



VENEZUELA



YAŞ SEBZE VE MEYVE SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : Ekim / 2025

Raporu Hazırlayan: Karakas Ticaret Müşavirliği

1. Ülke Pazarında Yaş Sebze ve Meyve Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Venezuela'da tarım sektörü, ülke ekonomisinin geleneksel olarak önemli bir parçası olmasına rağmen, son yıllarda gayri safi yurt içi hasıla (GSYH) içindeki payı görece oldukça düşük bir seviyede kalmıştır. Resmî olmayan verilere göre, tarımın GSYH'ye katkısı yaklaşık %6 civarındadır. Ülkede yaşanan ekonomik daralma, altyapı yetersizlikleri, döviz kısıtlamaları ve üretim girdilerinde dışa bağımlılık gibi faktörler, sektördeki verimliliği ve üretim kapasitesini olumsuz etkilemiştir.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Venezuela'da tarım sektöründe fiyat kontrolleri, üretim girdilerine erişim sorunları ve yüksek enflasyon oranları gibi ekonomik faktörler, üretici fiyatlarının istikrarını ciddi şekilde etkilemektedir. Bu koşullar altında, ürünlerin gerçek piyasa değerini yansıtan resmî ortalama üretici fiyatlarına ulaşmak oldukça güçtür. Döviz kuru dalgalanmaları ve devletin uyguladığı fiyat denetimleri, tarımsal ürünlerin maliyet yapısını sürekli değiştirmekte ve üreticiler arasında büyük fiyat farklılıklarına neden olmaktadır. Dolayısıyla, Venezuela'da yaş sebze ve meyve üretiminde fiyatlar hem şeffaflıktan uzak hem de hızlı değişkenlik gösteren bir yapı sergilemektedir.

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Venezuela'da yaş sebze ve meyve sektörüne yön veren ve sektörel gelişimi destekleyen çeşitli kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. Bu alanda öne çıkan kurumlar arasında, ülke genelindeki tarım üreticilerini temsil eden Fedeagro (Confederation of Associations of Agricultural Producers of Venezuela) ile tarım sektör destek örgütü FUSAGRI yer almaktadır.

- **Fedeagro (Confederation of Associations of Agricultural Producers of Venezuela):** Ülke genelindeki bitkisel üretim yapan çiftçileri temsil eden en büyük tarımsal üretici konfederasyonudur. Politika yapıcılarla çiftçiler arasında köprü görevi görür.
- **FENAPHORT (Federación Nacional de Asociaciones de Productores de Papas y Hortalizas):** Patates ve sebze üreticilerinin federasyonu.
- **FUSAGRI (Fundación Servicio para el Agricultor):** Tarım destek kuruluşu.
- **AGROFANB (Empresa Agropecuaria de la FANB):** Venezuela Bolivarcı Ulusal Silahlı Kuvvetler bünyesinde faaliyet gösteren tarımsal üretim şirkettir.

1.4 Yaş Sebze ve Meyve Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Büyük ölçüde ithalata bağımlı olan pazarın toptan satışı haller üzerinden organize edilmektedir. Söz konusu hallerde ülkenin farklı yerlerinden gelen ve ithal edilen malların satışı yapılmaktadır. Perakende kanalında ise zincir mağazalar, süpermarketler ve sokak/semte pazarı öne çıkmaktadır. Venezuela'daki süpermarketlerde sebze ve meyve ürünleri genellikle yüksek kaliteye sahiptir; ithal ürünlerin varlığı ve daha iyi depolama koşulları sayesinde görünüm ve tazelik açısından tüketici beklentilerini karşılar. Ancak bu kalite, fiyatlara da doğrudan yansımaktadır. Döviz bazlı fiyatlandırma ve ithalat maliyetleri nedeniyle, süpermarketlerdeki sebze ve meyve fiyatları halkın alım gücüne kıyasla oldukça yüksektir. Buna karşılık, yerel semte pazarlarında (mercados de barrio) ürün kalitesi daha düşük olmasına rağmen fiyatlar daha uygun seviyededir. Bu pazarlarda yerel üreticiler doğrudan satış yapabildiği için maliyetler azalmakta, tüketiciye daha erişilebilir seçenekler sunulmaktadır. Böylece ülkede yaş sebze ve meyve perakende piyasası, kalite ile fiyat arasında belirgin bir denge farkı göstermektedir.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

Venezuela'nın tarım sektörü genel olarak ithalata bağımlı bir yapı göstermektedir. Ülke, geçmişte güçlü bir tarımsal üretim altyapısına sahip olmasına rağmen, son yıllarda ekonomik kriz, döviz kısıtlamaları ve üretim maliyetlerinin yükselmesi gibi etkenlerle birlikte tarımsal üretim kapasitesinde ciddi düşüşler yaşamıştır. Bu durum, yaş sebze ve meyve dahil olmak üzere birçok temel gıda ürününün dışarıdan temin edilmesine yol açmıştır. 2024 verilerine göre, Venezuela'nın toplam tarım ürünü ithalatı yaklaşık 3 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

Yaş sebze ve meyve ihracatı açısından Venezuela sınırlı bir kapasiteye sahiptir; ancak bazı ürünlerde bölgesel avantajlar öne çıkmaktadır. Özellikle muz (plátano), mango, papaya ve ananas gibi tropikal meyveler ihracatta ön plandadır. Bu ürünler, iklimsel avantajlar sayesinde yıl boyunca üretilebilmekte ve Karayipler ülkeleri (Aruba, Curaçao, Trinidad & Tobago) gibi yakın pazarlara gönderilmektedir. Son yıllarda bu ürünlerin ihracatında yaklaşık %15–20 civarında artış rapor edilmiştir. Ancak

Venezuela'nın yaş meyve ihracat hacmi hâlâ Latin Amerika'daki büyük üretici ülkeler (Ekvador, Kolombiya, Peru) ile karşılaştırıldığında oldukça sınırlıdır.

Ülkenin ithalat kalemleri incelendiğinde, Venezuela'nın yaş sebze ve meyvede soğan, patates, domates, elma ve armut gibi ürünlerde dışa bağımlı olduğu görülmektedir. Bu ürünlerin büyük kısmı ABD, Brezilya, Arjantin ve Kolombiya gibi ülkelere tedarik edilmektedir. Özellikle iklim koşulları veya iç üretimde yaşanan aksaklıklar nedeniyle ithalat artış göstermektedir. Tarım politikalarındaki istikrarsızlık ve üretim maliyetlerinin döviz bazlı olması, yerli üreticilerin ithal ürünlerle rekabetini zorlaştırmaktadır.

Venezuela'da yaş sebze ve meyve ticaretinin gelişimini kısıtlayan birkaç temel faktör vardır. Öncelikle, soğuk zincir ve lojistik altyapısı zayıf durumdadır; bu da hem ihracatta hem iç piyasada ürün kayıplarına neden olmaktadır. İkinci olarak, ihracata yönelik üretimde kalite standardizasyonu ve sertifikasyon eksikliği yaşanmaktadır.

Üçüncü olarak, ülke içinde yüksek enflasyon ve döviz kuru dalgalanmaları nedeniyle maliyet hesaplamaları belirsizleşmekte, bu da uzun vadeli ihracat anlaşmalarını güçleştirmektedir.

Venezuela, coğrafi konumu itibarıyla Karayipler ve Latin Amerika pazarlarına yakınlığı sayesinde dış ticarete lojistik avantajlara sahiptir. Ancak bu avantaj, üretim hacmindeki düşüş ve altyapı eksiklikleri nedeniyle tam olarak değerlendirilememektedir. Son yıllarda hükümet, özellikle “Plan Productivo 2025” çerçevesinde yaş sebze ve meyve ihracatını canlandırmak amacıyla üretici birlikleri ve devlet destekli şirketlerle (örneğin AGROFANB) yeni üretim projeleri başlatmıştır. Bu girişimler,

Özetle, Venezuela'nın yaş sebze ve meyve sektöründe dış ticareti hâlâ ithalat ağırlıklı bir karakter taşımaktadır. İhracat potansiyeli olan ürünler (özellikle tropikal meyveler) sınırlı ölçekte dış pazarlara ulaşmakta; buna karşın temel sebze ürünlerinde dışa bağımlılık devam etmektedir. Altyapı yatırımları, üretim teşvikleri ve uluslararası ticaret düzenlemelerinde yapılacak iyileştirmeler, sektörün ihracat kapasitesini artırabilir. Ancak kısa vadede Venezuela'nın yaş sebze-meyve dış ticaret dengesi, ithalat lehine seyretmeye devam edecektir.

