



Universidad Austral de Chile

Escuela de Ingeniería Comercial

Seminario de grado

**Estrategia de exportación del producto carne de Emú a los mercados de
España y Alemania**

Tesina presentada como requisito para
optar al Grado de Licenciado en
Administración.

Profesores Responsables: Ester Fecci P.,
Horacio Sanhueza B.,
Osvaldo Rojas Q
Profesor Patrocinante : Agustín Quevedo G.

Andrea Lorena Carrasco Velásquez
Karina Edith Oporto Martin

Valdivia Chile 2002

ÍNDICE DE MATERIAS

Página

RESUMEN

1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO DE REFERENCIA DEL ESTUDIO	3
2.1 Antecedentes de la investigación	3
2.2 Bases teóricas	3
2.2.1. Barreras Comerciales	4
2.2.2 Pautas de Demanda.	6
2.2.3. Acuerdo Chile-Unión Europea.	7
3. MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS.	11
3.1 Material.	11
3.2 Metodología de análisis.	11
4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.	12
4.1. Barreras Comerciales.	12
4.1.1. Barreras Arancelarias.	12
4.1.2. Barreras Para-arancelarias	13
4.2. Pautas de Demanda.	16
4.2.1. Precio Doméstico e Internacional	16
4.2.2. Ingreso per cápita	17
4.2.3. Gustos y Preferencias según análisis estadísticos	18
4.2.4. Precio de Productos sustitutos	20
4.2.5. Población.	21
5. CONCLUSIONES	22
6. BIBLIOGRAFÍA	24
7. ANEXOS	26

Anexo N°1: Categorías aplicables a las importaciones en la
Comunidad procedentes de Chile.

Anexo N°2: Informe Situación Sanitaria Chile, 2000.

Anexo N°3: Calculo estimado del precio CIF de carne de Emú
para su comercialización en España.

Anexo N°4: Características comparativas de la carne de Emú

Anexo N°5: Población Alemania y España según edades

ÍNDICE DE CUADROS

Páginas

Cuadro N°1: Calendario de eliminación de aranceles	13
Cuadro N°2: Precio carne de Emú	16
Cuadro N°3: Ingreso per cápita Alemania, España y Chile	17
Cuadro N°4: Consumo de Carne en España.	18
Cuadro N°5: Consumo de Carne en Alemania	19
Cuadro N°6: Precio productos sustitutos de Alemania y España	20
Cuadro N°7: Población de Alemania y España	21

RESUMEN

En la actualidad, los productos no tradicionales poseen un gran potencial de ser exportados, esto debido principalmente a los beneficios del acuerdo recientemente firmado entre la Unión Europea y Chile. Uno de estos productos no tradicionales es el Emú, ave con características similares al Avestruz y Ñandú. Emusur S.A. es la empresa que agrupa a los principales productores de Emú y se encuentra situada en la ciudad de Valdivia. Por esta razón, esta investigación tiene el propósito de analizar la factibilidad de introducir el producto carne de Emú a Alemania y España, considerando las políticas comerciales proteccionistas y pautas de demanda de ambos países con el fin de determinar si el producto puede ser vendido. Así, los resultados de este estudio determinaron que no existen barreras comerciales proteccionistas que impidan el acceso a estos mercados, debido a la desgravación total de este producto, la no existencia de cuotas y a medidas sanitarias y fitosanitarias accesibles. Además, las pautas de demanda indican que el producto tiene posibilidades de ser comercializado en Alemania y España, principalmente por los determinantes precio, ingreso per cápita y población.

1. INTRODUCCION

En la actualidad, los productores de la región buscan introducirse en el mercado externo mediante productos no tradicionales con alto valor agregado. Uno de estos productos es el Emú, ave originaria de Australia, y de la cual se obtienen productos como: aceite, cuero y carne, entre otros.

EmuSur S.A. es el principal comercializador de Emús y derivados en Chile. Esta empresa asocia el 95% de los productores nacionales, abarcando desde la ciudad de La Serena hasta Punta Arenas. Las oficinas comerciales de EmuSur S.A. se encuentran ubicadas en Valdivia. Actualmente, la empresa se encuentra en un proceso de adquirir la masa crítica suficiente para llevar a cabo futuras exportaciones. Es por esto que el propósito de esta investigación es analizar la factibilidad de realizar dichas exportaciones a los mercados de Alemania y España.

La importancia de esta investigación radica principalmente en que el estudio de potenciales mercados conllevará a que las PYMES dedicadas al negocio carne de Emú, tengan la alternativa de ingresar a estos mercados. Además, el aporte de las futuras exportaciones de este producto llevará a una mejora del PIB regional, y por ende al PIB nacional. Así también, las futuras inversiones de productores nacionales de Emú implicarán un aumento en el empleo, y por lo tanto un aumento de los índices mencionados anteriormente.

La reciente explotación del Emú y la creciente exportación de productos emergentes de Chile, le otorgan la importancia de este estudio sirviendo éste como fuente de información para los productores de Emús y para futuros inversionistas.

Finalmente, se creará un patrón para analizar el comportamiento de mercados, generando herramientas para la investigación de éstos.

Este estudio se encuentra inserto dentro del contexto del acceso a mercados internacionales, en el marco del acuerdo Chile-Unión Europea. Además, esta investigación estará limitada temporalmente al período comprendido entre los años 1999 y 2001. De la misma manera, se considerarán en el estudio dos mercados como son

Alemania y España tomando como referencia a la Empresa Emusur S.A. para la obtención de datos nacionales.

El objetivo general de este estudio es analizar la posibilidad de introducir el producto carne de Emú a Alemania y España considerando las barreras comerciales y pautas de demanda de esos países.

Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Identificar las estructuras de protección en ambos países respecto al producto en cuestión.
2. Determinar pautas de demanda respecto de este tipo de productos (carnes exóticas).
3. Analizar los potenciales beneficios arancelarios que estos productos lograrán con el acuerdo Chile-UE.

La presente investigación se puede clasificar como exploratoria y descriptiva, debido a que se trata de un tema poco estudiado y en donde las variables serán estudiadas de forma independiente, por lo que no se formulará hipótesis.

Para llevar a cabo esta investigación se analizaron las principales variables que determinan la factibilidad de introducir el producto a los mercados de Alemania y España. El capítulo 2 trata sobre el marco referencial del estudio, en el cual se incluyen los antecedentes de la investigación y las bases teóricas que sustentan este estudio, el capítulo 3 dice relación con el material y la metodología de análisis y, en el capítulo 4 se estudiaron las políticas comerciales proteccionistas que incluyen las barreras arancelarias y para-arancelarias, y los determinantes de la demanda tales como: precio doméstico e internacional, ingreso per cápita, gustos y preferencias según análisis estadísticos, precios de productos sustitutos y población, finalmente, el capítulo 5 se refiere a las conclusiones de este estudio.

2. MARCO DE REFERENCIA DEL ESTUDIO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La introducción del Emú en Chile es reciente, por esta razón, el conocimiento que se tiene acerca de este tema es escaso, de la misma manera los estudios que existen al respecto son pocos, sobre todo acerca de la comercialización de este producto, por lo tanto, no existen estudios relacionados con la investigación de mercados de este producto que fundamenten esta investigación.

2.2. BASES TEÓRICAS

Para llevar a cabo la introducción de un producto a un determinado país, es necesario realizar un análisis del mercado al cual se pretende llegar.

La detección de información se realiza por medio de la vigilancia o buscándola de manera activa a través de la investigación. Esta información puede ser obtenida de fuentes humanas y documentales o a través de la percepción directa. Es necesario llevar a cabo una investigación formal antes de poder tomar decisiones relacionadas con oportunidades o problemas específicos. Después de diseñar un plan de investigación, los datos se recaban usando fuentes primarias o secundarias. Existen varias técnicas para el análisis de datos, incluyendo el análisis del patrón de la demanda, las medidas de la elasticidad según el ingreso, el cálculo por analogía, el análisis comparativo y el análisis de conglomerados. Los hallazgos de la investigación deben presentarse con claridad con el propósito de facilitar la toma de decisiones. (Keegan y Green 1998)

2.2.1. BARRERAS COMERCIALES

La exportación de un producto puede presentar dificultades debido a las barreras comerciales que imponen los países importadores como una manera de proteger a los

productores nacionales. Así, el grado de acceso al mercado externo depende de la presencia y magnitud de estas barreras comerciales. Estas políticas comerciales proteccionistas se pueden clasificar en arancelarias y para-arancelarias, la primera de ellas implica el cobro de un impuesto sobre los artículos importados, en cambio las para-arancelarias se refieren a restricciones de tipo cuantitativo y administrativo, además de determinados estándares técnicos que deben poseer los productos que entran a un determinado país.

El arancel es un derecho o impuesto que se aplica a los productos que ingresan desde el exterior a un determinado país, ya sea con propósitos de protección o para la recaudación de renta. Los aranceles elevan el precio de los bienes importados, lo cual hace que éstos sean menos competitivos en el mercado del país importador, a menos que en él no se produzca este tipo de artículo.

Para Tugores (1999), un arancel no es más que un impuesto que recae sobre los artículos importados. Su efecto básico es, pues, encarecer los productos importados, lo que introduce una discriminación en contra de éstos respecto a productos idénticos o similares fabricados en el país que impone el arancel. Los productores nacionales obtienen así un margen de “protección”.

Los aranceles poseen distintos efectos para los actores de una economía:

- Los beneficios de los productores nacionales aumentan, ya que éstos pueden vender a un precio más elevado, es decir, el precio mundial más el arancel.
- Los consumidores se ven afectados negativamente por un arancel, el mayor precio disminuye las compras de los consumidores.
- Las importaciones se reducen, ya que las compras de los consumidores disminuyen y las ventas de los productores nacionales aumentan.
- Efectos sobre los términos de intercambio. Si el país que impone el arancel es grande, puede mejorar sus términos de intercambio debido a la reducción en el precio de importación. Para un país pequeño, con influencia inapreciable sobre el precio mundial, este efecto es imperceptible.
- El estado obtiene ingresos arancelarios.

Los países poseen distintos tipos de aranceles, que se clasifican en uniformes y parejos, y diferenciados.

- Uniformes y parejos: En esta clasificación se encuentran los aranceles *ad-valorem* y los aranceles específicos. Estos últimos son un derecho o impuesto de aduana que se calcula a razón de una suma monetaria determinada por la cantidad del bien que ingresa a un país, sin tomar en cuenta el valor del artículo importado, en cambio los aranceles *ad-valorem* son impuestos que se aplican en función del valor o como porcentaje del valor de los bienes autorizados en la aduana.
- Diferenciados: En esta clasificación se encuentran aranceles:
 - Según el grado de elaboración: en general, mientras mayor sea el valor agregado, mayor es el arancel que se aplica.
 - Según destino: se grava en forma diferenciada dependiendo si el producto es para el consumo, inversión o se utiliza como insumos.
 - Según características de los procesos productivos.

