



Estudo de Mercado

ALEMANHA



ALEMANHA

PERFIL PAÍS



POPULAÇÃO

81,6 milhões

LÍNGUAS

Alemão, DE (89%)

Inglês, EN (64%)

Francês, FR (18%)



ÍNDICE DE PERCEPÇÃO DE CORRUPÇÃO

81 / 100

Ranking #10

Este ranking permite ter a percepção de como é visto o setor público de um país, numa escala de 0 (altamente corrupto) até 100 (muito limpo)



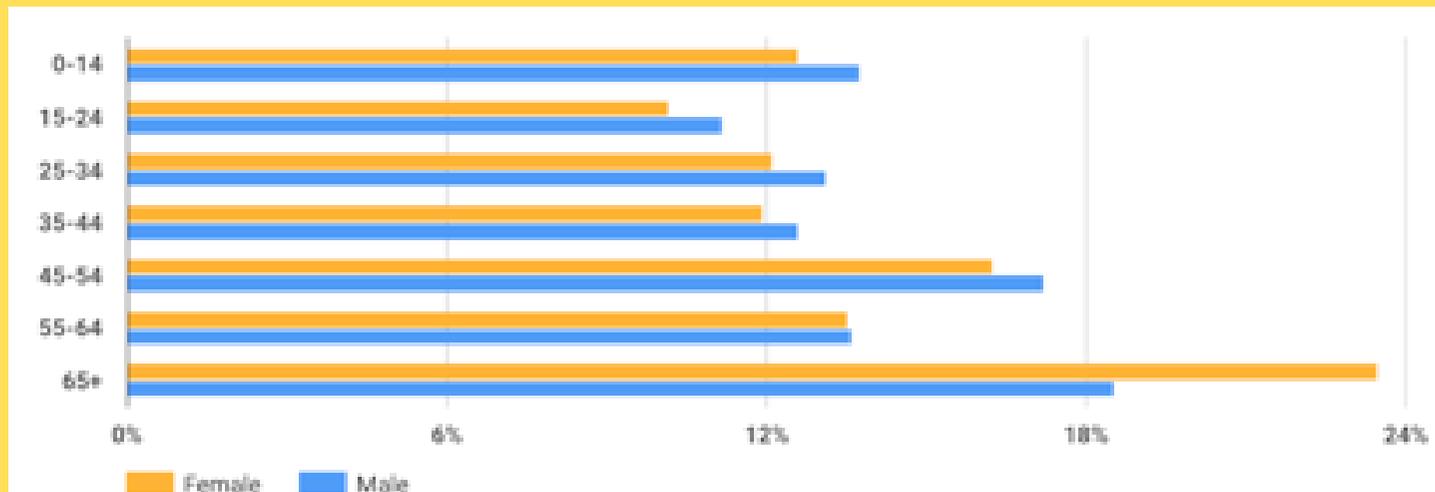
ALEMANHA

PERFIL PAÍS



REPARTIÇÃO DA POPULAÇÃO

Gráfico que mostra a população dividida em intervalos de 10 anos. Isso pode ser útil para obter um senso amplo do mercado no que se refere à população de um país.





**S
A
B
I
A**

**Q
U
E
?**

Principais razões para conquistar clientes no mercado alemão!

Risco do país é baixo (estabilidade política, social e económica);

Risco comercial: baixo (aplicação de leis uniformes e comunitárias);

Risco de crédito: baixo (fácil acesso a informação de risco contra-partes);

Risco de transporte: baixo (proximidade e meios disponíveis).

Principais dificuldades!

- Feiras e ações comerciais com custos elevados em comparação com outros mercados;
- Barreira da língua alemã;
- Falta de conhecimento da cultura empresarial alemã;
- Falta de identificação dos canais comerciais adequados.



a saber!

A economia alemã é conhecida pelas constantes inovações, nomeadamente no que diz respeito à exploração de novas áreas de negócio e à modernização da produção industrial.

2017 rank	2016 rank	YoY change	Economy	Total score	R&D intensity	Manufacturing value-added	Productivity	High-tech density	Tertiary efficiency	Researcher concentration	Patent activity
1	1	0	S. Korea	89.00	1	1	32	4	2	4	1
2	3	+1	Sweden	83.98	5	11	15	7	18	5	6
3	2	-1	Germany	83.92	9	3	16	5	12	16	9
4	5	+1	Switzerland	83.64	8	6	2	11	16	14	4
5	7	+2	Finland	83.26	4	13	20	15	5	3	5
6	6	0	Singapore	83.22	14	5	12	17	1	6	12
7	4	-3	Japan	82.64	3	9	28	8	27	9	3
8	9	+1	Denmark	81.93	6	17	5	13	22	2	11
9	8	-1	U.S.	81.44	10	22	10	1	34	20	2
10	11	+1	Israel	81.23	2	30	30	3	20	1	18
11	10	-1	France	80.99	12	34	18	2	10	18	10
12	13	+1	Austria	80.46	7	7	11	23	6	10	17
13	16	+3	Belgium	77.18	11	21	9	10	19	19	25
14	14	0	Norway	76.89	19	36	3	12	25	8	15
15	18	+3	Netherlands	75.23	17	24	19	6	44	15	19
16	15	-1	Ireland	74.94	22	2	6	16	13	22	31
17	17	0	U.K.	74.52	20	38	21	14	7	17	14
18	20	+2	Australia	73.33	13	44	1	20	21	12	21

De acordo com a Bloomberg Innovation Index (analisa dezenas de critérios utilizando métricas, inclui gastos com pesquisa e desenvolvimento, capacidade de fabricação e concentração de empresas públicas de alta tecnologia), uma lista que avalia o nível de inovação das economias mundiais, a Alemanha situa-se no terceiro lugar. Sendo apenas ultrapassada pela Coreia do Sul e pela Suécia.



ALEMANHA

PERFIL PAÍS



ÍNDICE DE FACILIDADE DE NEGÓCIOS

17 / 190

Mede a facilidade de fazer negócios num determinado mercado, classificando de 1-190. Um alto nível significa que o ambiente regulador é mais propício ao início e estabelecimento de um negócio para esse mercado.



PESQUISAS MENSAIS POR CATEGORIA

~6 milhões

A média de pesquisas mensais do Google em termos relacionados às categorias de produtos selecionadas. Este é um dos indicadores mais fortes para a procura e dimensão geral da oportunidade de mercado.