2.1 Tarım Aletleri ve Makineleri Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler

Venezuela'nın yaş sebze ve meyve sektöründe en fazla ithalat yaptığı ülkeler, genel olarak coğrafi yakınlık, lojistik avantaj ve ticari ilişkiler çerçevesinde şekillenmektedir. Ülke, iç üretim kapasitesindeki düşüş ve gıda arzındaki açık nedeniyle birçok tarımsal üründe olduğu gibi sebze ve meyvede de dışa bağımlıdır. Bu alanda başlıca tedarikçiler Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Brezilya, Kolombiya, Arjantin ve Şili'dir. ABD, özellikle elma, armut, üzüm ve turunçgil gibi meyvelerde öne çıkarken; Brezilya ve Arjantin, patates, soğan, havuç gibi temel sebze ürünlerinde Venezuela'ya ihracat yapmaktadır. Komşu ülke Kolombiya, sınır ticareti yoluyla hem taze sebze hem de muz ve plantain gibi meyveleri önemli miktarda tedarik etmektedir. Ayrıca bazı tropikal meyvelerde Ekvador ve Peru da küçük paylarla pazarda yer almaktadır. Bu ithalat akışında, Venezuela'nın zayıf üretim altyapısı ve iklimsel dalgalanmalar belirleyici rol oynamakta; gıda güvenliğini sağlamak amacıyla ülke, yakın ve lojistik olarak erişilebilir pazarlardan yaş sebze-meyve ithalatına yönelmektedir.

2.2 Tarım Aletleri ve Makineleri Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler

Venezuela'nın yaş sebze ve meyve sektöründe en fazla ihracat yaptığı ülkeler, genellikle coğrafi yakınlık ve kısa mesafe lojistik avantajı sunan **Karayipler bölgesindeki komşu ülkelerdir**. Başta **Aruba, Curaçao, Trinidad ve Tobago** gibi ada ülkeleri, Venezuela'nın taze sebze ve meyve ihracatında en önemli alıcılar arasında yer almaktadır. Bu ülkelere özellikle **muz (plátano), mango, papaya, ananas** ve sınırlı miktarda **domates ve biber** gibi ürünler ihraç edilmektedir. Bunun dışında, **Kolombiya** ile de

karşılıklı sınır ticareti kapsamında belirli miktarda yaş meyve ve sebze alışverişi yapılmaktadır. Venezuela'nın bu pazarlarda avantajı, tropikal iklim koşulları sayesinde yıl boyunca üretim yapabilmesidir. Ancak üretim hacmi ve kalite standardizasyonundaki eksiklikler nedeniyle ihracat miktarları hâlâ sınırlıdır. Buna rağmen, hükümetin tarımsal üretimi artırmaya yönelik politikaları ve yeni üretici birliklerinin kurulması, önümüzdeki yıllarda özellikle Karayip pazarlarında Venezuela'nın taze meyve ve sebze ihracat payını artırma potansiyeli taşımaktadır.

3. Sektörde Ülkemizden İhracat

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı

Türkiye'nin Venezuela'ya yaş sebze ve meyve sektöründe doğrudan ve yüksek hacimli bir ihracatı bulunmamaktadır. Ancak geçtiğimiz yıllarda sebze olmamakla birlikte bazı meyve ürünlerinin ihracatı gerçekleştirilmiştir.

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

Venezuela'da yaş sebze ve meyve sektöründe ihracat yoluyla pazara giriş, ülkenin ithalat bağımlılığı ve bölgesel ticaret potansiyeli göz önüne alındığında yabancı ihracatçılar için dikkat çekici fırsatlar sunmaktadır. Ülkede yaşanan ekonomik zorluklara rağmen, tropikal iklimin getirdiği mevsimsellik avantajı sayesinde sebze ve meyve talebi yıl boyunca devam etmektedir. Yerel üretimin yetersiz kaldığı dönemlerde ithal ürünlere yönelim artmakta; bu da dış tedarikçilere pazar açığı yaratmaktadır. Özellikle Türkiye gibi güçlü tarımsal üretim altyapısına sahip ülkeler için, Venezuela pazarı orta vadede gelişmeye açık bir hedef konumundadır.

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Venezuela'da ihracat yoluyla hedeflenebilecek bölgeler genellikle yüksek nüfuslu ve ticari merkezlerdir. Başkent Karakas, ülkenin en büyük tüketim merkezi olup ithal gıda ürünlerinin önemli bir kısmı burada satılmaktadır. Maracaibo (Zulia Eyaleti), Kolombiya sınırına yakınlığı sayesinde hem ithalat hem yeniden ihracat açısından stratejik bir noktadır. Valencia ve Maracay, orta gelirli tüketici kitlesine sahip endüstriyel şehirler olarak öne çıkar. Ayrıca La Guaira ve Puerto Cabello limanları, deniz yoluyla ülkeye giren taze ürünlerin ana giriş kapılarıdır. Bu bölgeler, lojistik ve dağıtım açısından ihracatçıların öncelikli hedef pazarları olmalıdır.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Venezuela'da yaş sebze ve meyve sektörü, son yıllarda ülkenin ekonomik koşulları ve tarım politikalarındaki değişimlerle birlikte karma bir pazar yapısı göstermektedir. Sektörde hem devlet destekli tarımsal üretim kuruluşları hem de özel üretici birlikleri aktif rol oynamaktadır. Ülke genelinde üretim büyük ölçüde iç tüketimi karşılamaya yöneliktir; ihracat hacmi ise sınırlıdır. Ekonomik kriz, döviz sıkıntısı ve üretim maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle birçok özel üretici faaliyetlerini daraltmış, devlet destekli üretim projeleri ön plana çıkmıştır.

Venezuela’da pazar yapısının temelini devlet destekli kuruluşlar oluşturmaktadır. Bunların başında, Venezuela Silahlı Kuvvetleri’ne bağlı olarak kurulan AGROFANB (Empresa Agropecuaria de la FANB) gelir. AGROFANB, ülkenin gıda güvenliğini sağlamak amacıyla sebze, tahıl ve patates üretimi yapmaktadır. Bunun yanında AgroPatria ve Corporación Venezolana Agraria (CVA) gibi kuruluşlar da tohum, gübre, ilaç ve ekipman tedarikinde önemli görev üstlenmektedir. Devlet, bu kurumlar aracılığıyla hem üretimi teşvik etmekte hem de fiyat istikrarını korumaya çalışmaktadır.

Özel sektör tarafında ise üretici birlikleri ve ihracat odaklı firmalar ön plana çıkmaktadır. FEDEAGRO (Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios de Venezuela), ülke çapındaki en büyük üretici konfederasyonudur ve yüzlerce tarımsal derneği bünyesinde barındırmaktadır. Bunun yanında FENAPHORT (Federación Nacional de Productores de Papas y Hortalizas), sebze üreticilerini temsil eden önemli bir örgüttür ve özellikle patates, soğan, havuç gibi ürünlerin üretim ve dağıtımında etkin rol oynamaktadır. Bu birlikler, üreticilere teknik destek sağlamakta, hükümetle üretim planlaması konularında iletişim kurmakta ve pazara erişim süreçlerini kolaylaştırmaktadır.

Sektörde faaliyet gösteren özel firmalar arasında Asociación de Exportadores Agrícolas de Venezuela, Asoprove (Asociación de Productores de Venezuela XXI) ve Agroinversiones El Lago dikkat çeker. Bu firmalar yaş meyve-sebze üretimi, ambalajlama, depolama ve iç pazarda dağıtım konularında uzmanlaşmıştır. Özellikle ihracat kapasitesini artırmak isteyen firmalar, Karayip ülkeleri ve Latin Amerika iç pazarlarında rekabet etmeyi hedeflemektedir. Ancak, ülke genelinde lojistik ve soğuk zincir altyapısının yetersizliği, bu firmaların dış ticarete istikrarlı büyüme göstermesini zorlaştırmaktadır.

Venezuela’daki yaş sebze ve meyve satış kanalları hem toptan hem perakende pazarlar üzerinden işlemektedir. Başkent Karakas’taki Mercado Mayor de Coche gibi büyük toptan pazarlar, ülkenin farklı eyaletlerinden gelen üreticilerin ürünlerini pazara sunmalarını sağlamaktadır. Perakende tarafında ise Central Madeirense, Excelsior Gama, Plan Suárez ve Automercados Plaza’s gibi süpermarket zincirleri öne çıkar. Bu zincirler, ithal ürünleri yüksek kalite standartlarıyla tüketiciye ulaştırırken, yerel semt pazarlarında daha uygun fiyatlı ancak kalite olarak değişken ürünler satılmaktadır.

