

Indice

Indice	2
Introducción	3
1. Características Generales del Mercado Alemán.....	4
1.1 Marco jurídico y de comercio internacional	4
1.1.1. Normas y reglas europeas para la importación de vinos.....	4
1.1.2. Normas y reglas alimenticias alemanas	4
1.1.2.1. La ley alemán de vinos (“Weingesetz”).....	4
1.1.2.2. Aspectos importantes de la Aduana	4
1.1.2.3. Especificaciones para el empaque y la etiqueta	6
1.1.2.4. Requerimientos analíticos/ químicos	6
1.1.3. Principales Aspectos Logísticos.....	7
1.1.3.1. Costos de transporte	7
1.1.3.2. Seguros	8
1.1.3.3. Almacenamiento.....	8
1.1.3.4. Formalidades importantes	9
2. Información Cualitativa del Mercado	10
2.1. Estudio de la Demanda.....	10
2.1.1. Alemania y Vinos.....	10
2.1.2. El consumidor alemán.....	11
2.1.3. Percepción sobre Chile y los vinos chilenos	12
2.1.4. Gustos y tendencias del mercado	13
2.1.5. Características específicas por tipo de consumidor.....	14
2.2. Estudio de la competencia y estructura del mercado	15
3. Canales de Comercialización	17
3.1. Ferias de vino y productos gourmet.....	17
3.2. Degustaciones y eventos	17
3.3. E-Commerce.....	18
4. Listados de buenas prácticas de negocio y comercialización	19
4.1. Negociaciones en Alemania.....	19
4.2. Preguntas y puntos importantes.....	19
Resumen	20
Apéndice.....	21
Referencias	22