VALOR RECOMENDADO PARA ADWORDS

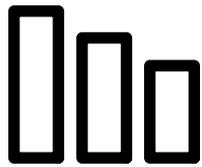
€ 0.55

O valor recomendado é calculado usando o custo por clique (CPCs) que outros anunciantes estão a pagar pelas mesmas palavras-chave para a mesma localização. Este pode ser um bom indicador de quão competitivo um mercado é.



ALEMANHA

PERFIL ECONÓMICO



PIB

\$ 3.6 tn (US Dollars)

Útil para perceber a dimensão geral da economia de mercado do país.

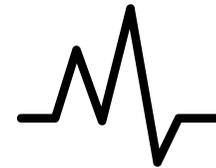


PIB

per capita

\$ 44.6 K (US Dollars)

Este dado pode ser útil como indicador de nível de vida de um país.



CRESCIMENTO ANUAL DO PIB

1.9 %

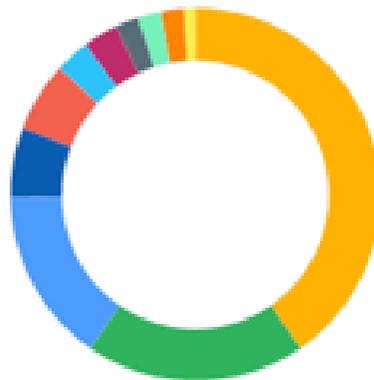
Este dado é útil para identificar as economias em crescimento.



ALEMANHA

PERFIL ECONÓMICO

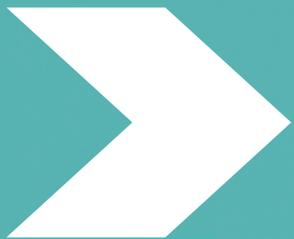
MÉTODOS DE PAGAMENTO



Bank transfer	40.00%
E-Wallet	19.00%
Credit card	15.00%
Cash on Delivery	6.00%
Debit card	6.00%
E-Invoices	3.00%
Pre-paid card	3.00%
Direct Debit	2.00%
PostPay	2.00%
PrePay	2.00%
Other	1.00%



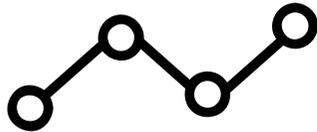
**Mercado maduro,
dinâmico e competitivo!**





ALEMANHA

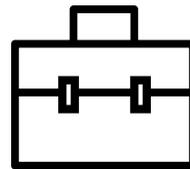
PERFIL ECONÓMICO



TAXA DE DESEMPREGO

4.8 %

Dado útil para perceber a saúde económica de um país.



ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE GLOBAL

5.6/6

Este dado é útil para identificar economias fortes.



ÍNDICE DE DESEMPENHO LOGÍSTICO

4.23/5

Indica com que facilidade os produtos são movimentados para o país. Este índice tem em consideração uma série de fatores, como, a pontualidade dos embarques e a eficiência do processo de envio, etc.



OPORTUNIDADES DE MERCADO

A Alemanha é considerada um dos países industrializados mais desenvolvidos e competitivos do mundo é a quarta economia mundial e é também o maior e o mais importante mercado na União Europeia (UE) e o principal motor do seu crescimento económico.

Economia especializada no desenvolvimento e produção de bens industriais complexos, recorrendo a tecnologias inovadoras de produção, está fortemente orientada para a exportação. A indústria transformadora é o key driver da economia.

Alemanha é o terceiro cliente e o segundo fornecedor de Portugal de bens, absorvendo, em 2016, 11,3% do total das exportações e fornecendo 13,8% do total das importações portuguesas. Em 2016, Portugal exportou para a Alemanha bens no valor de 5 857,1 milhões de euros, tendo importado 8 263,2 milhões de euros de mercadorias.



OPORTUNIDADES DE MERCADO

A Alemanha, a par com os EUA, é hoje um país líder em inovação. A estratégia alemã “high tech”, lançada em 2006, permitiu à Alemanha colocar-se no grupo dos países que lideram mundialmente em I&D.

Este ambiente alemão high-tech tem a forte capacidade de atrair investigadores e empresários de todo o mundo. Considera-se que a viabilidade da economia alemã vai depender de poder atingir, no futuro, uma posição de liderança nas key technologies.

Como tendências futuras e setores de oportunidade para as empresas portuguesas, para além dos setores tradicionais onde se continua a assistir uma dinâmica positiva, as previsões apontam para um aumento do consumo de mobiliário e utilidades domésticas em polímeros versáteis, de novos materiais e processos ligados a edifícios inteligentes, de próteses ortopédicas state-of-the-art e de órgãos artificiais fabricados em matérias plásticas.



OPORTUNIDADES DE MERCADO



A Alemanha é um mercado importante mas exige algum investimento em tempo e dinheiro e uma boa preparação;



É muito dinâmico e existem oportunidades para as empresas em praticamente todos os setores de atividade;



É um mercado estratégico, dotado de todos os canais de distribuição, onde cada vez mais nos bens de consumo os canais de vendas online funcionam como lojas para grandes grupos de consumidores.





OPORTUNIDADES DE MERCADO

A eficiência energética assume-se, também, como uma oportunidade. Os sistemas de otimização de níveis de eficiência energética de processos de produção, controlo de processos e automação para gestão de eficiência energética, sistemas de recuperação de energia e calor (em 2020, o mercado global valerá 25 mil milhões de euros), assim como materiais de construção relacionados com a eficiência energética.

Tem-se assistido a um "regresso" à Europa de algumas empresas alemãs e pelo que Portugal pode retirar benefício desta tendência, dado que foi capaz de conservar as suas indústrias tradicionais de bens de consumo, como por exemplo as do têxtil, do calçado, da cerâmica e da cutelaria.

Existem fatores que são uma mais valia para a oferta portuguesa: a flexibilidade do tecido empresarial, acompanhada da rapidez da entrega, fatores extremamente importantes para garantir o interesse alemão na aquisição de bens ao nosso país.



OPORTUNIDADES DE MERCADO

O foco das empresas da região do Baixo Ave deve manter-se na qualidade dos produtos, relegando para segundo plano o fator preço. A nossa indústria não consegue ser competitiva quando comparada com alguns países asiáticos.