Sonuç olarak, Venezuela’nın yaş sebze ve meyve sektörü, devletin yönlendirdiği üretim yapısı ile özel üretici birliklerinin çabalarının birleştiği bir sistemdir. Pazar, büyük ölçüde iç talebi karşılamaya odaklı olsa da, gelecekte ihracat potansiyelini artırma hedefi taşımaktadır. Bunun için üretim verimliliğinin artırılması, soğuk zincir yatırımlarının geliştirilmesi ve özel sektörün ihracat kapasitesinin güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu dönüşümün başarısı, devlet ve özel sektör arasındaki iş birliğinin sürdürülebilir şekilde geliştirilmesine bağlı olacaktır.

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Derneğ/STKlar ve İletişim Bilgileri

- FEDEAGRO (Confederation of Associations of Agricultural Producers of Venezuela)
Tel: +58 212-5714035
fedeağro.org](<https://fedeağro.org/>)

- FENAPHORT (Federación Nacional de Asociaciones de Productores de Papas y Hortalizas)
+58(212)7617489 / +58(212)7618843
fenavi@gmail.com
- FUSAGRI (Fundación Servicio para el Agricultor)
+58 212 987 1845 / +58 412 611 1435
contacto@fusagri.com
- FEDECÁMARAS (Federación de Cámaras y Asociaciones de Comercio y Producción de Venezuela)
+58 (0212) 731-1468 / 731-3166 / 730-2189 / 731-2146 / 731-1502 / 731-3271
- AGROFANB (Empresa Agropecuaria de la FANB)
agrofanbtransporte@gmail.com
- FUSAGRI (National Foundation for Agriculture)
+58 212 987 1845 / +58 412 611 1435
contacto@fusagri.com
<https://www.fusagri.com/>

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Venezuela’da yaş sebze ve meyve sektörüne ilişkin doğrudan ve kapsamlı iletişim bilgilerine erişim oldukça sınırlıdır. Ülkede yaşanan ekonomik ve siyasi belirsizlikler, sektörel şeffaflığı ve güncel veri paylaşımını önemli ölçüde kısıtlamaktadır. Resmi kurumların dijital altyapılarının yetersiz olması, özel sektörün çevrimiçi varlığının zayıflığı ve güncel kayıt sistemlerinin eksikliği, firmalarla ilgili doğrulanabilir iletişim bilgilerine ulaşmayı zorlaştırmaktadır.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

- Bitki Sağlık Sertifikası (Phytosanitary Certificate)
- Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin)
- Ticari Fatura (Commercial Invoice)
- Paketleme ve Ürün Listesi (Packing List)
- Konşimento / Taşıma Belgesi
- İthalat İzni / INSAI Onayı
- Sağlık ve Gıda Güvenliği Uygunluk Belgeleri
- SENIAT Gümrük Kayıt ve Beyannamesi

4.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?

Venezuela’da sevk öncesi inceleme zorunluluğu genel bir zorunluluk değildir, ancak bazı düzenlemeler, döviz tercihleri ve ürün gruplarına bağlı olarak uygulanmaktadır. İhracat yapmadan önce ithalatçı firmanın hangi döviz sistemini kullandığı, ürünün özellikleri ve lisans gereklilikleri netleştirilmelidir. Aşağıdaki bazı durumlarda ithalat işlemleri için sevk öncesi inceleme raporu talep edilmektedir:

- Tercihli döviz kuru ile ödeme yapılacak olması durumunda,

- SENCAMER (Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos) tarafından belirlenmiş belirli ürün grupları için teknik denetim veya kalite uygunluğu zorunluluğu bulunuyorsa,
- COEX (Comité de Comercio Exterior) tarafından “Yetersiz Ulusal Üretim” (Insuficiencia de Producción Nacional) belgesi istenmişse,
- Kamu ihaleleri veya devlet destekli özel projeler kapsamında yapılacak ithalat işlemlerinde.

Bu durumlarda sevk öncesi inceleme raporunun sunulmaması halinde, ürünler gümrükte durdurulabilir veya ülkeye girişine izin verilmez. Dolayısıyla, ithalatçı ve ihracatçı firmaların bu koşulları dikkate alarak işlem yapmaları büyük önem taşımaktadır.

4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar (milli katılım olup olmadığı) ve Tarihleri

AgroALBA Expo, söz konusu fuarda, yaş sebze ve meyve üretimi için ihracat, ticaret ve yatırım fırsatlarının tartışıldığı bir iş yuvarlak masa ve sergi ortamı sunulmakta olup milli katılım olmamıştır.

4.6 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Venezuela hükümetinin merkezi alım sistemi vardır ve kamu alımlarıyla ilgili tüm ihalelerin detayları burada yayımlanır. Söz konusu sayfaya <https://www.snc.gob.ve/> linkinden ulaşılabilir.

4.7 Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Venezuela'nın ticaret anlaşmaları genellikle bölgesel ticaret blokları ve ikili anlaşmalar etrafında şekillenmiştir. Ancak, ABD ve Avrupa Birliği gibi ülkelerden gelen ekonomik yaptırımlar, Venezuela'nın küresel serbest ticaret anlaşmalarına katılımını sınırlamıştır. Bununla birlikte, Venezuela hâlâ Latin Amerika ve Karayipler bölgesindeki ticaret anlaşmalarında aktif bir rol oynamaktadır. Venezuela'nın imzaladığı bazı önemli serbest ticaret anlaşmaları:

1. Latin Amerika ve Karayipler Ekonomik Entegrasyon (ALBA-TCP):

- Venezuela, ALBA-TCP (Bolivarcian Alliance for the Peoples of Our America - People's Trade Agreement / Amerika Halkları İçin Bolivarıcı İttifak - Halkların Ticaret Anlaşması) adlı bir bölgesel ekonomik birlik ve ticaret anlaşmasının kurucu üyelerindedir. Bu organizasyon, Latin Amerika ve Karayipler'deki bazı ülkeler arasında ticaretin teşvik edilmesini amaçlar.

- ALBA-TCP üyesi ülkeler arasında Venezuela, Küba, Bolivya, Nikaragua, Dominika ve diğer bazı Karayip ülkeleri bulunmaktadır.

2. Mercosur (Güney Amerika Ortak Pazarı):

- Venezuela, 2012 yılında Mercosur'a tam üye olmuştur. Mercosur, Arjantin, Brezilya, Paraguay, Uruguay ve Venezuela'nın yanı sıra Bolivya'nın da üyesi ile güney Amerika'da büyük bir ticaret bloğudur.

- Bu anlaşma, üye ülkeler arasındaki gümrük tarifelerini düşürmeyi ve serbest ticareti teşvik etmeyi hedefler.

3. Ülkemiz ile olan Ticaretin Geliştirilmesi Anlaşması:

Venezuela ile Ülkemiz arasındaki Ticaret Geliştirme Anlaşması, 17 Mayıs 2018 tarihinde imzalanmış ve 21 Ağustos 2020 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşma, iki ülke arasındaki ticaretin artırılması amacıyla gümrük tarifelerinde karşılıklı olarak indirimler ve kolaylıklar sağlamayı hedeflemektedir.

4. Çin-Venezuela Ticaret Anlaşması:

Bu anlaşma klasik anlamda bir "serbest ticaret anlaşması" olmasa da, Venezuela ile Çin arasında güçlü bir ticaret ilişkisi gelişmiştir. Çin, Venezuela'nın en büyük ticaret ortaklarından biri olup, özellikle petrol, altyapı geliştirme ve teknoloji alanlarında ticaret yapılmaktadır.

5. CARICOM-Venezuela Ticaret Anlaşması:

Venezuela, CARICOM (Karayip bölgesinde yer alan 15 ülke ve birkaç bağlı ülke) ülkeleriyle ticaret yaparken gümrük vergileri ve ticaret engelleri konusunda kolaylıklar elde etmektedir.

