

# | Cicle d'Internacionalització |



***Alemanya. El gegant d'Europa.  
| 21 d'abril de 2015 |***



**20 de gener**

**Com fer negocis al Marroc?**

**3 de febrer**

**Està l'empresa preparada  
per internacionalitzar-se?**

**24 de març**

**Com treure el màxim profit de la  
teva presència a una fira  
internacional?**

**21 d'Abril**

**Alemanya: el gegant d'Europa**

*Pendent data*

**L'Est no és només Rússia (els  
nous mercats de l'Europa  
Oriental)**

**9 de juny**

**Com trobar i seleccionar un bon  
agent comercial a Europa**



## **Alemanya. El gegant d'Europa.**

***Duració estimada: 2h – 2h30***

**Breu introducció** (10 min)

**Presentació del país** (1,30 h)

**Connecció amb Berlín  
interactiva amb els assistents** (30 min)

**Visió global fiscalitat** (10 min)



**Cristina Danón**

[cdanon@int-team.com](mailto:cdanon@int-team.com)

[www.int-team.com](http://www.int-team.com)

Sant Cugat del Vallès

**Àngel Espar**

[aespar@ideand.ad](mailto:aespar@ideand.ad)

[www.ideand.ad](http://www.ideand.ad)

Telf. +376\_321321

Andorra la Vella

**Núria Vila**

[nvila@vilatuneu-advocats.com](mailto:nvila@vilatuneu-advocats.com)

[www.vilatuneu-advocats.com](http://www.vilatuneu-advocats.com)

Andorra la Vella

**3 empreses en partenariat a Andorra**

**< 1 visió · 1 propòsit compartit >**

**PROMOURE LA INTERNACIONALITZACIÓ  
DEL TEIXIT EMPRESARIAL ANDORRÀ**





## ***Cristina Danón***

**Llicenciada** per la UB i **Màster en Comerç Internacional**. **Professora** de l'Escola Superior de Comerç Internacional.

**+30 anys en l'àmbit internacional:**

- Àrea manager internacional
- Direcció d'exportació
- Direcció promoció internacional
- Comissió Europea, ICEX, ACC10 i l'ICIC.

## ***Núria Vila***

**Llicenciada en Dret i Master en Assessoria Jurídica** per l'IE (Madrid).

**Advocada mercantilista** en despatxos de caire nacional i internacional. Relació innata amb **l'empresa familiar** on ha liderat processos de professionalització i reestructuració, de successió empresarial, protocols familiars, etc.

## ***Àngel Espar***

**Llicenciat en ADE i MBA de l'IESE.**

Diferents **posicions de responsabilitat** en el **sector turístic, hostaleria i Retail.**

**Sempre vinculat al món de l'empresa familiar** on ha encapçalat, entre d'altres, processos d'expansió i de reorganització empresarial.

**Consultora de comerç exterior  
especialitzada en internacionalització.**

**Referent a nivell de Catalunya.**

**Més de 30 anys d'experiència en  
mercats d'Europa, Magreb (Algèria,  
Tunísia, Marroc), països llatino-  
americans (Mèxic, Brasil, Xile,  
Colòmbia...), Senegal i EEUU.**

**Oficines a Barcelona, Berlín, Brasil,  
París, Andorra, etc i una extensa xarxa  
de corresponsals per tot el món.**

**Sector privat i públic.**







# **ANDORRA · Elements de reflexió**

***La sostenibilitat empresarial passa per:***

- ✓ Crèixer · Internacionalitzar-se
- ✓ Emprendre
- ✓ Innovar · diferenciar-se
- ✓ Adaptar · transformar els negocis







# Integració en el Comerç Internacional

- ✓ *Trade-to-GDP ratio OECD*  $\Rightarrow (X + M) / PIB$   
**45% Andorra**  $\approx$  Imp. 42% + **Exportacions 3%**
- ✓ **Rati Exportacions:**
  - **> 100%** p.e. HK, Lux, Singapore, Ireland, China, etc
  - **Alemania 50%**, Esp · Fra · UK  $\approx$  30%, EEUU 17%, etc
  - San Marino > 200% | Liechtenstein >100% | Malta 35% | Monaco 15%
- ✓ **Tenim molt recorregut....**



# IMPORTACIONS ANDORRA

< Per origen >

Font: Departament d'Estadística.

	Importacions 2014			Importacions 2013			Importacions 2007		
	País	Eur	Pes %	País	Eur	Pes %	País	Eur	Pes %
1	Espanya	722.772.364	61%	Espanya	697.178.264	62%	Espanya	818.216.161	58%
2	França	181.817.698	15%	França	185.774.501	16%	França	261.872.645	19%
3	Xina	48.595.610	4%	Xina	41.867.532	4%	Alemanya	70.661.162	5%
4	Alemanya	45.189.743	4%	Alemanya	35.028.002	3%	Itàlia	45.861.538	3%
5	Suïssa	34.398.762	3%	Itàlia	30.119.137	3%	Japó	37.637.522	3%
6	Itàlia	27.072.924	2%	Suïssa	17.825.138	2%	Xina	36.051.758	3%
7	Gran	15.442.331	1%	Gran Bretanya	14.700.391	1%	Gran Bretanya	21.163.124	2%
8	Holanda	12.161.661	1%	Holanda	11.245.870	1%	Suïssa	13.275.694	1%
9	Portugal	11.206.824	1%	Portugal	10.526.920	1%	EE-UU	12.089.639	1%
10	EE-UU	6.656.964	1%	Sudàfrica (República)	9.879.042	1%	Holanda	11.813.579	1%
	Resta	70.428.447	6%	Resta	73.902.100	7%	Resta	74.066.324	5%
	<b>TOTAL</b>	<b>1.175.743.327</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.128.046.896</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.402.709.144</b>	<b>100%</b>
	Esp + Fra	904.590.061	77%	Esp + Fra	882.952.765	78%	Esp + Fra	1.080.088.806	77%

# EXPORTACIONS ANDORRA

< Per destí >

Font: Departament d'Estadística.