Esta tendência de (Comeback Europas? Ja! - Regresso à Europa? Sim!) é confirmada pelo estudo da DIHK - Associação das Câmaras Alemãs de Comércio e Indústria, apontando algumas indústrias como potenciais beneficiárias, com destaque para as indústrias farmacêutica, têxtil e da borracha e plásticos.

A Alemanha assume-se também como a principal plataforma de negócios do mundo para quem quer mostrar e divulgar os seus produtos. Dois terços das principais feiras internacionais de comércio realizam-se na Alemanha: cerca de 160 000 Expositores participam anualmente em 140 feiras internacionais, o que representa 6 milhões de m² de espaço alugado.



OPORTUNIDADES DE MERCADO

Sendo a economia da Alemanha uma das mais desenvolvidas a nível mundial, possibilita o desenvolvimento de algumas oportunidades para o mercado, quer no que se refere à exportação, quer na área da complementaridade de produtos. O fator proximidade irá constituir uma vantagem adicional para o fornecimento rápido de produtos “personalizados”.

Tendo em conta estas oportunidades e a “Indústria 4.0”, novo conceito de “indústria integrada”, podemos destacar alguns setores chave em que a indústria portuguesa e mais concretamente as empresas da região do Baixo Ave podem ter como foco de atuação: Vestuário; Têxteis; Calçado; Fileira Casa; Bens de equipamentos e o setor da Saúde.



OPORTUNIDADES DE MERCADO

Em resumo, e sendo um ponto transversal a todos estes setores, a indústria alemã está a evoluir para novas filosofias de produção, estando a Alemanha a fazer investimentos significativos em I&D, na “Internet das Coisas” e em novos serviços, para as diversas áreas de aplicação.

As empresas da região do Baixo Ave, podem conseguir vantagens competitivas se forem capazes de gerar uma tendência que lhes permita envolver empresas e setores de atividade partindo da base para o topo impulsionando assim a implementação global de soluções digitais.

As startup’s e PME’s podem beneficiar das inúmeras oportunidades que estão a surgir para modelos de negócio inovadores.



DIFICULDADES DE MERCADO

Os colaboradores ligados à área comercial possuem em regra geral, uma formação intensa, pelo que são normalmente muito competentes e bons conhecedores das tendências do mercado e das suas necessidades.

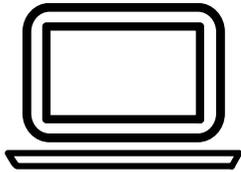
- Bens de consumo portugueses possuem baixa notoriedade no mercado;
- Desconhecimento por parte dos fabricantes nacionais dos canais de distribuição utilizados pelos agentes e/ou importadores;
- Deficiências em algumas fases de conceção e comercialização do produto;
- Estruturas de marketing e distribuição dos produtos nacionais pouco desenvolvida.
- Dificuldades de penetração direta, no mercado alemão dos bens de consumo e dos produtos alimentares portugueses, devido ao papel, cada vez mais dominante, do comércio a retalho do tipo discount na vida económica alemã.





ALEMANHA

PERFIL ONLINE



POPULAÇÃO ATIVA NA INTERNET



Os utilizadores de Internet são indivíduos que usaram a Internet (de qualquer local) nos últimos 3 meses. Isso dá uma visão do nível de penetração na internet no mercado.



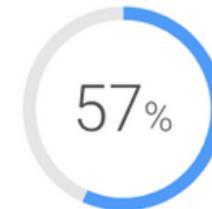
FREQUÊNCIA DE USO PESSOAL DA INTERNET



Percentagem de pessoas que utilizam a Internet por razões pessoais, isso dá uma visão do comportamento do utilizador online em um mercado.



COMPORTAMENTO DE COMPRA



Percentagem de pessoas que primeiro pesquisaram online sobre um determinado produto e só depois compraram online. Isso dá uma visão do comportamento do utilizador online e pode influenciar a forma como as empresas anunciantes atingem os seus potenciais clientes.

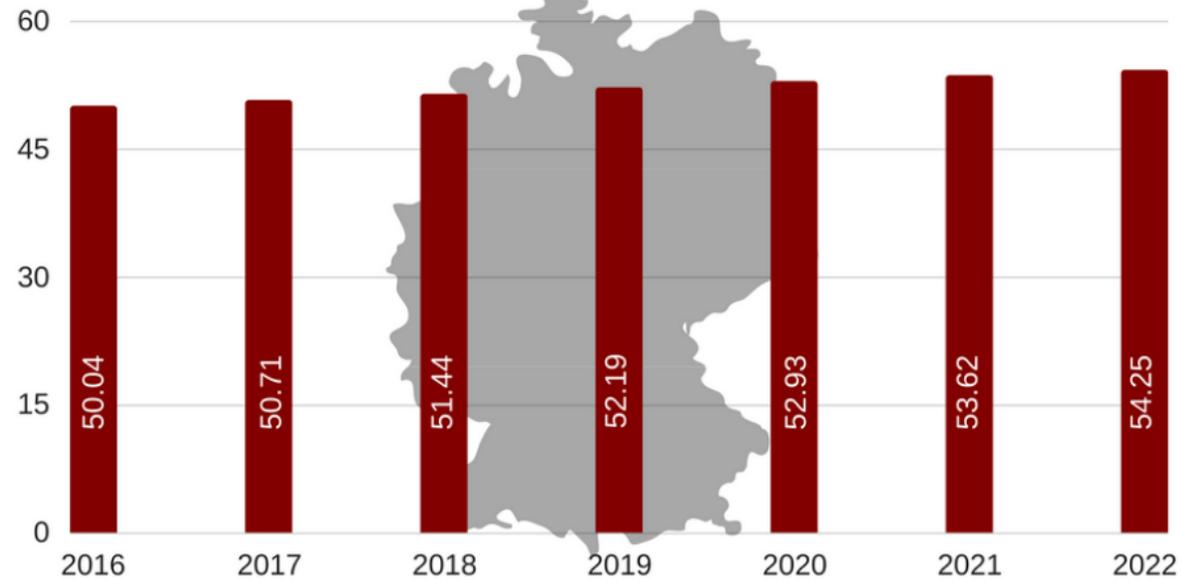


ALEMANHA

PERFIL ONLINE

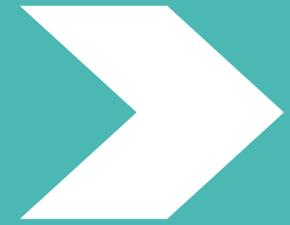
COMPORTAMENTO DE COMPRA

NUMBER OF ONLINE SHOPPERS IN GERMANY
(in millions)





IMPORTANTE!