6. Ekvador-Venezuela Karşılıklı Ticaret Anlaşması

7. Bolivya-Venezuela Karşılıklı Ticaret Anlaşması

4.8 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Venezuela ile gerçekleştirilen dış ticarete, tercihli gümrük tarifelerinden yararlanabilmek için ürünlere ilişkin Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin) düzenlenmesi gerekmektedir. Öte yandan, Türkiye ile Venezuela arasında imzalanan Ticaretin Geliştirilmesi Anlaşması kapsamında indirimli gümrük vergilerinden faydalanabilmek için, sevkiyata konu ürünlerle birlikte EUR.1 Dolaşım Sertifikasının da ibraz edilmesi zorunludur. Bu belgeler, ürünlerin menşeyini kanıtlayarak, ithalat aşamasında uygulanacak vergi indirimlerinden yararlanılmasına olanak sağlamaktadır.

4.9 Sektörde Standartlar

Bitki ve sebze/meyve ürünlerinde fitosanitasyon (bitki sağlığı) izleme ve kontrolü zorunludur. İthal edilen sebze ve meyveler için, üretildiği ülkede yetkili kurum tarafından verilmiş bitki sağlığı sertifikası (phytosanitary certificate) gereklidir. İthalat için ayrıca, ürünün menşeyi belgesi (certificate of origin), ithalat izni, ürünün üretildiği ülkede satışa uygun olduğuna dair belge gibi dokümanlar gerekmektedir. Ayrıca, yerli üretim veya ithalat sonrası ürünlerin etiketlenmesi, paketleme, depolama, taşıma koşulları gibi "iyi tarım uygulamaları" ve "iyi üretim uygulamaları"na ilişkin düzenlemeler de mevcuttur.

4.10 Sektörde Etiketleme

Venezuela’da yaş sebze ve meyve sektöründe etiketleme uygulamaları, tüketici bilgilendirmesi, izlenebilirlik ve gıda güvenliği temelinde yürütülmektedir. Taze ürünlerin büyük kısmı açık halde satılsa da, paketlenmiş ve market kanallarında sunulan ürünler için etiket zorunluluğu bulunmaktadır.

Zorunlu Etiket Bilgileri:

- Ürün Adı: Meyve/sebze türü (ör: Tomate / Mango)
- Menşe ülke “Producto de ...” ibaresi (ithalat ürünlerinde zorunlu)
- Üretici/İthalatçı bilgisi Firma adı ve adresi
- Net ağırlık Kg/gram veya adet bilgisi
- Parti/Lot numarası İzlenebilirlik için zorunlu
- Paketleme/Hasat tarihi Raf ömrü ve tazelik takibi için
- Depolama talimatı Gerekirse: “Mantener refrigerado” vb.
- Hijyen ve kalite uyarıları Gerekirse: “Lavar antes de consumir”
- Etiket dili: İspanyolca olmalıdır.
- Etiket, paketin görünür ve kolay okunur kısmında yer almalıdır.
- Bilgiler silinmez şekilde basılmalı veya yapııştırılmalıdır.
- Renk ve puntolar okunabilir olmalıdır (bulanık yazı yasaktır).
- Ürünle temas eden etiket ve yapışkan maddeler gıda güvenliğine uygun olmalıdır.

4.11 Sektörde Ambalajlama

Venezuela’da yaş sebze ve meyve sektöründe ambalajlama, ürünün fiziksel bütünlüğünü koruma, hijyen sağlama, bozulmayı önleme ve soğuk zincir uyumunu temel alır. Ülke tropikal iklime sahip olduğu için uygun ambalajlama özellikle dayanıklılık, havalandırma ve nem kontrolü açısından kritik önemdedir.

Ambalajlama Gereklilikleri Hakkında Temel Bilgiler

- Ürün hasarını ve ezilmeyi önlemelidir.
- Ürün nefes alacak şekilde **havalandırılmalı** olmalıdır.
- Gıda ile temasa uygun malzemedir yapılmalıdır.
- Ürün temiz ve kuru olarak paketlenmelidir.
- Kolay istiflenebilir ve taşımaya dayanıklı olmalıdır.
- İzlenebilirlik için ambalaj üzerinde etiket ve lot kodu bulunmalıdır.

Kullanılan Ambalaj Türleri:

Ambalaj Türü - Kullanım Alanı

Plastik kasalar - Genel sebze ve meyve taşımacılığı

Ahşap kasalar - Narenciye, muz vb. ağır ürünlerde

Karton kutular - Hassas ve yüksek değerli ürünler (çilek, üzüm)

Ağ/ file torbalar - Patates, soğan, turunçgiller

Shrink/streç film - Palet çevreleme ve ürün stabilizasyonu
Gıda sınıfı iç poşet - Nem kontrolü gereken ürünlerde

4.12 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar vb.)

Venezuela’da yaş sebze ve meyve sektöründe lojistik yapısı, ülkenin coğrafi konumu, altyapısı ve ticaret sisteminin yapısı nedeniyle belirli zorluklar ve avantajlar içermektedir. İç piyasada ürünlerin büyük bölümü karayolu taşımacılığıyla dağıtılmakta, üretim bölgelerinden başkent Caracas ve diğer büyük şehirlerdeki toptan haller ve süpermarket zincirlerine soğutmalı kamyonlarla sevkiyat yapılmaktadır. Ancak road altyapısının bazı bölgelerde yetersiz olması ve uzun mesafeler, taşıma sürelerinin uzamasına yol açabilmektedir. Bu nedenle taze ürünlerin bozulmasını önlemek için soğuk zincirin korunması kritik öneme sahiptir.

Dış ticarete ise Venezuela'nın yaş sebze ve meyve taşımacılığında en çok tercih edilen yöntem deniz yolu taşımacılığıdır. Ürünlerin büyük bölümü konteyner bazlı sevkiyatla ülkeye giriş yapmakta veya ülke dışına gönderilmektedir. Başlıca lojistik merkezleri Puerto Cabello ve La Guaira limanlarıdır. Bu limanlar, uluslararası ticarete giriş ve çıkış noktaları olarak stratejik bir rol üstlenir. Soğutmalı konteyner (reefer) kullanımı özellikle narenciye, muz, avokado ve domates gibi raf ömrü kısıtlı ürünlerde gereklidir. Deniz yolu taşımacılığı ülkeye gelişlerde ortalama 15–35 gün arasında değişen süreler alırken, ürünün menşe ülkesine göre bu süre daha kısa veya uzun olabilir.

4.13 Dağıtım Kanalları

Venezuela’da yaş sebze ve meyve sektöründeki dağıtım kanalları, ülkenin üretim yapısı ve tüketim alışkanlıkları doğrultusunda hem geleneksel hem modern pazarlama sistemlerinin birleşiminden oluşmaktadır. Sektördeki dağıtım zinciri çoğunlukla yerli üretim üzerine kuruludur; ancak ithal ürünler de belirli kanallar üzerinden piyasaya ulaşır. Dağıtım sürecinin temelini üretici → toptancı → perakendeci → tüketici akışı oluşturur.

1. Toptan Hal ve Toptancı Merkezleri

Taze sebze ve meyvenin büyük çoğunluğu ülke genelindeki toptan hal pazarlarına sevk edilir. Başkent Caracas’taki Mercado Mayor de Coche en büyük toptan merkezlerden biridir. Bu noktalarda üreticiler, kooperatifler veya aracılar tarafından getirilen ürünler toptancı tüccarlara satılır ve daha sonra perakendecilere dağıtılır. Toptan haller, özellikle şehir içi tedarikte kritik rol oynar.

2. Süpermarket ve Market Zincirleri

Modern perakende kanalları son yıllarda daha görünür hâle gelmiştir. Özellikle orta ve üst gelir gruplarına hitap eden zincir marketler taze ürün satışında önemli paya sahiptir. Başlıca zincirler şunlardır:

- Excelsior Gama
- Central Madeirense
- Plaza’s
- Gama Gourmet

Bu marketlerde daha çok ambalajlı ve yüksek kaliteli ürünler satılır; ithal ürünlere erişim de en çok bu kanalda mümkündür.

3. Yerel Pazarlar (Mercados Municipales) ve Sokak Satıcıları

Yerel halkın büyük bir kısmı sebze ve meyve ihtiyacını semt pazarları, açık pazarlar ve mobil satıcılardan karşılar. Bu kanallarda ürünler genellikle daha uygun fiyatlı, ancak kalite ve tazelik bakımından değişkenlik gösterebilir. Ürünler çoğunlukla yerel üreticiden veya bölgesel toptancılardan tedarik edilir.

4. Üretici Birlikleri ve Kooperatif Satışları

Bazı bölgelerde üretici birlikleri (örneğin FEDEAGRO, FENAPHORT) doğrudan satış noktaları oluşturmakta veya aracısız dağıtım yapmaktadır. Bu model özellikle kırsal bölgelerde kısa tedarik zinciri oluşturur ve fiyat avantajı sağlar.