Exportacions 2014			Exportacions 2013			Exportacions 2007		
País	Eur	Pes %	País	Eur	Pes %	País	Eur	Pes %
Espanya	40.858.804	55%	Espanya	39.097.918	52%	Espanya	63.636.454	58%
França	12.724.285	17%	França	13.194.565	18%	França	14.982.516	14%
Noruega	4.254.634	6%	Desconegut	3.537.961	5%	<b>Alemanya</b>	<b>14.485.062</b>	<b>13%</b>
Desconegut	3.610.903	5%	Gran Bretanya	3.366.276	5%	Desconegut	5.753.387	5%
Hong Kong	2.211.657	3%	Hong Kong	2.593.006	3%	Itàlia	3.317.121	3%
Itàlia	1.325.581	2%	Suïssa	2.434.225	3%	Noruega	1.896.811	2%
EE-UU	1.213.210	2%	Itàlia	1.911.569	3%	Bèlgica	1.509.163	1%
Suïssa	1.127.702	2%	<b>Alemanya</b>	<b>1.893.890</b>	<b>3%</b>	Holanda	774.600	1%
Holanda	1.064.299	1%	Noruega	1.833.526	2%	Rússia	500.287	0%
<b>Alemanya</b>	<b>987.095</b>	<b>1%</b>	Holanda	606.771	1%	Finlàndia	471.196	0%
Resta	4.359.425	6%	Resta	4.019.898	5%	Resta	2.549.057	2%
<b>TOTAL</b>	<b>73.737.595</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>74.489.604</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>109.875.655</b>	<b>100%</b>
Esp + Fra	53.583.089	73%	Esp + Fra	52.292.482	70%	Esp + Fra	78.618.970	72%

# **PER QUÈ** **ALEMANYA?**



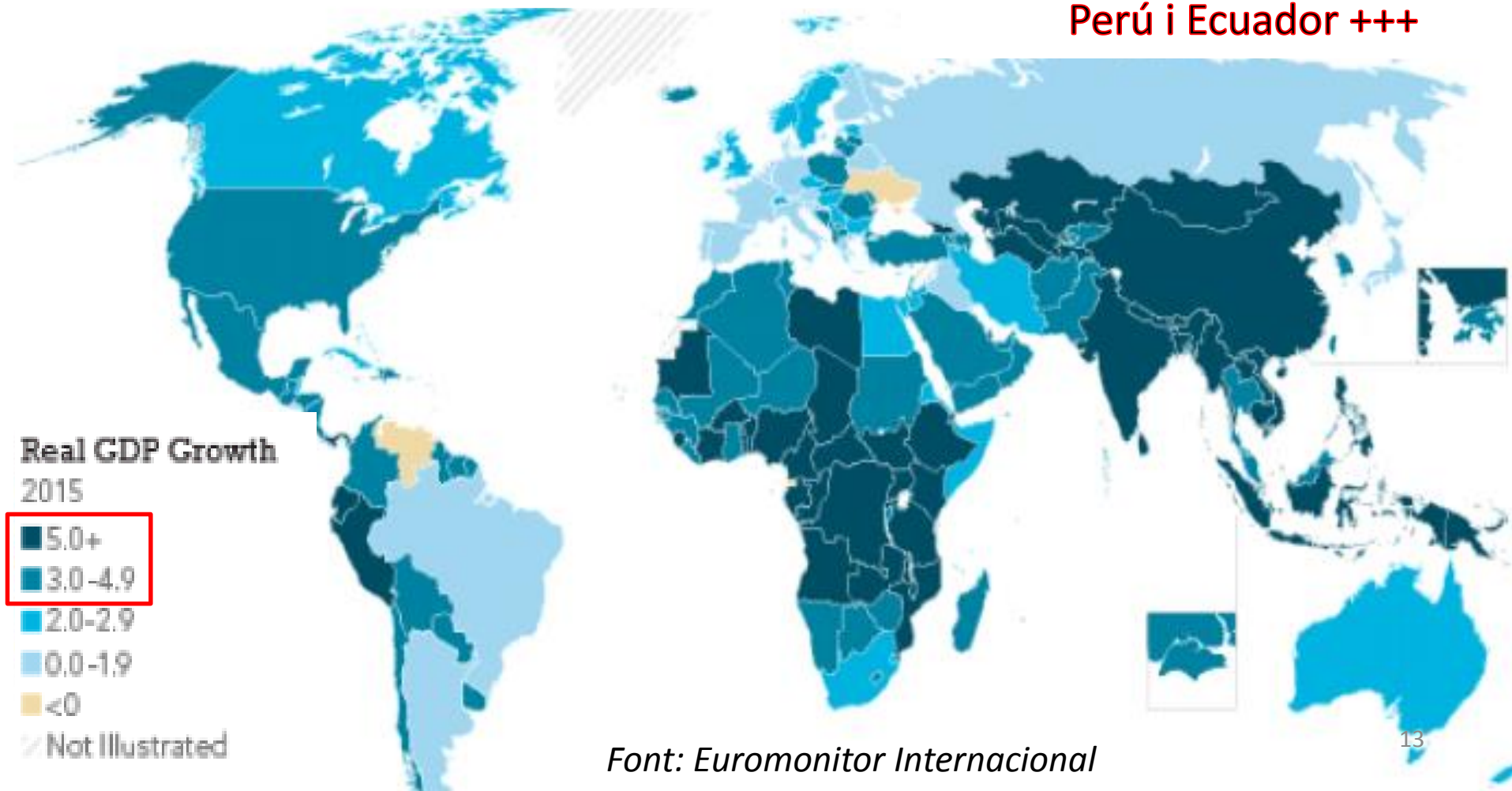


**The World**  
**2015 =**  
**+3,7%**

World's Largest Economies  
in PPP terms  
real GDP growth in 2015



- ↑ + forts ÀFRICA i ÀSIA
- Rússia i Europa Est dèbils
- Euro Zona i Japó estancats
- Nort i Centre Amèrica sòlids
- Sud Amèrica: Veneçuela, Argentina i Brasil ¿?
- Perú i Ecuador +++



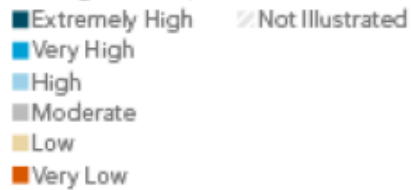
Font: Euromonitor Internacional



# PER QUÈ ALEMANYA?

## Ease of Doing Business 2014

ranking out of 189 countries



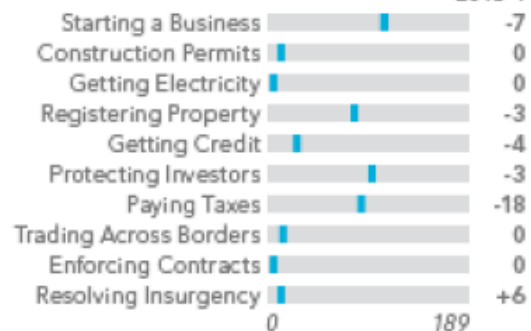
## Global Competitiveness Rank

ranking out of 144/148 economies in 2012/2013

Select Countries	Rank		
	2012	2013	Change
<b>Germany</b>	6	4	▲
United Kingdom	8	10	▼
France	21	23	▼
Spain	36	35	▲
Italy	42	49	▼

## Ease of Doing Business Ranking 2014

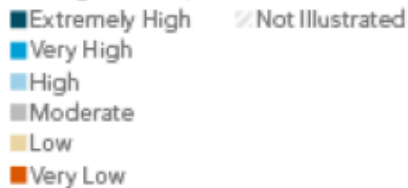
ranking out of 189 countries (185 in 2013) Change 2013-14



