° 5.416 DE FECHA 22 DE DICIEMBRE DE 1999. ART. 4 NUMERAL 2: ... "LA EXPEDICIÓN DE COPIAS CERTIFICADAS DE TÍTULOS, CONSTANCIAS O CERTIFICADOS, CREDENCIALES O PERMISOS EXPEDIDOS POR ORGANISMOS OFICIALES, DISTINTOS A LAS EXPRESAMENTE REGULADAS POR OTROS ARTÍCULOS DE ESTA LEY. TRES DÉCIMAS DE UNIDAD TRIBUTARIAS (0,3 U.T. EQUIVALENTE A BS. 16.50°°).

EL MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL COMERCIO PODRÁ REQUERIR CUALQUIER INFORMACIÓN O RECAUDO QUE FUESE NECESARIO PARA VERIFICAR LA SOLICITUD DE LOS RESPECTIVOS CERTIFICADOS, EN DOCUMENTOS ORIGINALES O POR MEDIOS ELECTRÓNICOS.

EL HORARIO PARA LA SOLICITUD DE INFORMACIÓN, CONSIGNACIÓN Y RETIRO DE DOCUMENTACIÓN ES DE LUNES A VIERNES DE 8:30 AM A 11:30 AM, TARDE 1:30 PM A 4: 00 PM. SIN EXCEPCIONES.

[noproduccionnacional@milco.gob.ve](mailto:noproduccionnacional@milco.gob.ve)

Teléfono: 0212 509.07.97

**NOTA:**

- **En el caso de los Órganos y Entes Públicos que soliciten los **Certificados de No Producción o de Producción Insuficiente**, deberán cumplir con los numerales **1, 2, 3, 4, 7, 8 y 9**.**
- LAS SOLICITUDES QUE NO CUMPLAN CON LOS REQUISITOS QUE ARRIBA SE EXPONEN, RETRASARAN EL ESTUDIO QUE ES DE 24 DIAS A UN MES HABILES.
- EL TIEMPO DE VALIDEZ DE LOS CERTIFICADOS DE NO PRODUCCIÓN NACIONAL ES DE UN AÑO A PARTIR DE LA FECHA DE EMISIÓN Y LOS CERTIFICADOS DE INSUFICIENCIA NACIONAL TIENEN UNA DURACIÓN DE TRES MESES.
- LOS CERTIFICADOS ORIGINALES QUE SE LES ENTREGUEN DEBEN CONSERVARLOS LAS EMPRESAS SOLICITANTES.
- ESTOS REQUISITOS DEBEN CUMPLIRSE IGUALMENTE PARA LA RENOVACIONES DE LOS CERTIFICADOS YA EMITIDOS.