4.14 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

4.14.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Venezuela'da yaş sebze ve meyve sektöründe e-ticaret, ülkenin ekonomik koşulları, dijital dönüşüm hızı ve tüketici alışkanlıklarıyla şekillenen gelişmekte olan ancak sınırlı ölçekli bir yapıya sahiptir. Geleneksel pazarlar ve fiziksel marketler hâlâ en çok tercih edilen satış kanalları olsa da, özellikle büyük şehirlerde online market alışverişi ve teslimat hizmetleri giderek yaygınlaşmaktadır.

Venezuela'da yaş sebze ve meyve sektöründe e-ticaret için kullanılan platformlar, ülkenin dijitalleşme süreci ve tüketici talebi doğrultusunda giderek çeşitlenmektedir. En çok öne çıkan satış noktaları, büyük market zincirlerinin çevrim içi alışveriş sistemleridir. Excelsior Gama, Plaza's ve Central Madeirense gibi perakendeciler, özellikle Caracas gibi büyük şehirlerde online sipariş ve eve teslim hizmeti sunarak, taze sebze ve meyveye erişimi kolaylaştırmaktadır. Bu platformlar, ürün çeşitliliği ve kalite güvencesi arayan orta ve üst gelir grubuna hitap eder.

Buna ek olarak, bağımsız girişimler ve yerel tedarikçiler de internet üzerinden doğrudan tüketiciye satış yapmaktadır. Bu işletmeler genellikle mobil uygulamalar, kendi web siteleri veya özel teslimat hizmetleri aracılığıyla faaliyet gösterir ve müşterilerine daha hızlı ve esnek dağıtım seçenekleri sunar.

Öte yandan, Venezuela'da sosyal medya temelli satış kanalları oldukça yaygındır. Instagram, WhatsApp ve Facebook Marketplace, birçok küçük üretici ve aracının taze ürün satışı için kullandığı platformlardır. Bu yöntem, düşük maliyetli olması ve kullanıcıların doğrudan satıcıyla iletişim kurabilmesi nedeniyle tercih edilir. Özellikle mahalle bazlı WhatsApp grupları ve Instagram sayfaları, günlük taze ürünlerin duyurulduğu ve siparişlerin alındığı aktif kanallar hâline gelmiştir. Bu yapı, henüz tam gelişmemiş kurumsal e-ticaret ekosistemine rağmen, ülkede taze ürünlerin dijital ortamda tüketiciye ulaşmasını mümkün kılan önemli bir dağıtım modeli oluşturur.

4.14.2 Özel Günler, Bayramlar vb.

Resmî Tatiller ve Özel Günler

- 1 Ocak – Yeni Yıl (Año Nuevo)
- Karnaval – Şubat veya Mart (Pazartesi ve Salı günü kutlanır; tarihler değişkendir)
- Mart veya Nisan – Kutsal Hafta (Semana Santa, Paskalya öncesi haftadır; özellikle Perşembe ve Cuma günü tatildir)
- 19 Nisan – 1810 Devrimi (Bağımsızlık Hareketinin Başlangıcı)
- 1 Mayıs – İşçi Bayramı (Día del Trabajador)
- 24 Haziran – Carabobo Savaşı Zaferi (Batalla de Carabobo)
- 5 Temmuz – Bağımsızlık Günü (Día de la Independencia)
- 24 Temmuz – Simón Bolívar'ın Doğum Günü
- 12 Ekim – Yerli Direniş Günü (Día de la Resistencia Indígena, eski adıyla Keşif Günü)
- 25 Aralık – Noel Günü (Navidad)

Diğer Önemli Kutlamalar

- 31 Aralık – Yılbaşı Arifesi – Nochevieja
- 6 Ocak – Üç Bilge Kral Günü – Los Reyes Magos
- 12 Şubat – Gençlik Günü – Día de la Juventud
- Mayıs'ın ikinci Pazar günü – Anneler Günü – Día de las Madres
- Haziran'ın üçüncü Pazar günü – Babalar Günü – Día del Padre
- 24 Haziran – Aziz Yuhanna Günü – Día de San Juan Bautista
- 18 Kasım – La Chinita Festivali – Día de la Chinita

4.14.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

2025 yılı itibarıyla Venezuela'da en çok kullanılan sosyal medya platformları şunlardır:

1. WhatsApp

Venezuela'da en popüler sosyal medya platformudur. WhatsApp, ülkede en çok ziyaret edilen sosyal medya ağıdır.

2. Facebook

Facebook, Venezuela'da geniş bir kullanıcı kitlesine sahiptir. Ülkede 18.9 milyon Facebook kullanıcısı bulunmaktadır ve bu, toplam nüfusun yaklaşık %57.5'ine denk gelmektedir.

3. Instagram

Instagram, özellikle gençler ve kadınlar arasında popülerdir. Venezuela'da 8.95 milyon Instagram kullanıcısı bulunmaktadır ve bu, toplam nüfusun yaklaşık %27.2'sine denk gelmektedir.

4. TikTok

TikTok, genç kullanıcılar arasında hızla popülerlik kazanmıştır. Ancak, Aralık 2024'te Venezuela Yüksek Mahkemesi, TikTok'a 10 milyon dolarlık bir ceza kesmiş ve ülkede faaliyet gösterebilmesi için yerel bir ofis açma şartı getirmiştir.

5. Pinterest

Pinterest, özellikle kadın kullanıcılar arasında popülerdir. Pinterest, Venezuela'da sosyal medya pazarının %13.89'unu oluşturmaktadır.

6. YouTube

YouTube, video içerik tüketimi açısından önemli bir platformdur. YouTube, Venezuela'da sosyal medya pazarının %11.5'ini oluşturmaktadır.

7. Twitter (X)

Twitter, Venezuela'da daha sınırlı bir kullanıcı kitlesine sahiptir. Twitter, sosyal medya pazarının %2.62'sini oluşturmaktadır.

Bu veriler, Venezuela'daki sosyal medya kullanımının dinamik bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle WhatsApp ve Facebook, iletişim ve bilgi paylaşımı açısından öne çıkarken, Instagram ve TikTok gibi platformlar da özellikle genç kullanıcılar arasında popülerliğini artırmaktadır.

4.14.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Venezuela'da e-ticaret kapsamında gerçekleştirilen ithalat işlemlerinde uygulanan gümrük vergileri ve muafiyetler, ürün türüne, ithalatçının statüsüne ve yürürlükteki yasal düzenlemelere göre değişiklik göstermektedir. 2025 yılı itibarıyla geçerli olan temel uygulamalar aşağıda özetlenmiştir:

Genel Gümrük Vergileri ve KDV Oranları

- Gümrük Vergisi (Import Duty): Ürün türüne göre değişmekle birlikte, genel olarak %5 ila %35 arasında değişmektedir. Sermaye malları için %5, ham maddeler ve ara mallar için %10 ila %15, nihai ürünler için ise %15 ila %35 oranında gümrük vergisi uygulanmaktadır.

- Katma Değer Vergisi (KDV): Tüm ithalat işlemlerinde %16 oranında KDV uygulanmaktadır.

4.14.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

2025 yılı itibarıyla Venezuela'da e-ticaret alanında doğrudan bir özel yasa bulunmamakla birlikte, çeşitli mevcut yasal düzenlemeler e-ticaret faaliyetlerini dolaylı olarak kapsamaktadır. Bu düzenlemeler, dijital işlemler, tüketici hakları, faturalandırma ve siber güvenlik gibi alanları içermektedir.

1. Adil Fiyatlar Organik Yasası (Ley Orgánica de Precios Justos):

Bu yasa, tüketici haklarını korumayı ve piyasa dengesini sağlamayı amaçlar. Tüm ekonomik aktörler için geçerlidir ve e-ticaret faaliyetlerini de kapsar. Tüketicilere fiyat şeffaflığı, garanti ve iade hakları gibi korumalar sağlar.

2. Veri Mesajları ve Elektronik İmzalar Yasası (Ley de Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas):

Bu yasa, elektronik belgelerin ve imzaların yasal geçerliliğini tanıır. E-ticaret işlemlerinde dijital belgelerin ve sözleşmelerin kullanılmasını mümkün kılar.

3. Siber Suçlarla Mücadele Özel Yasası (Ley Especial contra los Delitos Informáticos):

Bu yasa, siber suçları tanımlar ve cezai yaptırımlar getirir. E-ticaret platformları ve kullanıcıları için siber güvenlik önlemlerinin alınmasını teşvik eder.