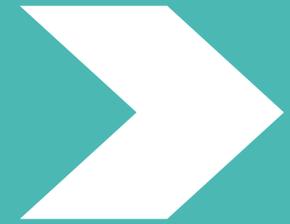


Existem padrões culturais que caracterizam o mercado alemão. Na grande maioria os alemães regem-se pelos seguintes padrões:

1. Foco na tarefa – A tarefa é a questão central e dominante em todas as interações de negócios e determina também o estilo de comunicação. Os alemães acreditam que operar ao nível da tarefa, deve constituir a base de todos os contactos de negócios. No que diz respeito ao relacionamento, o mesmo, assume um papel secundário na vida profissional.
2. Valor das estruturas e regras – Nas empresas alemãs existem inúmeras regras, regulamentos, procedimentos e processos. Os empresários alemães preferem contratos e acordos escritos de todos os tipos, são bastante rígidos neste sentido. Elaboram estes procedimentos e aplicam-no de forma firme e consistente, salvaguardando as obrigações mútuas, e quando não cumpridas podem ser passíveis de sanções ou multas. Esta forma de negociar têm como princípio garantir um elevado grau de compromisso mútuo.



IMPORTANTE!



3. Confiança e certeza – Consistência e fiabilidade são características especialmente importantes na cultura empresarial alemã. Evitam de todas as formas a incerteza, desenvolvendo regras vinculativas e estruturas para promover a segurança nas relações com os outros.

4. Pontualidade alemã (planeamento do tempo) – Os padrões descritos acima têm um grande impacto em relação ao tempo. As reuniões são planeadas de forma precisa e é expectável que os tempos que estejam definidos sejam cumpridos. A pontualidade é exigida e demonstra bons princípios.

5. Separação da vida profissional da vida pessoal – Os alemães exercem uma estrita separação entre a vida profissional e a vida privada. O seu comportamento varia claramente dependendo das pessoas com quem se relaciona, se é a nível profissional ou privado, e a sua proximidade da relação, se é um amigo ou um sócio.

6. Franqueza na comunicação – Os alemães comunicam de forma direta e clara. Formulam as declarações importantes diretamente e abertamente sem omissões. Podem parecer rudes e ameaçadores, sem intenção, pois não se apercebem disso. Por outro lado têm dificuldade em reconhecer e responder a formas subtis verbais ou indiretas, mensagens “entre linhas” e outros sinais não-verbais. Podem, por isso, perder o conteúdo decisivo de uma interação.



ALEMANHA

PERFIL LEGAL E FISCAL



TAXA DE PAGAMENTO DE IMPOSTOS

#48 de 190 países

De acordo com o Ease of Doing Business Index a taxa de impostos pagos na Alemanha colocam-na na posição 48 de 190 países.



TAXA DE IMPOSTO



O total da taxa tributária mede o valor dos impostos e das contribuições obrigatórias a serem pagos pelas empresas no segundo ano de operação, expressos como uma parcela dos lucros comerciais.



PAGAMENTOS FISCAIS POR ANO

#9

Existem 9 pagamentos de impostos por ano na Alemanha de acordo com o Ease of Doing Business index.



ALEMANHA

PERFIL LEGAL E FISCAL



RANKING DE INICIO DE NEGÓCIOS

#114 de 190 países

Este ranking permite saber aproximadamente qual o capital mínimo pago, o número de procedimentos, o tempo e o custo de uma empresa que se pretenda implantar na maior cidade comercial desse país.



ALEMANHA

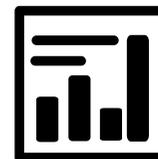
PERFIL LOGÍSTICA



TRADING ATRAVÉS DAS FRONTEIRAS

#38 de 190 países

De acordo com o Ease of Doing Business Index a Alemanha ocupa a posição 38 de 190 países no que se refere a documentação, tempo e custos para exportação/importação.



TEMPOS DE EXPORTAÇÃO CONFORMIDADES DE FRONTEIRAS

36h ranking #52

O tempo e o custo para as conformidades de fronteira inclui o tempo e custo para a obtenção, preparação e apresentação de documentos no porto marítimos ou manipulação de fronteira, despacho aduaneiro e procedimentos de inspeção.



ABORDAGEM AO MERCADO!

> Se decidir criar brochuras, evite cometer o erro mais comum de fazer uma tradução simples para alemão. As mesmas devem ser pensadas em alemão e não simplesmente traduzidas;

> O comprador alemão recebe diariamente, com abundância, ofertas tanto nacionais como internacionais. As ofertas que não incluam toda a informação que o mesmo considere importante ou necessária e que exija um esforço adicional por parte do comprador alemão, serão rejeitadas. A informação contida no documento deve de ser clara, sistemática, precisa e detalhada.

Os alemães valorizam a honestidade e a objetividade e adoram exemplos. “Zum Beispiel” que significa "como por exemplo" é usada com frequência, pois gostam de factos e textos explicativos;





ABORDAGEM AO MERCADO!



> As decisões são tomadas pelo diretor de departamento afeto ao objetivo comercial. Apesar de haver hierarquização, a informação não flui com facilidade pelos departamentos, isto porque, a organização é muito compartimentada. Assim sendo, a responsabilidade da tomada de decisão fica encarregue ao diretor de departamento;



> Na grande maioria dos países os fornecedores são escolhidos de forma rápida e todos os detalhes e consequências são posteriormente analisados. No mercado alemão o processo funciona de forma contrária, todos os detalhes são minuciosamente analisados antes de ser tomada qualquer decisão;





ABORDAGEM AO MERCADO!