Las barreras para-arancelarias son medidas impuestas por el gobierno que no son aranceles, y restringen las importaciones a través de exigencias sanitarias o certificados especiales, entre otros. Entre estas medidas no arancelarias encontramos las siguientes:

- Cuotas: Una cuota o contingente es una restricción cuantitativa, no se limita a encarecer las importaciones, sino que fija un volumen máximo de unidades susceptibles de importación. Una restricción voluntaria de exportaciones (VER) es la fijación de una restricción cuantitativa de manera negociada o voluntaria, es decir, con la aquiescencia de los exportadores hacia el mercado en cuestión. (Tugores 1999).
- Restricciones administrativas: Son otra forma de barreras no arancelarias que restringen el comercio internacional, por ejemplo depositar el dinero hasta que se produzca la llegada del producto.
- Requisitos técnicos o sanitarios: Son disposiciones cuya finalidad declarada es la garantía de calidad de los productos alegando preocupaciones bien vistas en la opinión pública, como la defensa de los consumidores, la salud pública o el medio ambiente. (Tugores 1999).

2.2.2. PAUTAS DE DEMANDA

Miller (1986) distingue los siguientes determinantes de la demanda:

- **Precios relativos:** Es el precio de un artículo comparado con el precio de otros productos. A precios elevados se demanda una cantidad menor que a precios reducidos, si permanecen iguales los demás factores.
- **Ingreso:** Un incremento del ingreso del consumidor puede resultar, ya sea por un aumento de la cantidad de dinero percibida durante un período de tiempo, constantes los precios monetarios de los bienes, o bien puede darse como consecuencia de una disminución de los precios monetarios de los bienes comprados con cierta cantidad constante de ingreso monetario. Así, el ingreso real del consumidor es la habilidad del consumidor de demandar o comprar una determinada cantidad de bienes y servicios. Existen también algunos productos cuya demanda disminuye conforme aumenta el ingreso, a estos se les llama bienes inferiores.
- **Gustos y preferencias:** Un cambio en los gustos del consumidor en favor de un producto tiende a aumentar la demanda de éste. Los economistas no presentan frecuentemente el cambio de los gustos como la explicación de variaciones de la demanda, ya que éstos tienen poco que decir en relación a qué son los gustos y a la forma en que éstos se determinan. Así, debido a las dificultades de medición y a la falta de una teoría relacionada con cambios de los gustos y preferencias, generalmente se asume que éstos permanecen constantes.
- **Precio de productos sustitutos:** Un cambio en el precio del sustituto ocasionará un cambio en el mismo sentido, en la demanda del producto sustituto.
- **Población:** A menudo un aumento de la población en una economía aumenta la demanda de mercado para la mayoría de los productos. Esto se debe a que un incremento en la población origina un aumento en el número de compradores del mercado.

2.2.3. ACUERDO CHILE-UNIÓN EUROPEA

En el mes de mayo Chile concluyó exitosamente las negociaciones para un Acuerdo de Asociación Política y Económica con la Unión Europea, el cual fue firmado el día 18 de noviembre de 2002. Este es un Acuerdo de cuarta generación y es el más moderno que ha firmado la Unión Europea. El Acuerdo de Asociación, además de la parte comercial que instaura una zona de libre comercio entre ambos socios, aborda el diálogo político y el ámbito de la cooperación.

Este Acuerdo es una señal de confianza en la calidad de las políticas e instituciones y genera un escenario propicio para profundizar el desarrollo exportador, diversificando las ventas externas, ampliando el universo de empresas exportadoras e incorporando a las PYMES al esfuerzo de modernización e internacionalización. Un acuerdo comercial de vastas proporciones con el principal mega-mercado de exportación genera condiciones para obtener tasas de crecimiento más elevadas, mejorando la generación de empleo y abriendo interesantes perspectivas para el fomento de la competitividad y la modernización de la estructura empresarial y productiva.

La Unión Europea es el primer socio comercial, primer mercado para las exportaciones chilenas, primera fuente de las inversiones extranjeras y el principal origen de la cooperación internacional. La población de sus 15 Estados Miembros significará para Chile acceder a un mercado de 380 millones de potenciales compradores que llevarán a sus mesas diversos productos exportados desde este país. Por cierto, se trata de un mercado sofisticado, en donde las exigencias de calidad y competitividad son elevadas y para ello puede ser necesario readecuar políticas públicas de fomento productivo y exportador, persistiendo en el esfuerzo de coordinación público-privado para aprovechar de mejor manera las ventajas comerciales y de inversión que este Acuerdo genera.

Un primer beneficio del Acuerdo sería asegurar y mejorar el acceso de las exportaciones a este mega-mercado, de alto poder adquisitivo, con un PIB per cápita de US\$21.000; y cuya economía es casi 113 veces mayor que la chilena. Un principio elemental del comercio internacional señala la importancia que economías pequeñas y

orientadas a las exportaciones como la chilena, puedan conseguir acuerdos de libre comercio con mercados amplios y estables como el de la UE.

La existencia del escalonamiento arancelario en el mercado europeo venía reforzando la estructura de ventajas comparativas en recursos naturales de Chile, dificultando la exportación de productos con mayor valor agregado. Con la existencia de este Acuerdo, en un plazo máximo de 10 años, se eliminará el escalonamiento de forma total y permanente, por lo que habrá mayores posibilidades de realizar exportaciones industriales y aumentar fuertemente las exportaciones agroindustriales.

El texto provisorio del acuerdo Chile-Unión Europea (2002) señala lo siguiente:

- **Liberalización arancelaria**

El Acuerdo negociado con la Unión Europea considera seis categorías de desgravación arancelaria, de las cuales sólo se excluye a algunos productos agrícolas (en casos donde está operando la banda de precio y en lácteos, entre otros) y pesqueros (conservas de jurel).

El 85,1% de las exportaciones a la UE ingresará sin arancel, desde el momento de la entrada en vigencia del Acuerdo. A partir del 4º año, el total de bienes beneficiados con arancel cero, representará un 96,2% del valor de las exportaciones a ese mercado.