4.14.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar vb.)

Venezuela'da e-ticaret faaliyetlerinin artmasıyla birlikte, hızlı kargo ve sipariş karşılama (fulfillment) hizmetleri sunan lojistik firmalarının önemi de artmıştır.

Aşağıda, Venezuela'da e-ticaret lojistiği alanında öne çıkan bazı firmalar ve sundukları hizmetler yer almaktadır:

1. Venus Cargo

- Hizmetler: ABD'den Venezuela'ya haftalık hava ve deniz yolu taşımacılığı, sanal posta kutusu hizmeti, çevrimiçi takip sistemi.

- Özellikler: Kırılabilir veya yüksek değerli ürünler için özel taşıma, soğutmalı gönderiler, konsolide sevkiyatlar ve gümrük işlemlerinde destek.

2. Tealca

- Hizmetler: Venezuela genelinde kapıdan kapıya teslimat, Miami'den haftalık hava ve deniz yolu gönderileri.

- Özellikler: Hızlı teslimat süreleri (hava yoluyla 6-7 gün), yüksek müşteri memnuniyeti, kişiselleştirilmiş hizmetler.

3. Venecargo Xpress

- Hizmetler: ABD'den Venezuela'ya hava, kara ve deniz taşımacılığı; haftalık gönderiler.

- Özellikler: Caracas, Maracay, Valencia, Barquisimeto, Acarigua ve Cojedes gibi şehirlere düzenli teslimatlar, esnek ve güvenilir lojistik çözümleri.

4. Next Day Cargo

5. ShipByMail

- Hizmetler: Kanada'dan Venezuela'ya paket yönlendirme hizmeti, sanal posta kutusu.

- Özellikler: 4-8 iş günü içinde ekspres teslimat, çeşitli boyutlardaki paketler için uygun fiyatlandırma, gizli ücretler olmadan şeffaf hizmet.

6. FedEx Venezuela

- Hizmetler: Uluslararası ve yerel kargo taşımacılığı, ekspres teslimat seçenekleri.
- Özellikler: 1-3 iş günü içinde teslimat, 68 kg'a kadar paketler için hizmet, gümrük işlemlerinde destek.

4.15 Tanıtım ve Pazarlama

Venezuela’da yaş sebze ve meyve sektöründe tanıtım ve pazarlama faaliyetleri ağırlıklı olarak yerel pazar dinamiklerine ve doğrudan tüketici etkileşimine dayanmaktadır. Ülkedeki ekonomik koşullar ve tedarik zinciri yapısı nedeniyle üreticiler ile tüketiciler arasında kısa dağıtım kanalları yaygındır; bu da pazarlamada tazelik, fiyat ve güven ilişkisini ön plana çıkarır. Geleneksel semt pazarlarında yüksek sesle satış duyuruları, ürün tadımları ve görsel sergileme gibi klasik yöntemler hâlâ en etkili tanıtım araçlarındandır. Ürünlerin kalitesi genellikle satıcı ile kurulan doğrudan iletişim ve güvene bağlı olarak değerlendirilir.

Modern perakende zincirleri ise daha çok ambalaj, kalite standardı ve marka algısı üzerinden pazarlama yürütmektedir. Bu mağazalarda ürünlerin temiz, düzenli ve estetik sunumu tüketici tercihini yönlendirmede kritik rol oynar. Özellikle orta ve üst gelir gruplarına hitap eden marketlerde mevsimsel kampanyalar ve yerel üretici etiketleri öne çıkar.

Dijital kanallar da giderek daha fazla kullanılmaktadır. Büyük şehirlerde üreticiler, distribütörler ve küçük çiftçiler Instagram, WhatsApp ve Facebook üzerinden ürün tanıtımı yapmakta ve sipariş toplamaktadır. Bu mecralarda günlük hasat duyuruları, çiftlik görüntüleri ve müşteri yorumları güven oluşturma amacıyla paylaşılır. Genel olarak Venezuela’da yaş sebze ve meyve pazarlaması, düşük maliyetli ve güven temelli yöntemlerle şekillenirken, özellikle şehir merkezlerinde dijital pazarlama uygulamaları da gittikçe önem kazanmaktadır.

4.16 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Tüketiciler arasında tazelik en büyük tercih sebebidir. Ürünlerin “yeni hasat”, “yerli üretim” ya da “kaliteli gösterim” etiketlerine sahip olması, satın alma kararında önemli rol oynamaktadır. Özellikle şehirli tüketiciler, açık pazarda ya da süpermarketlerde “görünümü iyi”, “hasar görmemiş”, “hızlı satılan” ürünlere yönelmektedir.

Ürünlerin “yerel üretim” olmasına yönelik eğilim de artmaktadır. Yerli meyve ve sebzeler hem lojistik avantajı hem de tazelik algısı nedeniyle tercih edilmektedir. Aynı zamanda ithal ürünlerin yüksek fiyatları ve sık yaşanan arz kırımları tüketicilerde “yereleden alma” yönünde bir bilinç oluşturmaktadır.

Sağlıklı ve doğal beslenme algısı da sektörde öne çıkmaktadır. Tüketiciler, işlem görmemiş, katkı maddesi içermemiş ve mümkünse “organik” veya “az kimyasal” ifadesi taşıyan sebze ve meyveleri aramaya başlamıştır. Bir pazar raporuna göre, Venezuela’da “organik üretim talebi yükseliyor”.

Dağıtım kanallarına bakıldığında, modern perakende satış giderek daha fazla pay alıyor. Süpermarket ve hipermarket zincirleri, yaş sebze-meyvede çeşitlilik, kalite kontrol ve tazelik sunma açısından tüketici tarafından tercih edilmektedir. Aynı zamanda online satış kanallarında bir artış görülmektedir; bu da şehirli ve genç tüketici kitlesinin davranışlarını yansıtmaktadır.

Fiyat dalgalanmaları ve ekonomik belirsizlikler de tüketici tercihlerini şekillendiriyor. Enflasyon ve gıda fiyatlarının yükselmesi, tüketicilerin daha uygun fiyatlı, yerel ve sezonluk ürünlere yönelmesine neden olmaktadır. Böylece “yüksek fiyat/ithal ürün” algısı tüketim tercihlerini etkiliyor.

4.17 Sektörde Vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, ilave gümrük vergisi, anti dumping vergisi v.b.)

Venezuela’da yaş sebze ve meyve sektöründe uygulanan vergiler, ürünün iç piyasaya satışına, ithalatına ve işlenmiş olup olmamasına göre değişiklik göstermektedir. Genel olarak temel gıda maddeleri kapsamında değerlendirilen yaş sebze ve meyveye yönelik vergi yapısı diğer ürünlere göre daha avantajlıdır; ancak ithalat süreçlerinde bazı mali yükümlülükler mevcuttur.

1. Gümrük Vergisi (Arancel de Aduana):

Ürün türüne göre değişmektedir; bazı temel ürünlerde düşük veya sıfır oran uygulanmaktadır.

2. Katma Değer Vergisi (Impuesto al Valor Agregado - IVA):

Yaş sebze ve meyve, temel gıda ürünleri arasında yer aldığı için genellikle KDV’den muafır.

Şlenmiş, paketlenmiş veya katma değerli ürünlerde (ör. dondurulmuş, konserve, kesilmiş/ambalajlı ürünler) belirli durumlarda KDV uygulanabilmektedir.

Standart KDV oranı Venezuela’da yaklaşık %16 düzeyindedir; muafiyet durumu ürüne ve satış kanalına bağlıdır.

4.18 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Venezuela’nın yaş sebze ve meyve sektöründe dış ticarete ilişkin tarife dışı engeller, ülkenin ekonomik yapısı, bürokratik süreçleri ve teknik düzenlemelerinden kaynaklanan çeşitli kısıtlamalar içerir. Bu engeller hem ithalatçı hem ihracatçı firmalar açısından operasyonel ve maliyet artırıcı unsurlar doğurabilir.

1. Sertifikasyon ve Sağlık Denetimi Zorunlulukları: Yaş sebze ve meyve ithalatında bitki sağlığı (fitosanitasyon) sertifikaları, menşe belgeleri ve gıda güvenliği raporları istenir. Venezuela Tarım ve Sağlık Otoriteleri (SENASA/SENIAT gibi kurumlar) tarafından yapılan sınır kontrolleri zaman zaman uzun sürebilir. Bu durum özellikle bozulabilir ürünlerde risk yaratır.

