RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene por finalidad dar a conocer los distintos factores macroeconómico que influyen en la decisión de realizar la exportación de ají picante elaborado al mercado alemán.

El objetivo general apunta a definir si es posible ingresar al mercado alemán, un país que muestra el mayor atractivo comercial, de ají picante elaborado, analizando los factores más relevantes que puedan influir en dicho ingreso.

Para cumplir con lo anterior, se utiliza una metodología de análisis del entorno identificando Restricciones y Oportunidades tanto en el país de ingreso (Alemania), como del país de origen del producto en estudio (Chile).

Para cumplir con el objetivo general, se llevan a cabo cinco objetivos específicos: el primero destinado a identificar la competencia y el grado de comercialización de ají existente en el mundo. El segundo realiza un análisis de las variables macroeconómicas que influyen en la estabilidad del país e inciden en el ingreso del producto al país en estudio. El tercero contrapone los estándares de calidad que se exigen versus el grado de calidad actual que se posee en Chile. El cuarto busca el canal de comercialización atractivo para el producto en estudio. Y por último, se compara el nivel de precios FOB y CIF que actualmente se transa el producto en el exterior y el precio de referencia FOB y CIF que se podría llegar a Alemania basado en datos entregados por la memoria de "Creación de una empresa comercializador de productos agrícolas "Agroindustrial Nutrí agro Ltda." y los costos que se incluyen en el transporte vía marítimo de la mercadería. El proceso de recopilación de antecedentes se hace vía información secundaria.

Del análisis de los objetivos específicos se concluye que es atractivo el mercado alemán con el producto ají deshidratado, dadas sus características macroeconómicas, cuyo valor CIF fluctúa entre US $6.978 y los US $1.143 por Kg. Chile, a partir del 2002 exporta ají deshidratado, cuyo valor FOB fluctúa desde US $1.037 y los US $6.2 por Kg.

La oportunidad se presenta desde el momento en que la relación comercial con la Unión Europea se tornó en un acuerdo comercial, que incluía la desaparición de los aranceles en ciertos productos, entre esos se encuentra el ají deshidratado.

Los límites se presentan en la capacidad productiva y la calidad de su proceso para enfrentar un mercado exigente como es Alemania.