Como excepciones a la desgravación arancelaria ha quedado sólo el 0,3% del comercio con la UE. El Acuerdo contempla una "Cláusula de Revisión" para estos productos, lo que significa que cada 3 años, en conjunto con otros productos agrícolas (por ejemplo, aquellos con cuotas), se examinará la viabilidad de profundizar las concesiones arancelarias.

- **Medidas sanitarias y fitosanitarias**

Se establecerán comités bilaterales en los ámbitos de medidas sanitarias y fitosanitarias y en obstáculos técnicos al comercio, lo que permitirá reducir el riesgo de barreras proteccionistas por estos motivos, junto con generar condiciones para reforzar la fluidez del comercio y la capacidad de aprovechar oportunidades comerciales. En el caso sanitario y fitosanitario, se gana en transparencia, en reconocimiento gradual y

progresivo de equivalencias, en agilización de los procesos de reconocimiento del estatus de Chile como país libre de plagas o enfermedades específicas, y en el reconocimiento de las agencias reguladoras chilenas del sector como entidades autorizadas para la habilitación, inspección y certificación.

Este acuerdo se refiere a la aplicación de las medidas sanitarias y fitosanitarias, en otras palabras, a los reglamentos relativos a la inocuidad de los alimentos y a la salud de los animales y las plantas. En el Acuerdo se reconoce que los gobiernos tienen el derecho de tomar medidas sanitarias y fitosanitarias, pero que éstas sólo deben aplicarse en la medida necesaria para proteger la vida o la salud de las personas y de los animales o para preservar los vegetales y no deben discriminar de manera arbitraria o injustificable entre los Miembros en que prevalezcan condiciones idénticas o análogas.

A fin de armonizar las medidas sanitarias y fitosanitarias sobre la base más amplia posible, se alienta a los Miembros a que basen sus medidas en las normas, directrices y recomendaciones internacionales en los casos en que existan. No obstante, los Miembros pueden mantener o introducir medidas que se traduzcan en normas más rigurosas si hay una justificación científica o como consecuencia de decisiones coherentes en materia de riesgo sobre la base de una adecuada evaluación de los riesgos. En el Acuerdo se estipulan los procedimientos y criterios para la evaluación de los riesgos y la determinación de los niveles apropiados de protección sanitaria o fitosanitaria.

Se espera que los Miembros acepten como equivalentes las medidas sanitarias y fitosanitarias de otros Miembros si el país exportador demuestra al país importador que con sus medidas se obtiene el nivel adecuado de protección sanitaria del país importador. El Acuerdo comprende disposiciones sobre procedimientos de control, inspección y aprobación.

El Acuerdo también contiene prescripciones en materia de transparencia, con inclusión de la publicación de reglamentos, el establecimiento de servicios nacionales de información y procedimientos de notificación. En virtud de este instrumento se establece un Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias que, entre otras cosas, brindará un foro para celebrar consultas, examinar cuestiones con posibles efectos sobre el comercio,

mantener contactos con otras organizaciones competentes y supervisar el proceso de armonización internacional.

3. MATERIAL Y METODOLOGIA DE ANALISIS

3.1. MATERIAL

En cuanto a la naturaleza de la información, las fuentes primarias fueron principalmente entrevistas al Gerente General y Comercial de la Empresa Emusur S.A., además de información obtenida de personas que viven en estos países, en España Ramon Cabrera, Banco Caixa Catalunya y en Alemania Steffi Groenke, consultora de Sistemas Informáticos DVS. En Chile, Héctor Cárdenas, transportista y Jessica Barría, Control de Calidad Empresa Messamar.

Las fuentes secundarias, se obtuvieron principalmente de páginas de Internet, especialmente de los Institutos de Estadística correspondiente a cada país y de los Ministerios de Agricultura de ambos países. Además, libros de Negocios Internacionales, Economía y Marketing Internacional.

3.2. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

La presente investigación se puede clasificar como exploratoria y descriptiva, debido a que se trata de un tema poco estudiado y en donde las variables serán estudiadas de forma independiente.

El diseño de esta investigación es no experimental, ya que no es posible manipular variables. No se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador.

4. PRESENTACION Y DISCUSION DE RESULTADOS

4.1. BARRERAS COMERCIALES

Las barreras comerciales, tanto arancelarias como para-arancelarias, son algunos de los factores más importantes a considerar al realizar una exportación, ya que estas representan una medida de protección para los bienes nacionales, siendo una barrera de entrada para los productos importados.

4.1.1. BARRERAS ARANCELARIAS

Para la obtención de antecedentes sobre los aranceles que gravan al producto “carne de Emú”, es necesario contar con el código que identifique a este producto en ambos países, el cual se obtuvo del “Sistema Armonizado de designación y codificación de mercancías” (SA), que contiene las diferentes partidas susceptibles de comercialización entre Chile y UE.

Los derechos de aduana aplicables a las importaciones entre las Partes se eliminarán de conformidad a lo estipulado en el calendario de eliminación de aranceles, el que comenzará a regir desde la entrada en vigor del acuerdo. Este calendario arancelario incluye las siguientes cuatro columnas:

- a) "partida SA 2002": las partidas utilizadas en la nomenclatura del Sistema Armonizado.
- b) "descripción": la descripción del producto incluido en la partida.
- c) "base": el derecho de aduana de base a partir del que se aplicará el programa de reducciones arancelarias.
- d) "categoría": la categoría o categorías en que se incluye el producto de que se trate a efecto de la reducción arancelaria. (Ver Anexo N°1)

Según el calendario de eliminación de aranceles en la Comunidad, el producto en cuestión está sujeto a lo siguiente:

Cuadro N°1
Calendario de eliminación de aranceles

Partida SA	Glosa	Base	Categoría
02	Carnes y despojos comestibles		
0208	Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados.		
0208.90.00	Las demás	6	Año 0

Fuente: Texto provisorio Acuerdo Chile-UE

De esta manera, la carne de Emú congelada al vacío (forma en que será exportada) se clasifica en la partida 0208.90.00, con un arancel base de 6% y con una liberalización arancelaria inmediata a la entrada en vigor del acuerdo, conforme a la categoría año 0, es decir, a partir del 01/01/2003⁽¹⁾ el arancel para este producto será 0%. Además, no se establecieron cuotas para limitar la cantidad a exportar de este producto.