2. İthalat İzinleri ve Bürokrasi: İthalatçıların birçok üründe ön izin alması gerekir. Bazı ürünlerde ise kontenjan, kotalar veya özel ithalat lisansı uygulamaları görülür. Bürokratik süreçler ağır işlediği için ürün çıkışında gecikmeler yaşanabilir.

3. Devlet Kontrolleri ve Piyasa Düzenlemeleri: Tarım ürünlerinde zaman zaman devlet müdahaleleri yapılabilmektedir. Ekonomik istikrar problemi dönemlerinde devlet belirli ürünlerde ithalatı sınırlayabilir ya da öncelikli tedarik stratejileri uygulayabilir. Bazı dönemlerde yerli üretimi korumaya yönelik korumacı uygulamalar artırılabilir.

4. Lojistik ve Liman Operasyonlarındaki Kısıtlar: Soğuk zincir kapasitesinin sınırlı olması, liman yoğunluğu, altyapı eksiklikleri ve konteyner taşımacılığında dönemsel ekipman sıkıntıları dış ticaret sürecini zorlaştırır. Limanda bekleme süreleri zaman zaman uzayarak kalite kaybı ve maliyet artışına yol açabilir.

5. Döviz Kontrolleri ve Finansal Kısıtlar: Venezuela’da uzun yıllar uygulanan döviz kontrol rejimi ve finansal erişim sorunları, dış ticaret yapan firmaların uluslararası ödeme süreçlerini zorlaştırabilmektedir. Transfer gecikmeleri veya döviz erişim problemi mali risk doğurur.

6. Etiketleme ve Ambalaj Standartları: Ürünlerin pazara girişinde etiketleme, tercüme zorunluluğu, paketleme ve kalite standartlarına uygunluk aranır. Özellikle ambalajlı taze ürünlerde gıda bilgileri, menşe ve saklama koşulları zorunludur.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar (Örnek: artan talep, e-ticaretin yaygınlaşması, ülkemizle yapılan Serbest Ticaret Anlaşması v.b.)

- Artan talep ve dışa bağımlılık

Venezuela, yerli üretimin birçok sebze-meyve türünde tüketimi karşılayamadığı bir tablo içinde. Bu durum, özellikle fiyat rekabeti görece az olan veya yerel arzı sınırlı ürünlerde dış tedarikçilere fırsat sunmaktadır. Türkiye gibi üretim kapasitesi ve çeşitliliği yüksek bir ülke için bu pazar, yüksek potansiyel taşımaktadır. Böylece yaş sebze-meyve ihracatı açısından Venezuelalı alıcılara ürün sunma imkânı artmaktadır.

- E-ticaretin ve dijital satış kanallarının gelişmesi

Venezuela’da büyük şehirlerde internet penetrasyonu, mobil ödeme sistemleri ve online alışveriş kanalları giderek yaygınlaşmaktadır. Bu durum, geleneksel pazarlama kanallarının yanı sıra paketli ve markalı ürünlerin online platformlar üzerinden de satılabilmesi demektir. Türk ihracatçılar için bu, ürünlerini sadece fiziki marketlere değil aynı zamanda dijital kanallara yönlendirerek yeni müşteri segmentlerine ulaşma fırsatı yaratmaktadır.

- Ürün çeşitliliği ve marka değerine yönelim

Taze sebze ve meyve sektöründe tüketici tercihleri “tazelik”, “yerli üretim” ve “kalite” odaklıdır. Türk ürünlerinin bu bağlamda avantajı vardır: Türkiye’nin coğrafi konumu, farklı iklim kuşaklarında üretim yapabilme yeteneği ve ihracata yönelik kalite sistemleri, bu pazarda “yüksek kalite” algısı yaratabilir. İhracatçılar, markalaşma, ürün ambalajı ve sertifika sahibi üretim gibi alanlarda öne çıkarak Venezuelalı alıcılara farklı bir değer önerisi sunabilir.

- Serbest ticaret anlaşması ve gümrük avantajı

Venezuela ile yürürlükte olan Ticaretin Geliştirilmesi Anlaşması çerçevesinde bazı ürünlerin gümrük vergisi indirimi ya da muafiyeti olması.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler (Örnek: yoğun rekabet ortamı, korumacı politikalar, tüketici tercihlerinde farklılıklar, ekonomik dalgalanmalar, siyasi istikrarsızlık v.b.)

Venezuela’da yaş sebze ve meyve sektöründe Türk ihracatçılar için önemli tehditler bulunmaktadır. Bu tehditler, pazara giriş fırsatlarının yanında dikkatli bir risk yönetimi ihtiyacını da beraberinde getirmektedir.

Birincisi, yoğun rekabet ortamı söz konusudur. Venezuela tarım ve gıda ithalatında büyük hacimler gerçekleştiriyor ve özellikle Brezilya, ABD, Kolombiya gibi ülkeler yaş sebze-meyve ihracatında güçlü konumdadır. Bu durumda Türk ürünleri sahada farklılaşma stratejileri geliştirmezse standart ürün olarak fiyat ve lojistik açısından geri kalabilir.

İkinci tehdit, korumacı politikalar ve tarife dışı engellerin varlığıdır. Venezuela’da yaş sebze-meyve ithalatında belirsizlikler, ön izinler, fitosanitasyon prosedürleri ve lojistik altyapı eksiklikleri ihracatçı için zaman ve maliyet riski oluşturabilir.

Üçüncü olarak, tüketici tercihleri ve hızlı değişimler de bir tehdit unsuru olabilir. Venezuela’da ekonomik kriz ve enflasyon nedeniyle tüketiciler daha çok uygun fiyatlı, yerel üretim ürünlerine yöneliyor. Bir belgeye göre yerli üretim ve düşük fiyat algısı “yerelden alınan ürün” eğilimini artırıyor.

Dördüncü büyük tehdit ekonomik dalgalanmalar ve siyasi istikrarsızlıktır. Venezuela ekonomisi yüksek enflasyon, döviz kuru belirsizliği ve sık sık değişen ithalat politikaları ile karşı karşıya. Bu durum ihracatçı için ödeme güvencesi, sözleşme güveni ve lojistik stabilite açısından ciddi riskler doğurur.

Son olarak, lojistik ve altyapı eksiklikleri de ihracat açısından tehdit oluşturur. Üretimden tüketiciye kadar soğuk zincir, yol koşulları, limanları verimli kullanma gibi hususlarda aksaklıklar yaşanabiliyor. Bir analiz, “üreticiler modern ekipmana ve lojistik altyapıya erişememekte” diyor.

7. Tarım Aletleri ve Makineleri Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Venezuela'ya yaş sebze ve meyve ihracatını artırmak isteyen firmalar, hem ülkenin pazar dinamiklerini hem de kendi rekabet avantajlarını doğru yönetmelidir. İlk olarak, pazar araştırması ve yerel partnerlik kritik önem taşır. Venezuela'da tedarik zincirinin belirli noktalarda kırılma olması ve lojistik koşulların zaman zaman değişkenlik göstermesi nedeniyle güvenilir bir yerel distribütör veya ticaret temsilcisi ile çalışmak süreci kolaylaştırır.

Firmalar ayrıca tüketici alışkanlıklarını dikkate alarak ürün çeşitlendirmesi yapmalıdır. Venezuela'da tazelik, kalite ve uygun fiyat önemli unsurlardır. Bu nedenle, raf ömrü uzun, dayanıklı ve uygun maliyetli ürünlere odaklanmak avantaj sağlar. Bunun yanında özel talep gören ürün gruplarına (örneğin tropikal ürünlerle uyumlu, narenciye ve sert çekirdekli meyveler) yönelik stratejiler geliştirilebilir. Ambalaj ve etiketlemede ise hijyen, kalite ve menşe bilgisinin net şekilde yer alması güven oluşturur.

Lojistik optimizasyonu ve soğuk zincir yönetimi, bu pazarda başarı için belirleyicidir. Ürünlerin bozulabilir yapısı nedeniyle, sevkiyat süreleri, konteyner seçimi, liman operasyonları ve depolama koşulları dikkatle planlanmalıdır. Alternatif taşıma güzergâhları ve navlun maliyetleri karşılaştırılarak rekabetçi lojistik çözümler geliştirilmeli; gerekirse bölgesel depolama iş birlikleri değerlendirilmelidir.

