

Mercado Alemán 2010

Como resultado del Acuerdo Chile-UE, que entró en vigor a comienzos del año 2003, la evolución de las relaciones comerciales entre Alemania-Chile revela un acentuado incremento.

El volumen de intercambio más que se duplicó en el período descrito, llegando a US\$ 4.937,8 millones en octubre 2008. Por otro lado las exportaciones de Alemania a Chile ascendieron a US\$ 2.001,6 millones con una estructura de bienes y servicios de alta tecnología. La importaciones desde Chile alcanzaron a US\$ 2.936,2 millones con un componente de materias primas, bienes industriales no tradicionales e industriales.

Respecto a Chile, Alemania es el primer mercado más importante de la región europea, su población es 4 veces mayor, su PIB per cápita alcanza los € 30.000. Aunque el comercio con Chile es bastante moderado frente al enorme intercambio de Alemania con el resto del mundo. Sin embargo, Alemania considera este Acuerdo con Chile como un medio importante para reafirmar sus vínculos históricos a nivel político, económico, cooperación y cultural.

El mercado alemán resulta muy atractivo y prioritario para el empresariado chileno tanto por su tamaño, diversidad de su canasta importadora y de fácil acceso por las disposiciones arancelarias, cláusulas de salvaguardias y medidas sanitarias. En el período considerado desde la firma del Acuerdo entre Chile y UE se registra un dinamismo exportador considerable y disponibilidad de aquellos recursos y desarrollo del país.

Desde la entrada en vigor del Acuerdo, el perfil exportador chileno todavía mantiene una acentuada composición orientada a los sectores tradicionales intensiva en recursos naturales y con bajos grados de elaboración en las ventas a este mercado. Por otra parte, muestra un notable aumento y diversificación basada en productos no tradicionales, han sido principalmente productos del sector agroindustrial, materias primas, productos pesqueros, químicos y otros productos intermedios.

Diversos productos chilenos han elevado en forma significativa su participación en el mercado alemán, aquellos productos que incrementaron su participación son el salmón fileteado, carne bovina y de ave, miel, uva de mesa, ciruelas, vino embotellado y a granel, productos químicos, textiles, calzado y otros con valor agregado.

Los **productos orgánicos** presentan grandes proyecciones de crecimiento, siendo Alemania uno de los principales mercados para los productos orgánicos chilenos, con un 25% del total de exportaciones de este rubro.

Productos y/o servicios de mayor interés en Alemania

- fruta fresca
- fruta seca y deshidratada
- fruta congelada (semi-listo, por ej. mezclas de berries para postre etc.)
- jugo, concentrados, pulpas
- productos del mar en varias presentaciones
- carne (bovino, aves, ovino, cerdo, (no considerar ni wagyu ni avestruz)
- productos gourmet: por ej.
- mezclas de especias (o hierbas)
- sal con hierbas u otras ingredientes
- salsas y condimentos
- aceite de oliva (con limón, merquén etc.)
- mermeladas y mieles
- mezcla de fruta seca y deshidratados (müslis)
- platos preparados o semipreparados
- *galletas y chocolates NO (Alemania tiene oferta muy amplia)*
- productos orgánicos: toda la gama de productos mencionados

- Servicios audiovisuales – locaciones : el Dakar Argentina-Chile ha tenido un gran impacto en los medios alemanes, mostrando impresionantes paisajes y reportajes de Chile. Es probable que esto signifique un aumento del interés por el tema locaciones o coproducciones.
- Turismo de intereses especiales
a pesar de la crisis, Alemania sigue siendo un importante mercado emisor. Considerar además que por razones de seguridad, diversos destinos turísticos en Medio oriente y África han sido eliminados de la oferta turística de operadores europeos.