> Os alemães tomam decisões no final de um processo lento e trabalhoso, com base num extenso trabalho de pesquisa. Depois de tomada a decisão final, os alemães mantêm-se firmes e inalteráveis, por isso, é preciso ter atenção e ser cuidadoso com alterações de planos depois de iniciada uma relação comercial, isto pode provocar mau estar no parceiro alemão;



> O horário de trabalho normal na Alemanha começa mais cedo e também termina mais cedo. É provável que não consiga comunicar com alguém num escritório após as 16h00, por isso, todos os assuntos importantes a serem tratados devem ser antecipados para mais cedo. Às 16h00 o trabalhador alemão já está mentalmente preparado para sair pelo que deverá evitar este horário para contactos. As sextas-feiras à tarde são ainda mais problemáticas dado que em muitas empresas já não se encontra ninguém;





ABORDAGEM AO MERCADO!

> A forma mais comum de abordar o mercado começa pela participação em feiras, de forma a realizar contactos e regressando posteriormente a Portugal. No entanto, é necessário um trabalho prévio na organização da presença na feira. É preciso preparação para entender de que forma a empresa pretende estabelecer-se no mercado e assim definir a sua apresentação durante os contactos estabelecidos na feira.

> É importante referir que, dois terços das feiras líderes mundiais são realizadas na Alemanha e seis entre as dez maiores sociedades de parques de exposições situam-se na Alemanha. As grandes cidades que recebem as feiras são Hanôver, Frankfurt, Düsseldorf, Colónia e Munique;

> A forma de pagamento mais praticada na Alemanha é a transferência bancária pelo que é recomendável a abertura de uma conta num banco alemão. É de evitar recebimentos por cheque, isto porque, no caso de o cheque vir devolvido por falta de provisão será difícil obter a cobrança do mesmo por via judicial.



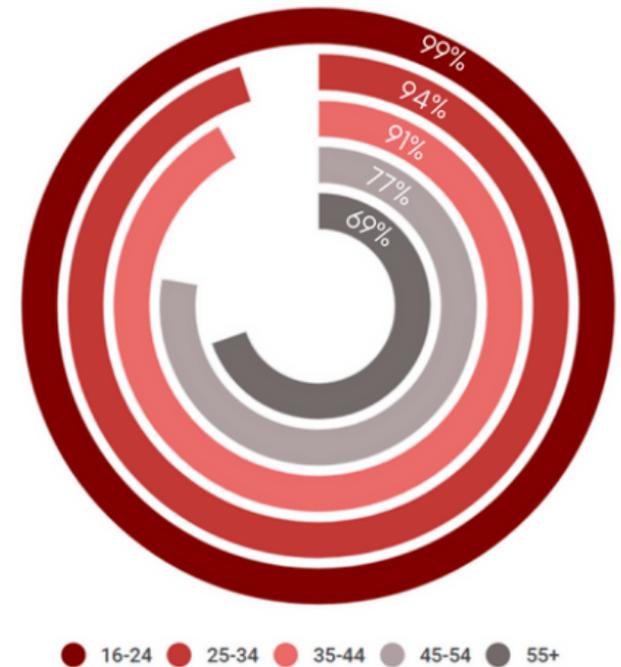


ALEMANHA

PERFIL ONLINE

Dividir o uso da internet em faixas etárias transmite uma melhor imagem do mercado de e-commerce alemão no que diz respeito à pesquisa diária de produtos online:

DAILY ONLINE SHOPPER INTERNET USAGE IN GERMANY



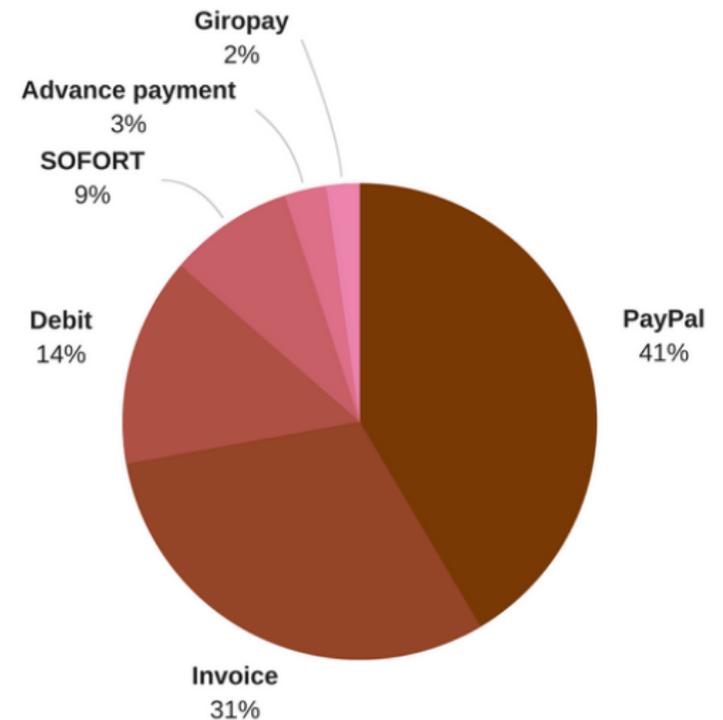


ALEMANHA

PERFIL ONLINE

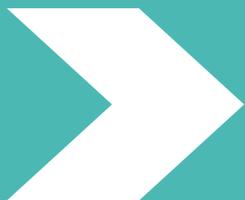
MÉTODOS DE PAGAMENTO

PREFERRED ONLINE PAYMENT METHODS IN GERMANY





Notas importantes para a oferta da região do BAIXO AVE



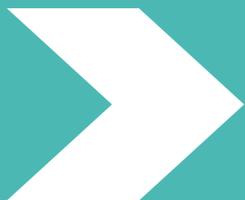
Pontos Fortes



- Individualidade, autenticidade - oferta única;
- Design moderno, simbiose perfeita entre a tradição e a modernidade;
- Boa relação preço/qualidade;
- Capacidade de adaptação rápida às exigências do mercado;
- Procura ativa de novos mercados e de novos “nichos”;
- Interesse crescente em constituir agrupamentos de empresas viradas para a exportação para satisfazer a procura internacional (Fresh Fusion).



Notas importantes para a oferta da região do Baixo Ave



Pontos Fracos



- Notoriedade relativamente baixa no mercado, presença modesta na grande distribuição;
- Falta de conhecimento do trade alemão acerca da oferta portuguesa;
- Material promocional adequado ao mercado (em língua alemã);
- Estudo da procura concreta do mercado;
- Melhorar a adaptação da produção às exigências do mercado;
- Disponibilização de material promocional em alemão;
- Angariação de representantes locais.