# PER QUÈ ALEMANYA?

## Ease of Doing Business 2014

ranking out of 189 countries



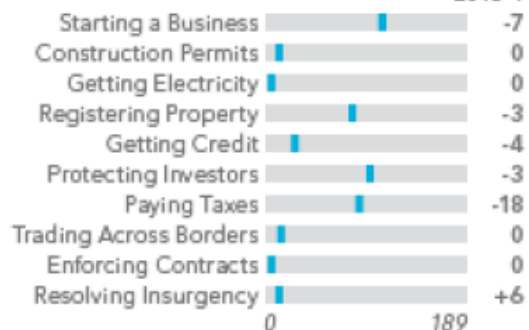
## Global Competitiveness Rank

ranking out of 144/148 economies in 2012/2013

Select Countries	Rank		
	2012	2013	Change
Germany	6	4	▲
United Kingdom	8	10	▼
France	21	23	▼
Spain	36	35	▲
Italy	42	49	▼

## Ease of Doing Business Ranking 2014

ranking out of 189 countries (185 in 2013) Change 2013-14



- **Entorn atractiu pels negocis**
- És un dels **països + ben gestionats** > disciplina fiscal.
- **Població altament educada**: 26,4% de la població >15 anys té educació superior vs 21,5% UE.
- **I + D** del 3% PIB vs 2,1% a la UE.
- **Productivitat**: PIB per persona US \$ 80.620 vs US \$ 71.350 de la UE.
- **Baixa corrupció i estabilitat política.**
- **GDP per capita** dels més alts.
- **3er exportador a nivell mundial** (≈ Xina o EEUU).
- **Reptes** a nivell de país:
  - **Burocràcia i impostos.**
  - **Tassa de natalitat** de les més baixes d'Europa.
  - **Població més vella** de l'UE (45,3 anys 2013)
  - Ser el motor de la UE...

# ESTUDI DE POTENCIALITAT MERCATS

## TURÍSTICS EUROPEUS – Andorra Turisme

(25.000 enquestes, 11 països)

### MERCAT POTENCIAL INICIAL

#### Població per país \*

#### Filtres de potencialitat

#### Mercat Potencial Inicial

#### % sobre Població Total



495.033.178



82.020.578



63.896.071



65.578.819



46.727.890



142.470.272

Persones entre 18 i 55 o 75 anys (en funció del país) que hagin realitzat com a mínim un viatge per motius de turisme o vacances:

- a l'estranger o a l'interior per Espanya i França,
- a l'estranger per la resta de països

en els últims 2 anys, ja sigui de curta com de llarga durada i que hagin pernoctat almenys 1 nit fora del seu lloc de residència habitual. S'han exclòs les persones que només viatgen a segones residències.

S'han aplicat quotes representatives de sexe, edat, zona i classe social segons dades del target viatger de la fase 1

191.941.084

39%

43.682.946

53%

35.163.446

55%

33.061.783

50%

25.545.600



55%

24.936.857



17%

# RANKING I QUOTA DE MERCAT D'ANDORRA COM A DESTINACIÓ PER CADA PAÍS EUROPEU



## ESPANYA

CURTS			LLARGS		
TOP	País	%	TOP	País	%
4	 Andorra	14,9	8	 Andorra	3,8



## FRANÇA

CURTS			LLARGS		
TOP	País	%	TOP	País	%
13	 Andorra	2,9	28	 Andorra	1,0



## ISRAEL

CURTS			LLARGS		
TOP	País	%	TOP	País	%
-	 Andorra	0,0	59	 Andorra	0,1



## PORTUGAL

CURTS			LLARGS		
TOP	País	%	TOP	País	%
13	 Andorra	2,1	15	 Andorra	2,0



## RÚSSIA

CURTS			LLARGS		
TOP	País	%	TOP	País	%
-	 Andorra	0,0	40	 Andorra	0,5



## REGNE UNIT

CURTS			LLARGS		
TOP	País	%	TOP	País	%
21	 Andorra	1,5	43	 Andorra	0,4

## ALEMANYA

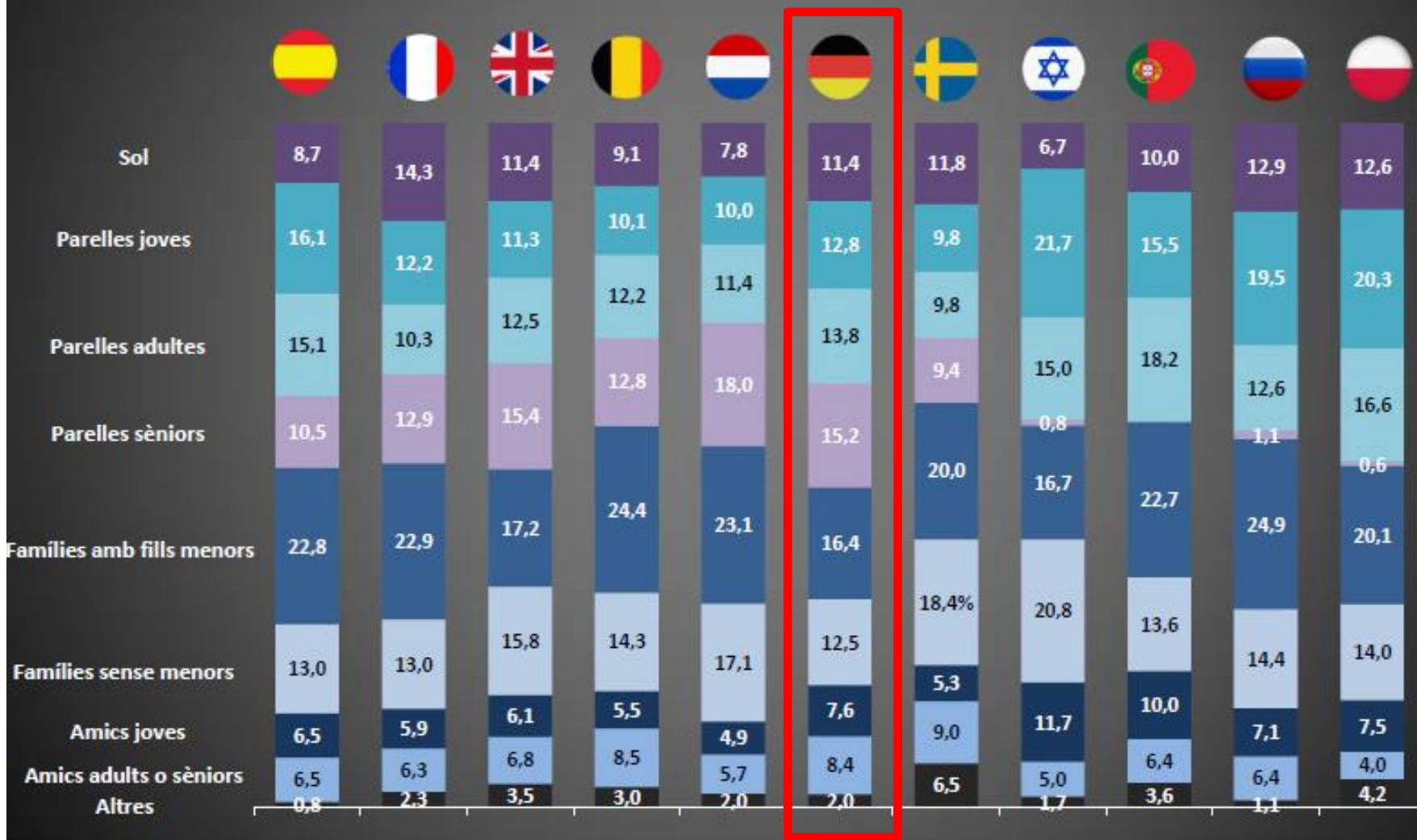
CURTS			LLARGS		
TOP	País	%	TOP	País	%
32	 Andorra	0,4	-	 Andorra	0,0