Ayrıca ticari ve finansal risk yönetimi yapılması gerekir. Venezuela'daki ekonomik dalgalanmalar ve döviz kısıtlamaları göz önüne alınarak, güvenli ödeme yöntemleri (akreditif, teminatlı ödeme vb.) tercih edilmeli; ihracat kredi sigortası gibi mekanizmalardan faydalanılmalıdır. İhracatçılar ayrıca Venezuela ile imzalanmış ticaret anlaşmalarının sunduğu gümrük avantajlarını takip ederek maliyet avantajı elde edebilir.

Son olarak, tanıtım faaliyetlerine yatırım yapmak ve dijital pazarlamayı kullanmak ihracatçı firmaların rekabet gücünü artırır. Sosyal medya kanalları, online satış platformları ve hedefli reklam kampanyaları, Venezuela'da özellikle şehirlili tüketiciyle ulaşmanın etkili yoludur. Ürün tanıtımları, tadım etkinlikleri ve perakende iş birlikleri de markanın bilinirliğini güçlendirir. Tüm bu stratejiler, Türk firmalarının Venezuela pazarında kalıcı ve güçlü bir konum elde etmesine katkı sağlayacaktır.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Ülkenin ekonomik ve siyasi yapısı sık sık değişiklik gösterebildiği için pazar koşulları da buna paralel olarak dalgalanmaktadır. Bu nedenle ihracatçı firmalar, özellikle gümrük politikaları, döviz kurları ve ithalat izinleri gibi alanlarda güncel gelişmeleri sürekli takip etmelidir. Ayrıca ödeme sistemlerinde yaşanan aksaklıklar, döviz transferlerinde gecikmeler ve finansal istikrarsızlık, ticari işlemlerde güvenli ödeme yöntemlerinin kullanılmasını zorunlu kılmaktadır.

Bunun yanında, Venezuela'da lojistik altyapısının sınırlı olması, soğuk zincir yönetimini ve nakliye planlamasını kritik hâle getirmektedir. Ürün kalitesinin korunması için taşıma koşullarının titizlikle planlanması, güvenilir yerel lojistik ortaklarla çalışılması önem taşır. İthalat sürecinde belge eksiklikleri veya sertifikasyon hataları, liman işlemlerinde gecikmeye yol açabileceğinden firmalar mevzuata tam uyum sağlamalıdır.

Pazarda başarı için yerel temsilcilik veya distribütör aracılığıyla faaliyet yürütmek de önemli bir avantaj sağlar. Venezuela’da doğrudan pazar erişimi sınırlı olabildiği için güvenilir bir yerel ortak, hem satış hem de dağıtım süreçlerinde kolaylık sağlayabilir. Bunun yanında, tüketici güvenini kazanmak için markalaşma, hijyen ve kalite belgeleriyle desteklenen tanıtım faaliyetleri yürütülmelidir.

Venezuela pazarı yüksek potansiyel taşımakla birlikte tek başına odaklanılacak bir pazar değildir. Bölgesel çeşitlendirme stratejisi geliştirerek komşu Latin Amerika ülkeleriyle entegre bir ihracat ağı kurmak, riskleri azaltır ve sürdürülebilirliği artırır. Bu nedenle firmalar, pazara uzun vadeli bir perspektifle yaklaşmalı; esnek, uyumlu ve bilgiye dayalı bir strateji izlemelidir.

9. Genel Değerlendirme

Venezuela’nın yaş sebze ve meyve sektörü, ülkenin tarımsal potansiyeline rağmen ekonomik, lojistik ve politik faktörlerin etkisiyle karmaşık bir yapıya sahiptir. Yerel üretim bazı temel ürünlerde yeterli olsa da, iklimsel ve yapısal nedenlerle birçok ürün grubunda dışa bağımlılık devam etmektedir. Bu durum, özellikle taze ve kaliteli ürün temininde ithalata fırsat yaratmakta; Türkiye gibi üretim kapasitesi ve ürün çeşitliliği yüksek ülkeler için önemli bir ihracat potansiyeli doğurmaktadır.

Ancak pazara giriş sürecinde çeşitli zorluklar da bulunmaktadır. Venezuela’da bürokratik işlemler, ithalat izinleri, gümrük prosedürleri ve döviz transferlerindeki belirsizlikler firmalar için risk oluşturabilmektedir. Ayrıca soğuk zincir altyapısının sınırlı olması ve lojistik maliyetlerin yüksekliği, yaş sebze ve meyve ihracatında dikkatli planlama gerektirmektedir. Bu nedenle, ihracatçılar için başarılı bir strateji; doğru lojistik yönetimi, güvenli ödeme sistemleri, belgelerin eksiksiz hazırlanması ve yerel ortaklarla güçlü iş birliği kurulması üzerine inşa edilmelidir.

Tüketici tarafında ise tazelik, kalite ve uygun fiyat en belirleyici unsurlardır. Son yıllarda büyük şehirlerde modern perakende kanallarının ve e-ticaretin gelişmesi, markalı ve ambalajlı ürünlere yönelik talebi artırmıştır. Türk firmaları bu noktada, kaliteli üretim, güçlü marka imajı ve etkili dijital tanıtım stratejileriyle pazarda fark yaratabilir. Ayrıca Türkiye ile Venezuela arasında yürürlükte olan Ticaretin Geliştirilmesi Anlaşması, bazı ürünlerde gümrük avantajı sağlayarak ihracatçılarımıza rekabet üstünlüğü kazandırabilir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Venezuela pazarı riskler barındırmakla birlikte yüksek potansiyele sahip gelişmekte olan bir pazar konumundadır. Ekonomik istikrarın güçlenmesi, e-ticaretin yaygınlaşması ve tüketici bilincinin artmasıyla birlikte, önümüzdeki dönemde Türk yaş sebze ve meyve ihracatçıları için daha geniş fırsatlar doğması beklenmektedir. Başarının anahtarı ise pazarı yakından takip etmek, esnek ve sürdürülebilir bir ihracat stratejisi geliştirmektir.

10. Yararlı Adresler

1. Ministerio del Poder Popular para la Agricultura Productiva y Tierras
(Venezuela Tarım Üretkenliği ve Topraklar Bakanlığı)

Tarım politikaları, destekler ve sektörel düzenlemeler için ana kamu kurumu.

Web: <http://www.minppapt.gob.ve/>

2. FEDEAGRO (Confederación de Asociaciones de Productores Agropecuarios de Venezuela)

(Venezuela Tarım Üreticileri Konfederasyonu)

Çiftçiler ve tarım sanayicileri ile bağlantı kurulabilecek en önemli sektör kuruluşu.

Web: <https://www.fedeagro.org/>

3. SENCAMER (Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos)

(Ulusal Standartlar, Kalite, Metroloji ve Teknik Düzenlemeler Servisi)

Web: <http://www.sencamer.gob.ve/>

4. FENAPHORT (Federación Nacional de Asociaciones de Productores de Papas y Hortalizas)

+58(212)7617489 / +58(212)7618843

fenavi@gmail.com

5. FUSAGRI (Fundación Servicio para el Agricultor)

+58 212 987 1845 / +58 412 611 1435

contacto@fusagri.com

6. FEDECÁMARAS (Federación de Cámaras y Asociaciones de Comercio y Producción de Venezuela)

+58 (0212) 731-1468 / 731-3166 / 730-2189 / 731-2146 / 731-1502 / 731-3271

7. AGROFANB (Empresa Agropecuaria de la FANB)

agrofanbtransporte@gmail.com

8. FUSAGRI (National Foundation for Agriculture)

+58 212 987 1845 / +58 412 611 1435

contacto@fusagri.com

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

8. Kaynakça

<http://www.minppapt.gob.ve/>

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

<https://www.fedeagro.org/>

<http://www.sencamer.gob.ve/>

<http://www.cencoex.gob.ve/>

<http://www.seniat.gob.ve/>

<https://apps.fas.usda.gov>

(USDA Foreign Agricultural Service (Exporter Guide – Venezuela)

<https://ram-shipping.com/destinations/venezuela>

(RAM-Shipping Venezuela Freight Guide)

<https://www.cfr.org>

(Council on Foreign Relations – Venezuela Crisis Economic Background)

<https://www.verifiedmarketresearch.com>

(Verified Market Research – Venezuela Fruits & Vegetables Market Report)

<https://www.datainsightsmarket.com>

(Data Insights Market – Venezuela Fruits and Vegetables Market Outlook)

<https://www.mordorintelligence.com>

Mordor Intelligence – Venezuela Fruits & Vegetables Industry Report