Fatores chave para uma estratégia de internacionalização no mercado Alemão.



- Estudar e visitar o mercado, marcar presença em eventos no mercado;
- Ter documentos promocionais em alemão;
- Trabalhar com representantes locais;
- Marcar encontros/reuniões com devida antecedência;
- Fazer follow-up dos contactos, manter o (potencial) cliente informado sobre avanços e/ou problemas.



- Abordagem precipitada ao mercado;
- Não respeitar os compromissos assumidos (reuniões marcadas, prazos e outras condições de entrega);
- Evitar traduções “google”;
- Não reagir a pedidos/perguntas do (potencial) cliente, mesmo se tiver de responder negativamente.





IMPORTANTE!

Alguns pontos a ter em consideração para o investimento no mercado Alemão!

- A dimensão do mercado alemão, o maior de Europa, exige uma estratégia de abordagem bem concebida. A língua funciona como uma importante barreira;
- A concorrência, por parte do Leste da Europa e da Ásia, é muito forte;
- A falta de marca dos produtos portugueses torna-os substituível;
- Crescente domínio do mercado pelas marcas do comércio;
- Aumento da concorrência, dos países industrializados, nos segmentos de gama média e alta (mercado de luxo);
- Continuação da deslocalização da produção barata para a Ásia ou Países de Leste;
- Diferenças culturais.



CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Regime de Investimento Estrangeiro

O Tratado da União Europeia consagra, entre outros princípios, a liberdade de circulação de capitais, de onde resulta um quadro geral do investimento estrangeiro comum em todo o espaço comunitário, nos limites decorrentes do princípio da subsidiariedade, sem prejuízo dos instrumentos legislativos estabelecidos pelos Estados-Membros.

Assim, o investimento estrangeiro na Alemanha é livre (Legal Framework). De facto, não obstante o Foreign Trade and Payments Act preveja a possibilidade de serem estabelecidas restrições neste domínio, por razões de política externa, cambial ou motivos de segurança nacional, na prática, raramente são impostos quaisquer tipos de condicionalismos, com exceção do setor da defesa.



CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Regime de Investimento Estrangeiro

O Estado garante a segurança dos bens e direitos resultantes dos investimentos estrangeiros em igualdade de tratamento com empresas de capital nacional, podendo os promotores externos deter 100% do capital de qualquer sociedade. À semelhança dos restantes parceiros comunitários, não existem quaisquer controlos cambiais e o repatriamento de capital, lucros, dividendos e royalties processa-se livremente.

A Germany Trade & Invest (GTAI - <https://www.gtai.de/>) é a agência de desenvolvimento económico da República Federal da Alemanha encarregue da promoção do comércio externo e investimento estrangeiro. No contexto desta última vertente, presta uma vasta gama de serviços de informação aos promotores interessados em investir no país, como por exemplo: qual a melhor localização para os investimentos; elaboração de relatórios industriais e análises de mercado; esclarecimentos sobre o sistema fiscal e o quadro legal laboral; e apoio na procura de financiamento (Investor Consulting).



CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Regime de Investimento Estrangeiro

Embora as operações de investimento não necessitem de formalidades especiais, todas as empresas devem proceder ao seu registo junto do Registo Comercial (Register Portal: <https://www.unternehmensregister.de/>) do tribunal da área onde exercem a sua atividade que, por sua vez, enviará, automaticamente, uma cópia à repartição das finanças respetiva. Para além destas formalidades, qualquer empresa inscrita no Registo Comercial deve associar-se à Câmara de Comércio e Indústria do seu local de estabelecimento. Ver também o site Commercial Register of the Federal Gazette - <https://www.bundesanzeiger.de/>.

A Alemanha, à semelhança de outros países, aplica um conjunto de prescrições e condições especiais de autorização e controlo para o exercício de uma série de atividades comerciais e industriais. Assim, para as empresas nacionais que pretendam estabelecer-se com permanência ou que tencionem apenas prestar temporariamente serviços noutra Estado-membro da UE é fundamental conhecerem as condições de acesso que têm de cumprir para o efeito. Para a obtenção de esclarecimentos podem ser consultados os balcões únicos (Germany – Points of Single Contact <https://www.ixpos.de/IXPOS18/Navigation/EN/home.html>).



CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Regime de Investimento Estrangeiro

Em termos laborais importa referir que as reformas levadas a cabo na Alemanha, nos últimos anos, criaram um ambiente bastante flexível, existindo vários modelos de contratação (Flexible Models of Employment - <https://www.gtai.de/gtai-en/invest/investment-guide/employees-and-social-security/flexible-models-of-employment-65644>) que permitem grande liberdade às partes na definição dos direitos e obrigações.

A estrutura organizativa e administrativa do Estado alemão reflete-se no sistema fiscal (Tax System) que apresenta uma grande complexidade, razão pela qual é aconselhável o recurso, pelos investidores estrangeiros, a assessoria de um consultor fiscal. Existem impostos cobrados pelas autoridades federais, estaduais e municipais. Para fins de tributação do rendimento e do capital, a legislação alemã traça uma distinção fundamental entre contribuintes sujeitos a uma responsabilidade fiscal ilimitada (unbeschränkter Steuerpflicht), sejam eles sociedades ou pessoas singulares, e contribuintes sujeitos a uma responsabilidade fiscal limitada (beschränkter Steuerpflicht).



CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Regime de Investimento Estrangeiro

No que respeita às sociedades de capitais (GmbH e AG), as mais interessantes do ponto de vista do investidor estrangeiro, o principal tributo consiste no Imposto sobre o Rendimento das Sociedades (Körperschaftsteuer). A taxa (Corporate Income Tax Rate) é de 15%, acrescida de uma taxa de solidariedade (introduzida em 1995 para financiar a reunificação – Solidaritätszuschlag) que representa 5,5% da taxa de 15%, ou seja, 0,825% (total – 15,825%).

Quanto aos impostos indiretos, destaca-se o IVA, imposto que recai sobre o consumo da maioria dos bens transacionados e serviços prestados na Alemanha (ou importados) a uma taxa normal de 19%. Está em vigor, igualmente, uma taxa reduzida de 7%, aplicável a alguns serviços, a bens de primeira necessidade (principalmente géneros alimentícios) e jornais, conforme já referido (Value-added Tax).



CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Regime de Investimento Estrangeiro

De salientar que, a pedido das empresas nacionais, a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Alemã proporciona um Serviço de Apoio Jurídico & Fiscal, que se traduz, nomeadamente, na assistência na criação/estabelecimento de uma sociedade, destacamento de trabalhadores para a Alemanha e ajuda na recuperação de créditos e resolução de conflitos.

No que respeita aos apoios ao investimento, a Alemanha disponibiliza vários programas de incentivos, estaduais e municipais. De um modo geral existem dois tipos de incentivos: ajudas diretas à implementação dos projetos de investimento (ex.: subsídios; empréstimos com taxas bonificadas e garantias públicas); e incentivos às despesas operacionais dos projetos (ex.: custos de mão de obra; atividades de investigação e desenvolvimento) – Incentives at a Glance.



CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Regime de Investimento Estrangeiro

Finalmente, e por forma a promover e a reforçar o desenvolvimento das relações bilaterais, foram assinados entre Portugal e a Alemanha o Acordo sobre Promoção e Proteção Recíproca de Investimentos e a Convenção para Evitar a Dupla Tributação e Prevenir a Evasão Fiscal em Matéria de Impostos sobre o Rendimento e sobre o Capital, ambos em vigor.

No Portal da Autoridade Tributária e Aduaneira (AT) os utilizadores também podem aceder a informação pormenorizada sobre as Convenções para Evitar a Dupla Tributação:

- Quadro das Convenções para Evitar a Dupla Tributação Celebradas por Portugal;
- Formulários para Acionar as Convenções para Evitar a Dupla Tributação Celebradas por Portugal;
- Certificados e Certificações / Convenções e Diretivas / Formulários / Reembolsos a Não Residentes.



CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Regime de Investimento Estrangeiro

Quanto aos aspetos práticos relativos à operacionalidade das Convenções, o contacto a estabelecer pelas empresas em Portugal é a Direção de Serviços das Relações Internacionais (DSRI) da AT (em caso de dúvidas/esclarecimentos deverá ser utilizado o e-mail: dsri-duvidas@at.gov.pt).



a saber!

A Alemanha faz parte:

- Da União Europeia que integra uma União Aduaneira (implica livre circulação de bens entre Estados-Membros e adoção do mesmo Código Aduaneiro da União para países terceiros).
- Do Mercado Único (1993), espaço sem fronteiras.

Venda de Bens:

- Não há pagamento de direitos aduaneiros.
- IVA / regras (taxas na Alemanha: 19% e 7%).
- Impostos Especiais de Consumo, a taxas variáveis.
- Fatura Comercial (indicar nº de registo em IVA das partes e do país; Alemanha - DE / Sistema VIES / FAQ'S / contacto: AT).
- Declaração Intrastat a apresentar junto do INE.
- Cumprimento do acervo legislativo comunitário (acquis).
- Rede SOLVIT: resolução informal de litígios resultantes da aplicação incorreta das regras do Mercado Único.



Setores/Produtos com maior relevância no mercado alemão

Vestuário:

desenvolvimento de nichos de mercado para produtos “customizados” com qualidade e design; especialização em pequenas séries; quick response e serviço ao cliente; estabelecimento de parcerias Private Label com os clientes.

Têxteis:

desenvolvimento de novas aplicações para produtos têxteis, apostando em produtos diferenciados (têxteis técnicos).

Calçado:

reconhecimento da qualidade do calçado português; A referência “Made in Portugal” é argumento de venda, contribuindo para um melhor preço do produto final.

Fileira casa:

apostar na qualidade, design e funcionalidade do produto; participação em redes de distribuição. É preciso investir numa maior visibilidade /exposição do produto aliada a estratégias de marketing aguerridas e diferentes.



Setores/Produtos com maior relevância no mercado alemão

Bens de equipamento:

as indústrias portuguesas de metalomecânica e eletromecânica assumem um papel importante na economia nacional, como incubadoras de novas tecnologias. Esta fileira atinge cerca de 50% da nossa exportação. A indústria de moldes é um exemplo do know-how técnico e da flexibilidade da oferta portuguesa.

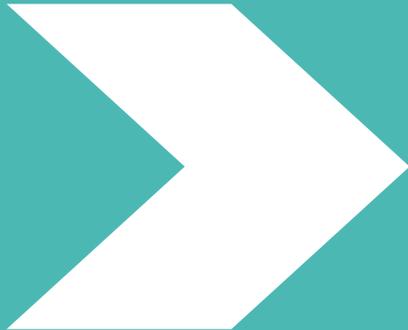
Setor da saúde:

tem vindo a despertar interesse, existindo oportunidades neste setor. Está a ser desenvolvida uma estratégia comum para o tecido empresarial português e universidades e centros de investigação, com interesse em iniciar negócios na Alemanha, nas quatro vertentes consideradas – setor farmacêutico, dispositivos médicos, medicina personalizada e ambiente assisted living.



CONTACTOS ÚTEIS

PORTUGAL



Embaixada da Alemanha em Portugal
Campo dos Mártires da Pátria, 38
1169-043 Lisboa
Tel.: +351 21 881 02 10 | Fax: +351 21-885 38 46
E-mail: info@lissabon.diplo.de |
<http://www.lissabon.diplo.de>

AICEP Portugal Global Rua Júlio Dinis, 748 9º Dto.
4050-012 Porto – Portugal Tel.: +351 226 055 300 |
Fax: 351 226 055 399
E-mail: aicep@portugalglobal.pt |
<http://www.portugalglobal.pt>

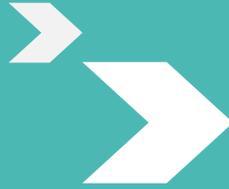
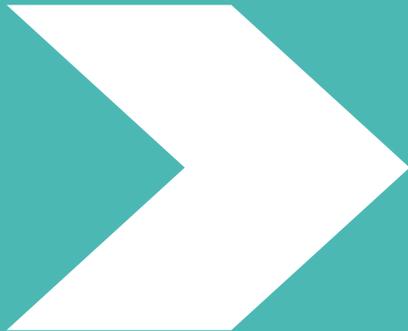
AICEP Portugal Global Av. 5 de Outubro, 101 1050-
051 Lisboa – Portugal Tel.: +351 217 909 500 E-mail:
aicep@portugalglobal.pt |
<http://www.portugalglobal.pt>