## POLÒNIA

CURTS			LLARGS		
TOP	País	%	TOP	País	%
33	 Andorra	0,6	37	 Andorra	0,5

## 4. Comportament de viatge a l'estranger

### GRUP DE VIATGE pels que fan viatges llargs





# ***PREPARATS PER INTERNACIONALITZAR-VOS?***



## ***EL NOSTRE PROPÒSIT***

**Ajudar a empreses, emprenedors, inversos, institucions, etc a promocionar-se i desembarcar en mercats internacionals amb garanties d'èxit.**

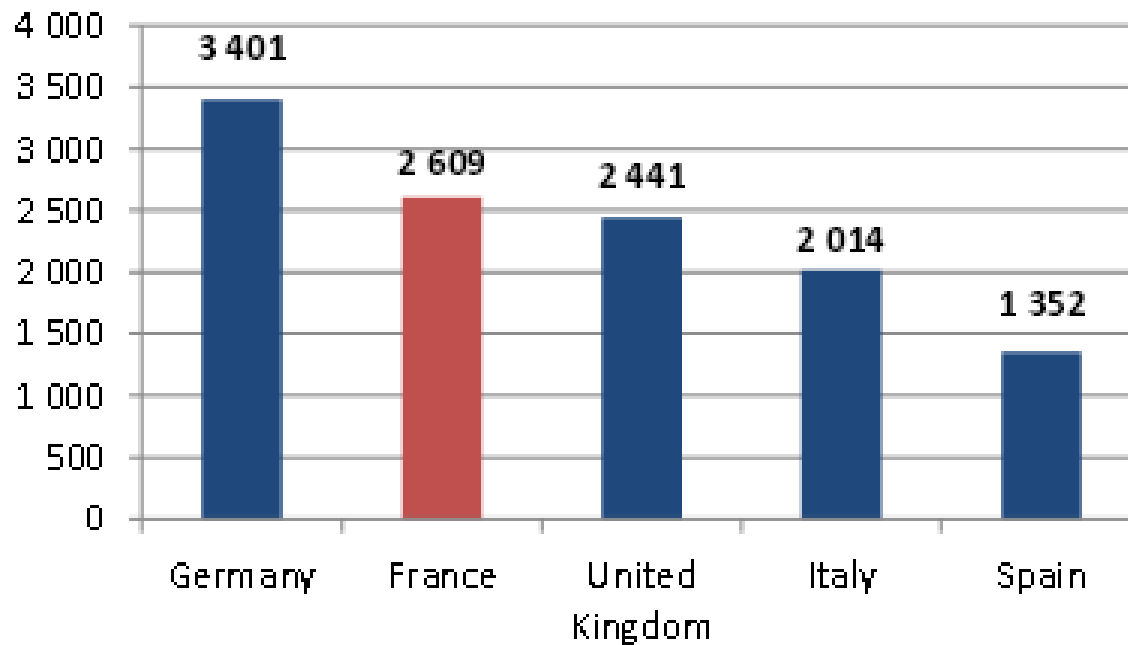
# Alemanya, El gegant d'Europa



Cristina Danón

# Alemanya és la primera economia de l'EU

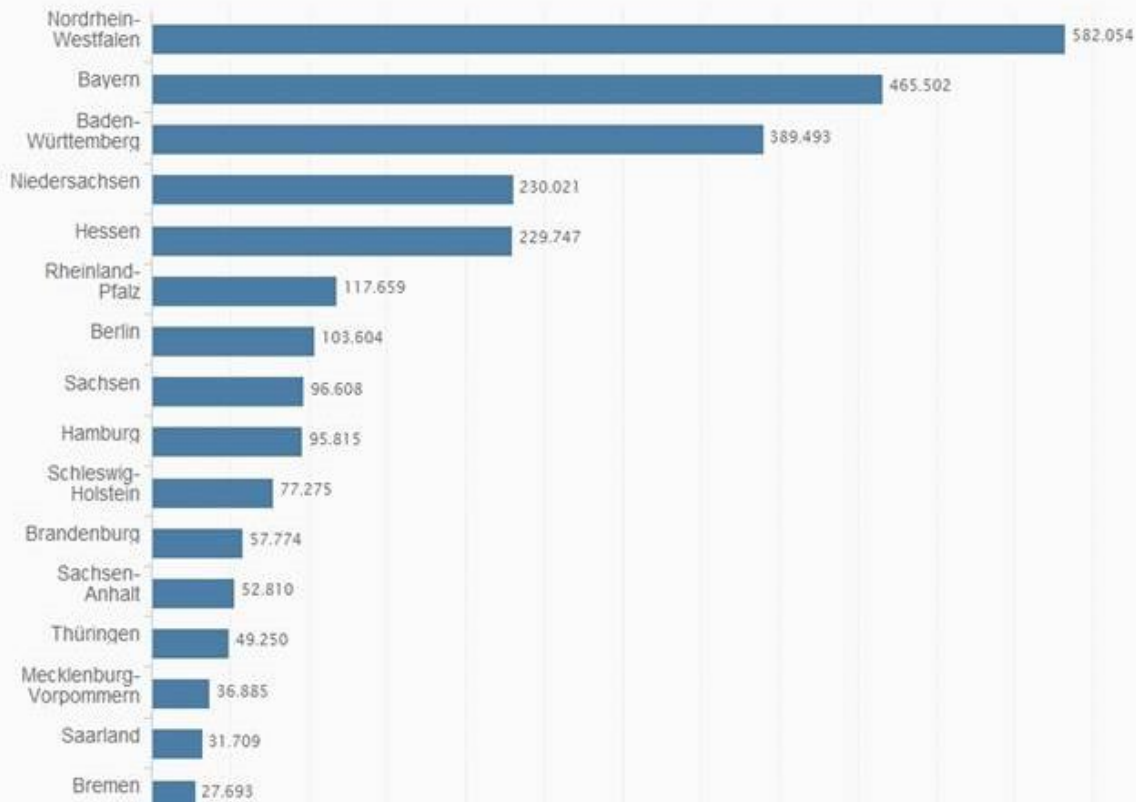
**TOP 5 economies in the European Union**  
**GDP in current prices US \$ billion**