Así, la desgravación total de carne de Emú más la exportación libre en cuanto a las cantidades, implica que los productores que deseen exportar podrán ser más competitivos en estos mercados ya que los precios no serán afectados por un impuesto como es el derecho de aduana.

4.1.2. BARRERAS PARA-ARANCELARIAS

Las medidas sanitarias y fitosanitarias se establecieron con el fin de facilitar el comercio de animales, productos de origen animal, plantas, productos vegetales y otras mercancías entre la Comunidad y Chile, protegiendo al mismo tiempo la salud pública, la sanidad animal y vegetal.

⁽¹⁾ Esta fecha está sujeta a la aprobación de los respectivos congresos de la UE y Chile.

Para Chile, el Ministerio de Agricultura es la autoridad competente para administrar, a través del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), todos los requisitos relativos a:

- Las medidas sanitarias y fitosanitarias aplicadas a la importación y exportación de animales, plantas y productos derivados;
- Las medidas sanitarias y fitosanitarias aplicadas para reducir el riesgo de introducción de enfermedades animales y plagas de los vegetales y para controlar su erradicación o propagación;
- La expedición de certificados sanitarios y fitosanitarios de exportación para los productos de origen animal y los productos vegetales.(SAG Sistema Oficial de certificación para la exportación de productos pecuarios 2002)

Para comenzar el proceso de exportación, el SAG verifica que los establecimientos que solicitan ser incorporados al listado de plantas autorizadas para la Unión Europea, cumplan los requisitos estructurales y operacionales exigidos por las regulaciones nacionales y comunitarias, para esto la empresa Emusur S.A se encuentra en constante mejoramiento para cumplir estas exigencias, capacitando a los productores asociados para una correcta implementación de los procesos tales como: técnicas de alimentación, técnicas de manejo, correcta implementación de sus estructuras⁽²⁾, entre otros.

Por otra parte, el producto será inspeccionado en los mataderos por Médicos Veterinarios de los Servicios Oficiales del Estado, para verificar que los métodos empleados cumplan con las normas de higiene requeridas por la Unión Europea. En este caso, la Empresa Emusur S.A. trabaja en conjunto con FRIVAL, empresa encargada de la matanza y congelamiento de este producto, para lo que se llevó a cabo una capacitación de su personal para el correcto cumplimiento de las normas.

Finalmente, para poder exportar este producto a la Unión Europea es necesario contar con un certificado de exportación emitido por el SAG, en el cual recae la

⁽²⁾ Referidas al número de metros que estas aves necesitan para su desplazamiento.

responsabilidad de certificar la calidad sanitaria e inocuidad del producto a exportar. La certificación es un Sistema que incluye el flujo de procesos que se extiende desde el predio hasta que el producto se encuentra listo para su embarque a destino.

El Gerente General de Emusur S.A. señala⁽³⁾, que para poder cumplir con las exigencias impuestas por los mercados internacionales, la empresa tiene como uno de sus objetivos principales que todos los procesos de su cadena de elaboración funcionen bajo principios de aseguramiento de calidad utilizando las debidas normas higiénicas en todos sus procesos operativos, de manera que estas aves se mantengan libres de enfermedades. El Emú, a pesar de ser un ave muy resistente a contraerlas, puede ser afectada por todas las patologías a las que son propensas las aves en general, como son la influenza aviar, enfermedad de Newcastle, entre otras. Así Emusur S.A. se preocupa por ejemplo de mantener en cuarentena a los animales traídos del exterior, realizar periódicos controles a través de muestras de sangre y feca para detectar posibles enfermedades, además, de llevar a cabo un estricto control higiénico mediante pediluvio de manera de evitar los peligros que pueden producir riesgos para el consumo humano.

La ubicación geográfica de Chile, es uno de los factores fundamentales que influye en el buen nivel zoonosario de éste en comparación con los demás países latinoamericanos.(Ver Anexo N°2), ya que se encuentra protegido por barreras naturales como son la Cordillera de los Andes y el Océano Pacífico, además del esfuerzo del SAG como autoridad sanitaria oficial, de sus profesionales, sus técnicos y los ganaderos. Esta particular condición implica producir productos de alta calidad a menores costos, permitiendo así una mayor competitividad y accesibilidad a mercados de altas exigencias con mejores precios.

⁽³⁾ Entrevista al Sr. Juan Guillermo Valenzuela. Septiembre de 2002

4.2. PAUTAS DE DEMANDA

4.2.1. PRECIO DOMÉSTICO E INTERNACIONAL

Para el análisis de pautas de demanda, en primer término se analizará tanto el precio del producto en Chile como el precio internacional en los principales países productores de carne de Emú, como son Estados Unidos y Nueva Zelanda, además de uno de los mercados en análisis como es el español.

El Cuadro N°2 muestra los precios finales de la carne de Emú por países según los cortes más comercializados.