CONTACTOS ÚTEIS

PORTUGAL



COSEC - Companhia de Seguro de Créditos, SA
Direção Internacional
Av. da República, 58
1069-057 Lisboa
Tel.: +351 217 913 700 | Fax: +351 217 913 720
E-mail: cosec@cosec.pt | <http://www.cosec.pt>

Câmara de Comércio e Indústria Luso-Alemã
Av. da Liberdade, 38 2º
1269-039 Lisboa
Tel.: +351 213 211 200 | Fax: +351 213 467 150
E-mail: infolisboa@ccila-portugal.com |
<http://www.ccila-portugal.com/pt/>





Embaixada de Portugal em Berlim
Zimmerstrasse, 56
10117 Berlin - Alemanha
Tel.: +49 30-590 063 500
E-mail: mail@botschaftportugal.de |
<http://www.botschaftportugal.de/pt/index.html>

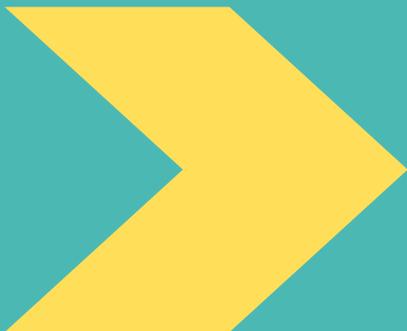
AICEP Portugal Global
Centro de Negócios em Berlim
Zimmerstrasse, 56
10117 Berlin - Alemanha
Tel.: +49 30-254 10 60 | Fax: +49 30-254 10 699
E-mail: aicep.berlin@portugalglobal.pt

Turismo de Portugal
Portugiesisches Fremdenverkehrsamt
Zimmerstrasse, 56
D-10117 Berlin - Alemanha
Tel.: +49 30 25410 60 | Fax: +49 30254 10 699



CONTACTOS ÚTEIS

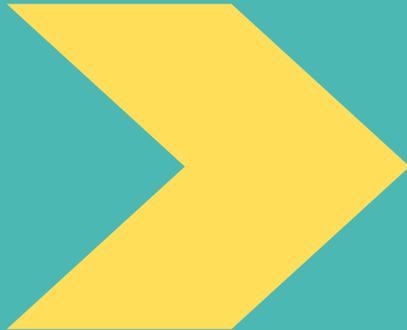
ALEMANHA





CONTACTOS ÚTEIS

ALEMANHA



Germany Trade and Invest GmbH
Friedrichstrasse, 60 10117 Berlin - Alemanha Tel.:
+49 30 200 099-0
<http://www.gtai.com>

CDH - Centralvereinigung Deutscher
Wirtschaftsverbaende fuer Handelsvermittlung
und Vertrieb (Federação Nacional dos Agentes de
Comércio e Distribuição) Am Weidendam 1A
10117 Berlin - Alemanha Tel.: +49 30 726 256 00 |
Fax: +49 30 726 256 99 E-mail:
centralvereinigung@cdh.de | <http://en.cdh.de/>

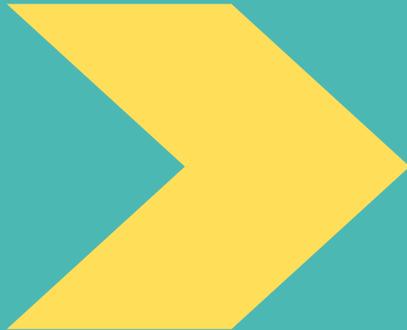
DIHK-Deutscher Industrie- und
Handelskammertag e. V. (Federação Nacional das
Câmaras de Comércio e da Indústria Alemãs)
Breitestrasse, 29
10178 Berlin
Tel.: +49 30 203 08-0 | Fax: +49 30 203 081 000
E-mail: info@dihk.de | <http://www.dihk.de/en>





CONTACTOS ÚTEIS

ALEMANHA



AUMA - Ausstellungs - und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (Associação das Feiras na Alemanha) Littenstrasse, 9 10179 Berlin Tel.: +49 30 240 000-0 | Fax: +49 30 240 003 30 E-mail: info@auma.de | <http://www.auma.de/en/Seiten/Default.aspx>

KfW-Kreditanstalt fuer Wiederaufbau (Banco de Fomento) Palmengartenstrasse, 5-9 60325 Frankfurt am Main - Alemanha Tel.: +49 69 7431-0 | Fax: +49 69 7431-2944 E-mail: info@kfw.de | <https://www.kfw.de/kfw.de.html>

Deutsche Bundesbank
(Banco central)
Wilhelm-Epstein-Strasse, 14
60431 Frankfurt am Main - Alemanha
Tel.: +49 69 956 635 12
<http://www.bundesbank.de/>



CONCLUSÃO

Em primeiro lugar é de salientar a dimensão do mercado, pois sendo a Alemanha a maior economia da Europa, desempenha hoje o papel de locomotiva económica de todo o continente, com uma mão-de-obra qualificada e com elevados índices de produtividade.

São importantes para o investimento português todos os setores de negócio onde é pertinente reforçar a presença no mercado através de aquisição de canais de distribuição. Por outro lado, também consideramos cada vez mais importantes os investimentos produtivos diretos na Alemanha, muito em especial em setores em que já existem contatos muito estreitos entre fornecedores portugueses e grandes players alemães, como por exemplo, no setor da indústria automóvel (fornecimentos à VW) e dos moldes.

Existem poucas empresas portuguesas com escritório e representação permanente na Alemanha, a maior parte das quais com investimentos efetuados na área comercial.

BIBLIOGRAFIA

Portugal Global:

<http://www.portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/Paginas/Detailhe.aspx?documentId=15445e17-7bbc-447f-a6d1-0a2f2f4370fc>

Google Market Finder:

https://marketfinder.thinkwithgoogle.com/intl/en_us/markets/

DoingBusiness:

<http://www.doingbusiness.org/data/exploretopics/trading-across-borders>

<http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/AnnualReports/English/DB14-Full-Report.pdf>

Eshopworld:

<https://learning.eshopworld.com/ecommerce-blog/germany-ecommerce-insights-2017/>