Font: IMF, "World Economic Outlook" 2013

# Economia alemanya: PIB Federal

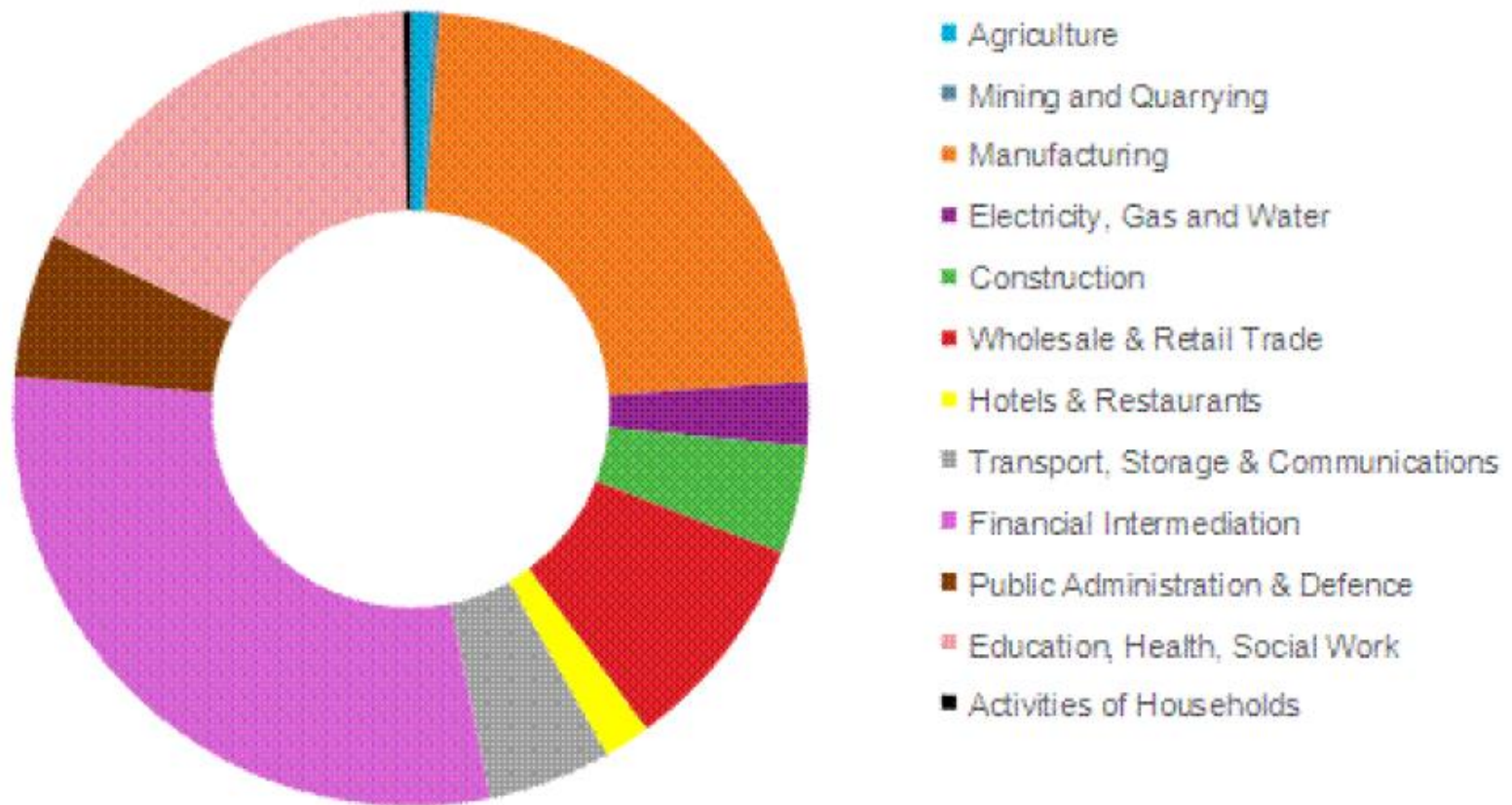
Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2012 (in Millionen Euro)