Cuadro N°2
Precio carne de Emú

	Chile	España	USA	Nueva Zelanda
Filete (US\$/Kg)	15	24.5	5.87	14.1
Lomo (US\$/Kg)	12	23.6	3.6	12.4
Molida (US\$/Kg)	6	19.10	1.79	10

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos obtenidos de Emusur S.A y Emuland⁽⁴⁾

Como se aprecia en el cuadro anterior los precios varían de un país a otro, siendo Estados Unidos el país que presenta los precios más bajos en relación a los demás países, esto se debe a que el país norteamericano es uno de los principales productores de carne de Emú junto a Australia e Israel. Chile, por otro lado, posee precios comparables a los de Nueva Zelanda, aunque muy por encima a los de Estados Unidos.

En relación a España, los precios de este producto son muy superiores en cuanto a los precios chilenos (63,33% filete). Para realizar una comparación más real de precios, se estimó el valor al cual llegaría el producto desde Chile hasta España (Ver Anexo N°3), el que dio como resultado US\$ 19,511 (filete). Por lo tanto, se puede

⁽⁴⁾ Empresa productora y comercializadora de Emú y sus derivados en España

deducir que el producto carne de Emú exportado desde Chile podría llegar con precios competitivos al país español.

En cuanto a Alemania, no se pudo obtener información con respecto al precio de este producto, pero con la incorporación de una moneda única en la Unión Europea, los precios de los distintos productos serán cada vez más uniformes, por lo tanto, Alemania debería poseer, en un período determinado de tiempo, precios similares a España.

4.2.2. INGRESO PER CÁPITA

El ingreso per cápita es una de las características demográficas más importantes para analizar la incursión en los mercados internacionales.

El Cuadro N°3 muestra el Ingreso per cápita expresado en dólares por año según países.

Cuadro N°3
Ingreso per cápita Alemania, España y Chile: 1999-2001

	1999 Mill US\$	2000 Mill US\$	2001 Mill US\$
Alemania	23.927	24.680	25.126
España	14.059	15.045	15.849
Chile	4.505	4.449	4.520

Fuente Elaboración propia a partir de datos obtenidos de Statistisches Bundesamt Deutschland, Instituto Nacional de Estadísticas España y Banco Central de Chile

Los datos entregados en el cuadro anterior indican que el ingreso per cápita ha ido aumentando durante los tres últimos años en los países analizados, sin embargo, se puede apreciar que Alemania posee un ingreso muy superior al español. En este caso Alemania representa un mercado más atractivo para exportar carne de Emú, ya que este producto está dirigido a consumidores con mayores niveles de ingreso debido a su alto

precio⁽⁵⁾. En cuanto a España, si bien el ingreso per cápita es inferior a Alemania, éste es muy superior en comparación con Chile. Esto indica que España también es un potencial mercado para exportar, ya que el poseer mayor ingreso permite a los consumidores poder acceder a productos de mayor valor.

4.2.3. GUSTOS Y PREFERENCIAS SEGÚN ANÁLISIS ESTADÍSTICOS

Para el análisis de gustos y preferencias se obtuvieron datos estadísticos acerca del consumo de carnes de los países en cuestión.

El cuadro N°4 y N°5 muestra el consumo de carne en kilos y el porcentaje de participación para España y Alemania respectivamente por año según tipos de carne.

Cuadro N°4
Consumo de Carne en España

	Millones de kgs		% partic.	
	1999	2000	1999	2000
Carnes de ave	536,2	557,2	34,6	34,9
Carnes de cerdo	413,6	437,9	26,7	27,4
Carne de vacuno	292,7	299,9	18,9	18,8
Carne de ovino	98,4	111,0	6,4	6,9
Otras carnes	207,0	191,6	13,4	12
Total	1.547,9	1.597,6	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación España

⁽⁵⁾ El precio del producto carne de Emú se señala en el punto 4.2.1

Cuadro N°5
Consumo de Carne en Alemania

	Millones de kgs		% partic.	
	1999	2000	1999	2000
Carne de ave	723,0	732,1	14,6	14,2
Carnes de cerdo	3146,9	3315,1	63,6	64,8
Carne de vacuno	846,3	822,6	17,1	16,1
Carne de ovino	57,5	65,8	1,2	1,3
Otras carnes	172,6	181,0	3,5	3,6
Total	4946,3	516,6	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de Deutsche Gesellschaft für Ernährung

En el cuadro N°4 se observa que los habitantes españoles consumen en mayor proporción carne de aves, que corresponde aproximadamente a un 35% del consumo total, seguido por el cerdo y el vacuno en una menor proporción.

En cuanto a Alemania, el cuadro N°5 muestra que existe una marcada preferencia por la carne de cerdo, con un 64,8% en el año 2000, la segunda preferencia se encuentra en la carne de vacuno, seguido por las carnes de aves.

Un aspecto a considerar a partir del año 2001, es la llamada enfermedad de las “vacas locas” o Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB), que ha llevado en parte a los habitantes europeos a un desconcierto y a la necesidad de sustituir en su menú tal carne por otras similares, que no presenten esta enfermedad.

Por otra parte, existe una tendencia generalizada por consumir alimentos sanos y de mejor calidad que no afecten la salud de las personas, por lo que la carne de Emú es

una buena alternativa, ya que posee características que la hacen apropiada para aquellos que deseen un producto más saludable.(Ver Anexo N°4)

4.2.4. PRECIOS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Se consideró como productos sustitutos a las carnes de ave en general siendo el avestruz el más directo.

El Cuadro N°6 muestra el valor en dólares de los productos sustitutos por país según tipos de carne.

Cuadro N°6
Precio productos sustitutos de Alemania y España

	Alemania US\$	España US\$
Pollo	2.66	2.7
Pavo (pechuga)	5.99	7.48
Pato	5.99	6.45
Gallina	9.99	4.18
Avestruz	15.29	17.34

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de Supermercado Esser Alemania e Hipermercado Caprabo España.