Bruttoinlandsprodukt in Millionen Euro

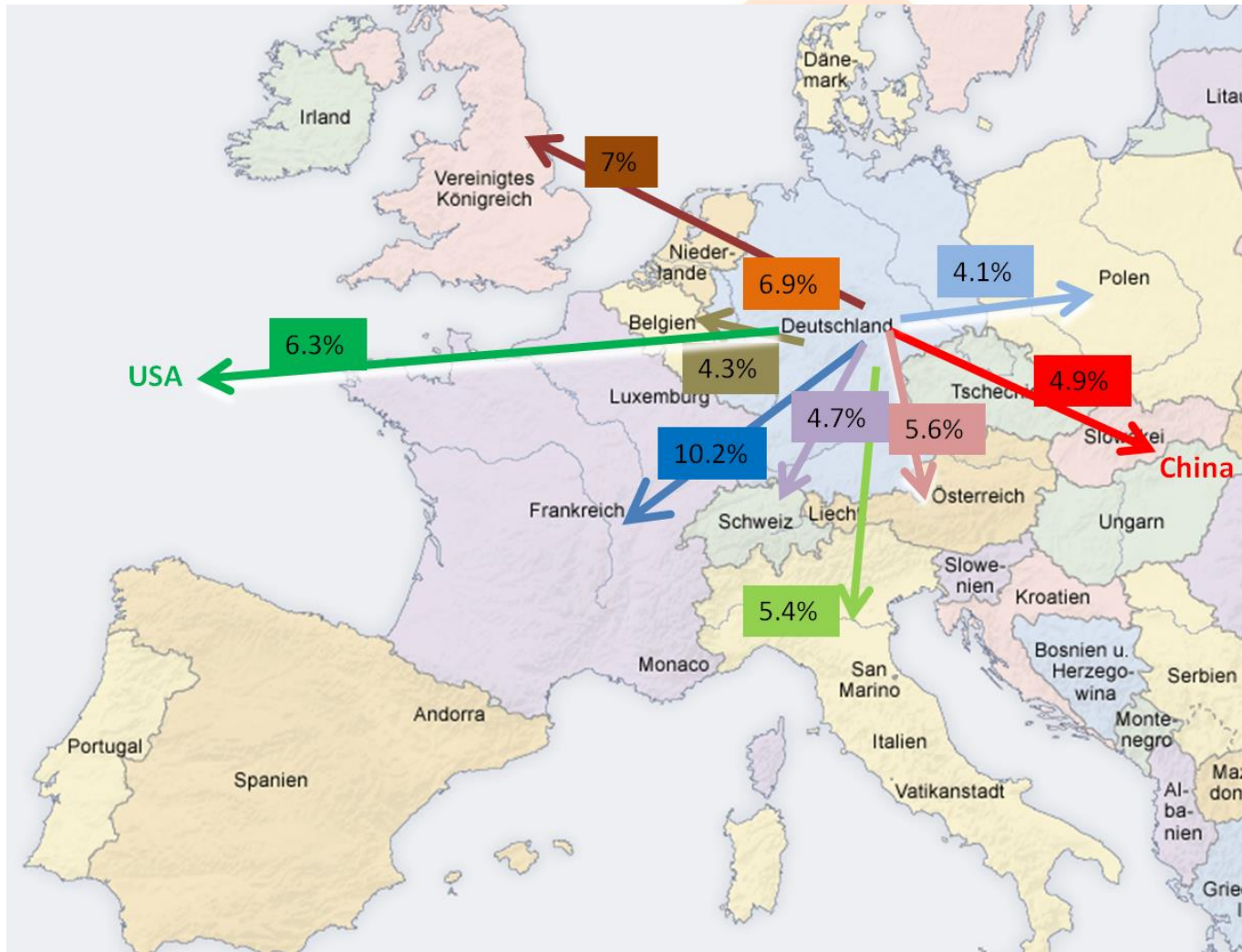
# Per sector. Gross Value Added

% of total GVA





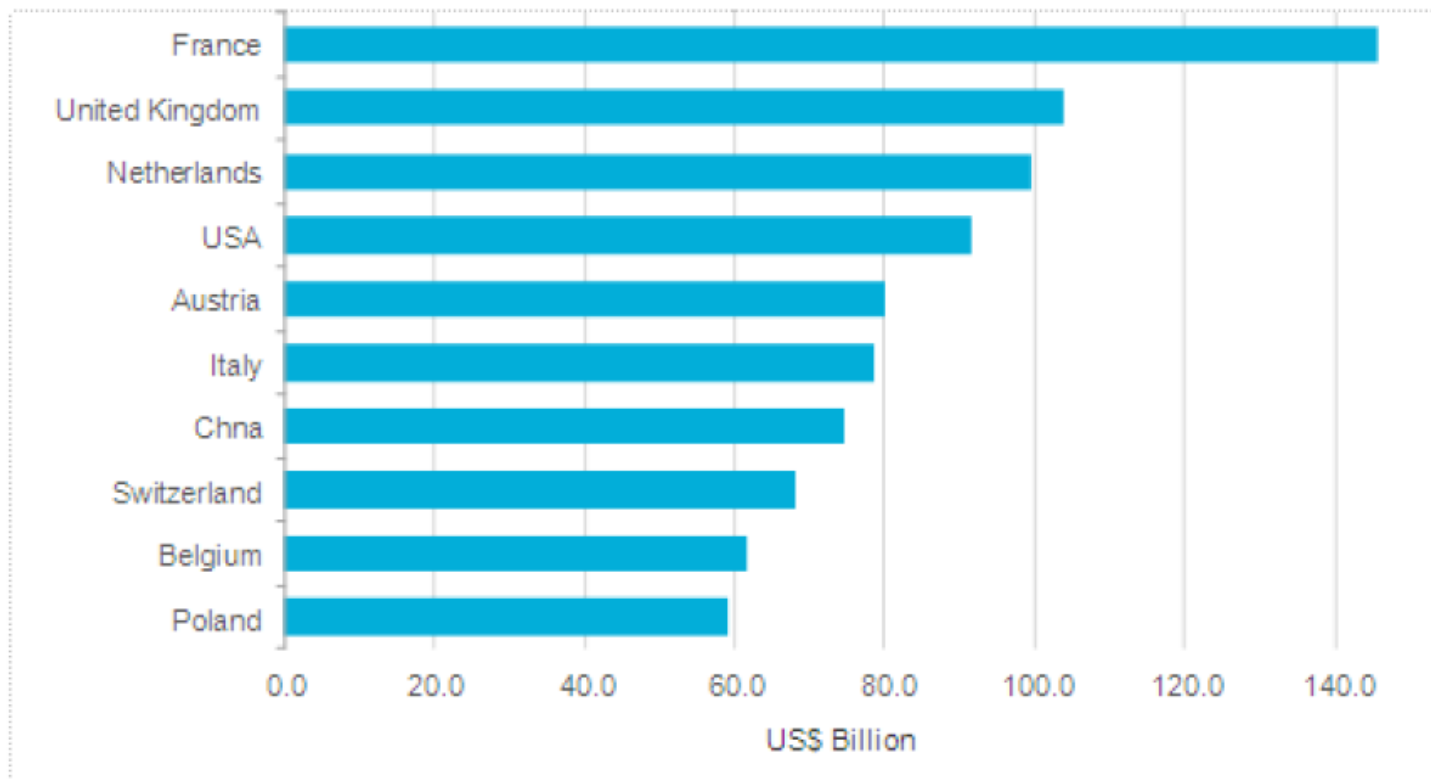
# Exportacions d'Alemanya (1/2)



# Exportacions d'Alemanya (2/2)

## Germany's Top 10 Export Destinations

US\$ billion



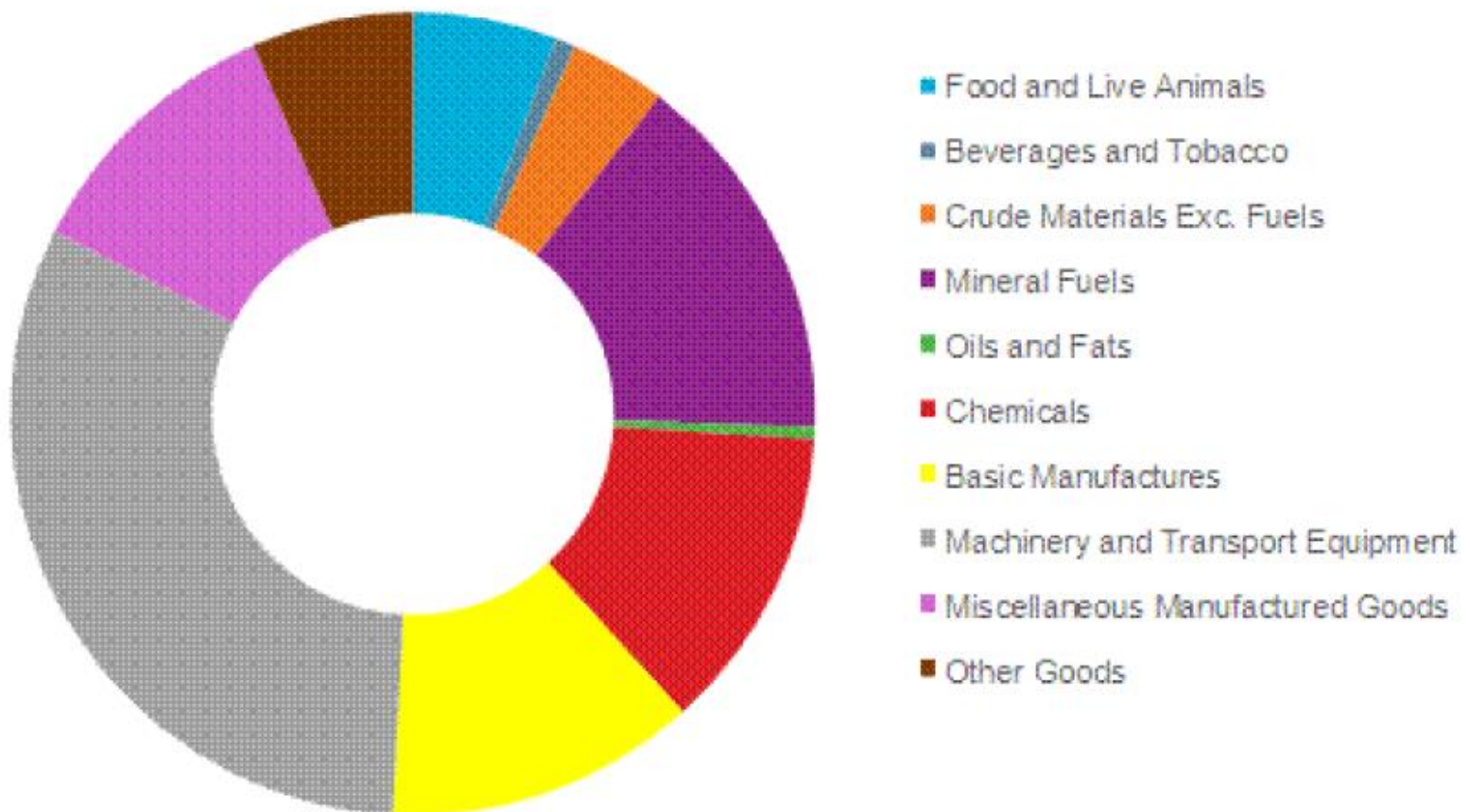
# Importacions d'Alemanya (1/2)



# Importacions d'Alemanya (2/2)

## Germany's Imports by Commodity:

% of total imports



# Oportunitats en sectors específics:

- Automoció, components, vehicles
- Petroli, gas
- Sector sanitari
- Aeroespacial
- Indústries mediambientals
- Productes ecològics
- Tecnologies de la Informació i de la Comunicació
- Productes Químics
- Fruits, teixits, joguines, sabates
- Moltes oportunitats si el producte encaixa amb el mercat sofisticat.



# Característiques generals del mercat (1/4)

## **FACILITADORS:**

- Mercat més gran d'Europa amb alt poder adquisitiu i baix risc
- Situació geogràfica: frontera amb l'Europa Occidental i Oriental
- Aspectes culturals: més propera que altres països llunyans.
- Situació política i econòmica estable.
- Mercat únic: no aranzels.
- Mètodes de pagament semblants als que tenim a Espanya.
- Altres: informació més accessible i fiable (financera, mercat, estadístiques, etc.), mateixa franja horària, etc.
- Resultats a mig termini

# Característiques generals (2/4)

## **Barreres:**

- Mercat altament saturat
- Aspectes culturals: germànics vs. llatins
- Exigència d'excel·lència en qualitat i servei

## **Falses creences:**

- Puc vendre més car al mercat alemany.
- Amb l'anglès n'hi ha prou.
- Aniré a fer ruta i amb 2 dies en tinc prou.
- És una societat avançada, puc vendre per internet, a distància.
- La morositat no existeix a Alemanya.
- Aplicaré el mateix nivell d'exigència en servei i qualitat que a Espanya, perquè ja el tinc molt alt.

# Característiques generals (3/4)

	FRANÇA	ALEMANYA	ESPANYA
<b>Distribució molt concentrada</b>	SI	SI	NO
<b>Preu competitiu</b>	SI	SI	SI
<b>Legislació d'agents</b>	molt severa	severa	Severa
<b>Facilitat de localitzar agents</b>	2	2	1
<b>Facilitat de tancar cites</b>	2	1	3

# Característiques generals (4/4)

	FRANÇA	ALEMANYA	ESPANYA
<b>Forma de pagament</b>	2	3	1
<b>Solvència</b>	2	3	1
<b>Proximitat cultural</b>	2	1	3
<b>Capacitat de Compra</b>	2	3	1
<b>Coneixement d'idiomes</b>	1	2	2

# Vendre a Alemanya

- Transport: per carretera
- Distribució molt concentrada.
- Agents comercials abundants i ben organitzats
- Pagament a 30 dies o comptat amb 2-3% descompte
- Pagament: transferència swift
- Preus molt competitius pel poder de compra



# Principals Retailers

Rank	Retailer	Turnover	Nr of stores
1	Edeka	47,200	11,900
2	Rewe	35,500	10,840
3	Lidl	35,000	3,900
4	Aldi	25,525	4,300
5	Metro C&C	13,600	420
6	Tengelmann	11,000	4,500
7	Mediamarkt Saturn	9,600	400
8	Lekkerland	7,000	59
9	Obi	6,500	348
10	Otto	5,900	-

# Alemanya: zones comercials (1/2)



## Proposta de zones naturals, poden existir variacions:

**Zona 1:** Baviera

**Zona 2:** Baden-Wurtemberg

**Zona 3:** Renania del Norte-Westfalia

Opcions a Zona 2 i 3:

- Sarre + Renania del Sud + Renania del Norte-Westfalia
- Sarre + Renania del Sud + Baden Wurtemberg
- Hesse + Renania del Norte-Westfalia
- Hesse + Renania del Sud
- **Zona 4:** Baixa Saxònia + Hamburgo

Opcions a Zona 4:

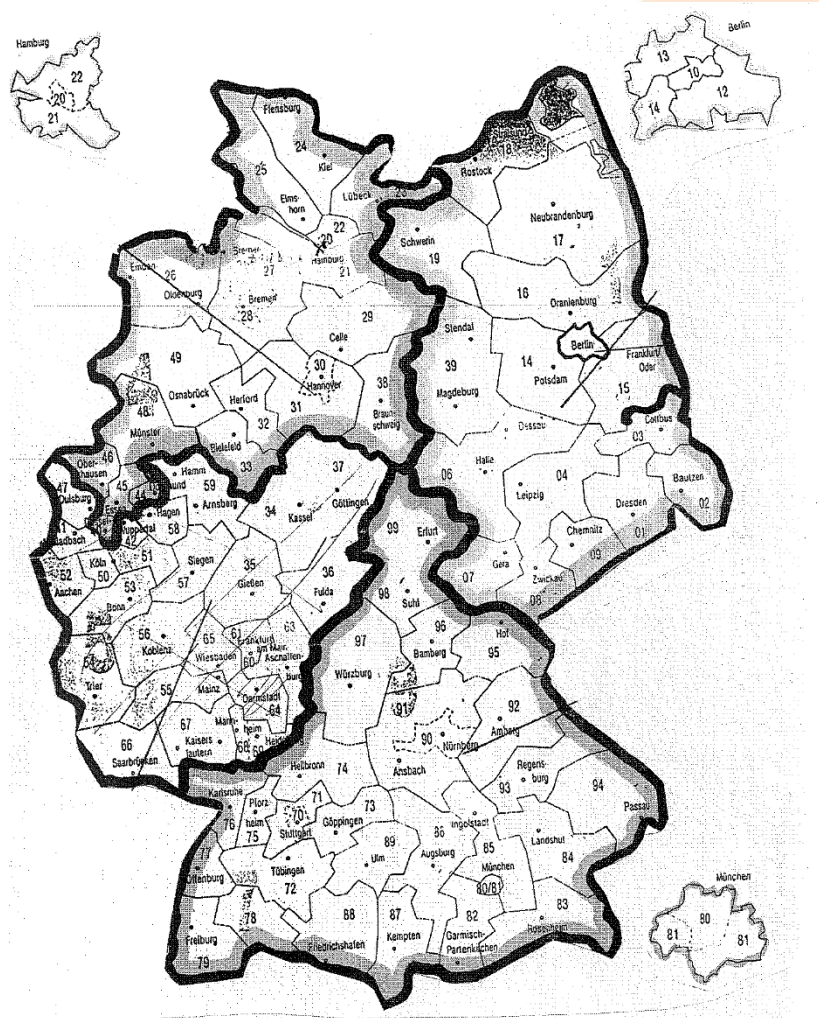
Schleswig-Holstein + Mecklenburg + Hamburgo

**Zona 5:** Turingia + Saxònia + Saxònia-Anhalt

**Zona 6:** Berlin + Brandeburgo

Zona lliure o afegida a zona 5.

# Alemanya: zones comercials (2/2)



**Códigs  
postals:**

**PLZ 0,1**

**PLZ 2,3,4**

**PLZ 5,6**

**PLZ 7,8,9**

# Les vendes online a Alemanya



# Com negociar amb Alemanya (1/4)

- ✓ **Ordnung**: regles, codis, regulacions, certificacions exigits. Cal entendre que la societat treballa sota aquesta premissa.
- ✓ Demostrar que excel·lim en **qualitat** de **producte** i **servei**.
- ✓ Mostrar interès en aspectes **ecològics** i **sostenibles**.
- ✓ **Puntualitat** en tot: reunions, comandes, pagaments...
- ✓ Respecte de la privacitat.
- ✓ Els **fets**, **números** i **gràfics** són més importants que la història de l'empresa familiar i aspectes emocionals.
- ✓ Les **decisions** s'han d'analitzar a fons. No s'ha de posar pressió. Els procediments són molt importants.



# Com negociar amb Alemanya

## (2/4)

### ✓ Reunions:

- Fixar reunions amb un mínim de **3 setmanes d'antelació** per escrit.
- Agenda i respectar principi i final.
- Generalment van **directe als negocis**.
- **No interrompre** si l'altre persona encara no ha acabat! No parlar per parlar..
- **Preparar bé la reunió** i dur tota mena d'informació.
- **No parlar malament dels competidors**.
- **Els títols son molt importants**
- Al final d'una reunió amb varies persones o d'una presentació, els assistents donen cops a la taula amb els **artells** per mostrar que estan **satisfets**.

# Com negociar amb Alemanya

## (3/4)

- ✓ Les empreses estan molt jerarquitzades i la organització és molt compartimentalitzada.
- ✓ S'han de revisar molt bé els **contractes** i **negociar**-los amb arguments **justificats**.
- ✓ No cal establir relacions personals per a fer negocis, **separen** els dos aspectes.
- ✓ **L'espai personal** és molt important.
- ✓ El tractament és **formal**.

# Com negociar amb Alemanya (4/4)

- ✓ **Evitar la gesticulació i alçar la veu**, perdre els papers...
- ✓ L'àpat més usual per als negocis és l'hora de **dinar**.
- ✓ **Temes de conversa usuals** en moments informals són: hobbies, vacances, menjars i begudes tradicionals.
- ✓ **Vacances i horaris**: agafen 6 setmanes de vacances i els seus dies acaben entre les 16hrs i les 17hrs, tot i que comencen a les 7 i/o 8 del matí!

# Mitjans de promoció

- Les 2/3 parts de les principals fires mundials es fan a Alemanya.
- Els principals centres firals són: Frankfurt, Koln, Munchen, Hannover and Lepzig.
- Web en Alemany.
- Catàlegs en Alemany.
- Domini alemany i posicionament en cercadors alemanys + adwords.

# Connecció amb Berlín...

## Inge Grawert – Consultora Sénior



[igrawert@int-team.com](mailto:igrawert@int-team.com)

Inge Grawert cuenta con más de 20 años de experiencia en la promoción comercial e internacionalización de PYMES en el mercado alemán. Ha trabajado para el Gobierno de Cataluña en España llevando a cabo proyectos institucionales, de implantación de empresas, promoción de empresas catalanas, estudios de mercado, identificación de canales de internacionalización, etc. Durante su trayectoria profesional, Inge ha trabajado con una variada tipología de empresas y en un gran número de sectores

como automoción, plástico, químico, metalmecánico, textil, eléctrico, asimismo ingenierías y centros tecnológicos. Inge es licenciada en Traducción e Interpretación de español y ruso y posteriormente realizó un Postgrado en Gestión Empresarial. De nacionalidad alemana habla fluidamente alemán, inglés y español y posee un nivel medio de catalán. Actualmente, Inge es consultora en la oficina de Alemania de ITC y gestiona proyectos de internacionalización para el Gobierno de Extremadura (España) en Alemania.

***Oficina Berlín***  
***Matternstrasse 6***  
***10249 Berlin***  
***Tel. +49 30 8020870-82***





**>> forward thinking**



CAMBRA  
DE COMERÇ  
INDÚSTRIA I SERVEIS  
D'ÀNDORRA



[www.int-team.com](http://www.int-team.com)

Cristina Danón

[www.ccis.ad](http://www.ccis.ad)

Pilar Escaler

[www.ideand.ad](http://www.ideand.ad)

Àngel Espar

**GRÀCIES**



## Aspectes fiscals en les operacions d'importació i exportació ANDORRA- ALEMANYA

Núria Vila Tuneu