En el cuadro anterior se observa que el precio de las carnes blancas en estos países se encuentra muy por debajo del precio de carne de Emú. Sin embargo, el precio de carne de avestruz se acerca al precio del producto en cuestión, aunque el primero sigue siendo inferior.

4.2.5. POBLACIÓN

El siguiente cuadro muestra el número de habitantes por año según países

Cuadro N°7
Población de Alemania y España

	1999	2000	2001
Alemania	82.037.000	82.163.500	82.259.500
España	39.625.553	39.927.392	40.260.541

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística de España y Statistisches Bundesamt Deutschland.

El número de habitantes en ambos países se ha mantenido relativamente estable, presentando en su conjunto una población numerosa la cual representa un tercio de la comunidad europea, siendo esta de aproximadamente 380 millones de personas. Esto implica poder acceder a un mayor potencial de consumidores en esta región.

En estos últimos años, la población adulta de Alemania y España ha experimentado un crecimiento mayor que la población joven (Ver Anexo N°5), esto se debe al aumento en las expectativas de vida y a la baja natalidad que presentan. Así, alimentos sanos y bajos en calorías, como la carne de Emú, pueden ser potenciales productos para una gran proporción de personas de edad madura de estos países.

La baja natalidad indica que las familias alemanas y españolas tienen cada vez menos hijos, por lo que los padres pueden destinar una mayor cantidad de dinero a otro tipo de bienes.

5. CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos planteados y a los resultados de la investigación se puede concluir que:

En relación a las estructuras de protección, el acuerdo suscrito con la Unión Europea ofrece grandes oportunidades para la exportación de productos no tradicionales, en el caso de carne de Emú, este producto podrá ingresar con arancel cero y sin restricción de cuotas a partir de la entrada en vigencia de este acuerdo. Además, las medidas sanitarias y fitosanitarias acordadas con la Unión Europea permiten una mayor accesibilidad a estos mercados, debido a la reducción de barreras proteccionistas en estos países. Esto sumado al reconocimiento de Chile como país libre de plagas y enfermedades y al continuo esfuerzo de la empresa Emusur S.A. para cumplir con las normas sanitarias exigidas permiten que las barreras para-arancelarias no sean un obstáculo para ingresar a estos mercados.

En concreto, esto significa menores costos para los exportadores agrícolas y una ganancia comparativa considerable en términos de oportunidad de acceso a estos mercados, respecto de sus competidores.

En cuanto a pautas de demanda, el precio de este producto en Chile es considerablemente inferior al precio en que se comercializa en España y Alemania, además, de acuerdo al precio estimado al que ingresaría, este continúa siendo inferior permitiendo la entrada de este producto con precios competitivos en relación a los productores nacionales. El alto ingreso per cápita de ambos países posibilita tener un nivel de vida más elevado lo cual les permite acceder a productos de mayor valor, además, la gran población que representan ambos países podrá permitir llegar a un mayor número de consumidores.

Por otra parte, los gustos y preferencias de ambos países indican una tendencia por consumir carne de cerdo en Alemania y carnes de ave y cerdo en España, sin embargo el aumento de la población adulta en ambos países y la preocupación de éstos por consumir alimentos sanos otorga la posibilidad de que la carne de Emú sea un potencial producto para el consumo.

Por lo tanto, por los potenciales beneficios del acuerdo Chile-Unión Europea y de acuerdo a las pautas de demanda de estos países se puede deducir que existen posibilidades de introducir el producto carne de Emú a los mercados de Alemania y España, en la medida que la empresa se plantee una adecuada estrategia de marketing para dar a conocer el producto en estos países y el continuo mejoramiento en sus procesos productivos para lograr una mayor eficiencia en estos.

6. BIBLIOGRAFIA

Banco Central. 2002. Indicadores Económicos. Disponible en internet:
<http://sie.aplicaciones.cl/basededatoseconomicos/900base.asp?usuIdioma=E> (Accesado Octubre 15, 2002)

Deutsche Gesellschaft für Ernährung. 2002. Konsûm. Disponible en Internet:
<http://www.agev-rosenheim.de/wissenwertes/ev/im-nachfrage/fleisch.htm> (Accesado Noviembre 2, 2002)

Direcon. 2002. Texto provisorio acuerdo Chile-Unión Europea. Disponible en Internet:
http://www.direcon.cl/frame/acuerdos_internacionales/f_ue.html (Accesado en Octubre 10, 2002)

EmuSur S.A. 2000. Sociedad Industrial y Comercial EmuSur S.A. Trabajo no publicado. EmuSur S.A., Valdivia.

INE. 2002a. Población. Disponible en Internet:
<http://www.ine.es/espcif/espcifes/pobl01.pdf> (Accesado en: Septiembre 20, 2002)

_____.2002b. Indicadores económicos. Disponible en Internet:
<http://www.ine.es/espcif/espcifes/cuen01.pdf> (Accesado en: Septiembre 20,2002)

Keegan, W. J., y M. C. Green. 1998. *Fundamentos de Mercadotecnia Internacional*. México, D.F.: Prantice-Hall, Inc.

Miller, R. L. 1986. *Microeconomía Moderna*. 4° ed.. México, D.F.: Harla.

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2002. La alimentación española en 2001. Disponible en Internet:
<http://www.mapya.es/indices/pags/aliment/index.htm>(Accesado en Octubre 5, 2002)

SAG. 2002. Sistema Oficial de Certificación para la exportación de productos pecuarios. Disponible en Internet: <http://www.sag.gob.cl/framearea.asp?cod=2>
 (Accesado en: Octubre 15, 2002)

Statistisches Bundesamt Deutschland.2002a. Population. Disponible en Internet:
http://www.destatis.de/basis/e/bevoe/bev_tab4.htm (Accesado en: Octubre 5, 2002)

_____. 2002b. National Accounts. Disponible en internet:
<http://www.destatis.de/basis/e/vgr/vgrtab1.htm> (Accesado en Octubre 5, 2002)

Tugores, J. 1999. *Economía Internacional. Globalización e integración regional*. 4º ed. Madrid: Mc Graw-Hill/Interamericana de España, S.A.U.

7. ANEXOS

ANEXO N°1

Categorías aplicables a las importaciones en la Comunidad procedentes de Chile

"Año 0": liberalización a la entrada en vigor del Acuerdo;

"Año 3": liberalización durante un periodo transitorio de tres años;

"Año 4": liberalización durante un periodo transitorio de cuatro años;

"Año 7": liberalización durante un periodo transitorio de siete años;

"Año 10": liberalización durante un periodo transitorio de diez años;

"R": concesión arancelaria de 50% del derecho de aduana de base;

"EP": la liberalización se refiere exclusivamente al derecho *ad-valorem*, manteniéndose el derecho específico vinculado al precio de entrada;

"SP": la liberalización se refiere exclusivamente al derecho *ad-valorem*, manteniéndose el derecho específico;

"NP": no liberalización, ya que estos productos están cubiertos por denominaciones protegidas en la Comunidad.

"CA": liberalización dentro del contingente arancelario

ANEXO N°2

Informe Situación Sanitaria Chile, 2000

Enfermedad	Situación
Fiebre Aftosa	(1981)*
Estomatitis Vesicular	0000
Enfermedad Vesicular del Cerdo	0000
Peste Bovina	0000
Peste de Pequeños Rumiantes	0000
Perineumonía Contagiosa Bovina	0000
Dermatosis Nodular Contagiosa	0000
Fiebre del Valle del Rift	0000
Lengua Azul	0000
Viruela Ovina Caprina	0000
Peste Equina	0000
Peste Porcina Africana	0000
Peste Porcina Clásica	(1996)*
Influenza Aviar altamente patógena	0000
Enfermedad de Newcastle velogénico viscerotrópico	(1975)*

*Año de erradicación

En cuanto a la influenza aviar, en el presente año se detectaron dos focos en el país que afectaron a una sola empresa. Las aves afectadas fueron eliminadas en el mes de Junio y a la fecha no se ha presentado la enfermedad en ninguna otra localidad del país. En el caso del Emú, esta ave no fue afectada por la influenza aviar.

ANEXO N°3

Calculo estimado del precio CIF de carne de Emú para su comercialización en España

Supuesto: Se estimó la exportación de 1000Kg de carne de Emú.

Precio Ex-Works: US\$15 * 1000Kg	= US\$ 15.000
Transporte Valdivia-Talcahuano	=US\$ 424
Costo de porteo, estiba y desestiba	=US\$ 198
Gastos de Exportación:	
Agente de Aduana (0,60% valor FOB)	= US\$ 94
Gastos bancarios (0,875% valor FOB)	= US\$ 137
Gastos Consulares (1,50% valor FOB)	= US\$ 234
Control de Calidad (2,50% valor FOB)	= US\$ 390
Comisión Agente Comercial (5,40% valor FOB)	= US\$ 844
Flete desde Talcahuano a Algeciras, España	= US\$ 1640
Seguro contra todo riesgo (3,5% valor FOB)	<u>= US\$ 550</u>
PRECIO CIF	= US\$ 19.511
Precio unitario = US\$ 19,511	

El dato de transporte Valdivia-Talcahuano fue proporcionado por Héctor Cárdenas, Transportista.

El valor de porteo, estiba y desestiba fue obtenido de Jessica Barría, control de calidad Empresa Messamar, exportadora de mariscos a España.

Los gastos de exportación y seguro contra todo riesgo fueron proporcionados por ProChile.

ANEXO N°4

Características comparativas de la carne de Emú

Análisis	Emú	Vacuno	Cerdo	Aves	Ciervo	Pescado
% Agua	73,6	75	70	73-75	75	82
% Grasa	1,7-4,5	2-14,7	25	1-3	3,3	1
% Proteínas	21,2	15-22	18-28	23-24	20,5	16
Magnesio Mg- 100 gr.	28,7-30,9	20	17-25	20-27	29	25-50
Colesterol Mg- 100 gr.	39-48	63	80-105	64-90	N.D*	N.D*
Calcio Mg- 100 gr.	4,5-7,7	10	10	8-17	7	20-40
Calorías Kcal- 100 gr	113-127	157	319	114	108	70-120

Fuente: Emusur S.A.

*No Disponible

ANEXO N°5
Población Alemania según edades

	1999	2000	2001
Menores de 15 años	12.980.000	12.897.000	12.777.300
15-25 años	9.077.100	9.159.500	9.256.700
25-45 años	25.768.600	25.524.900	25.255.100
45-65 años	21.143.800	21.230.800	21.276.500
65 y más	13.067.500	13.351.300	13.694.000
Total	82.037.000	82.163.500	82.259.500

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos Statistisches Bundesamt Deutschland

Población España según edades

	1999	2000	2001
Menores de 15 años	5.939.575	5.894.929	5.886.629
15-25 años	5.914.253	5.747.061	5.563.194
25-45 años	12.387.703	12.677.172	12.964.328
45-65 años	8.787.920	8.878.080	9.005.530
65 y más	6.596.102	6.730.150	6.840.860
Total	39.625.553	39.927.392	40.260.541

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística España