

# WEBINARIO

## CATALONIA SUBCONTRACTING PLATFORM

### ALEMANIA - FRANCIA

26 de enero 2021



# WEBINARIO CATALONIA SUBCONTRACTING PLATFORM ALEMANIA-FRANCIA

- a) Introducción a la industria alemana y francesa
  - Principales subsectores
- b) Tendencias y oportunidades
  - Supply-chain
  - Post-COVID
- c) Criterios de compra de la industria alemana y francesa
  - Formas de acceder al mercado
  - Certificaciones
- d) Principales canales de venta
- e) Casos de éxito

## a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

Superficie	357.581 km <sup>2</sup>
Población	83.17 millones de personas
Densidad de población	233 hab/km <sup>2</sup>

### Cuadro macroeconómico 2019 vs. 2020

PIB	3.435.736 M€ (↗10,6 % 2019)	↘ 5,0 % 2020)
PIB per cápita	46.473 €	40.033 €
Inflación	1.4 %	0,5 %
Deuda pública	59,6 % del PIB	81,0 % del PIB
Balanza comercial	223,6 M€	17,2 M€ (noviembre 2020)



Fuente: Destatis 2019

# a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

**Superficie** 551.500 km<sup>2</sup>

**Población** 66.7 millones de personas

**Densidad de población** 120.7 hab/km<sup>2</sup>

## Cuadro macroeconómico 2019

**PIB** 2.425.708 M€  
(↗1,5 % 2019)  
(↘9,0 % 2020)

**PIB per cápita** 35.960€

**Inflación** 1.1 %

**Deuda pública** 98,1% del PIB

**Balanza comercial** 59 M€



## a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA



### FRANCIA

Primer socio comercial

Proximidad geográfica

Cultura de negocio bastante similar

### ALEMANIA

Segundo socio comercial

Líder industrial en la UE

Relaciones comerciales de larga duración

Mercados con tamaño importante

Mercados estables y exigentes

## a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

### CIFRAS DE LA INDUSTRIA ALEMANA



**30,7 %**

Parte de la  
industria manufacturera  
en el PIB en 2019



**24,1 %** de

la población activa o sea  
**8,36 millones**  
empleados trabajando en  
la industria en 2019



**1,93 billones €**

Volumen de negocios de la  
industria manufacturera en  
2019 (€)



**-4,1** de

retroceso  
en 2019

Fuente: Destatis 2019

# a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

## CIFRAS DE LA INDUSTRIA FRANCESA



**10,3 %**

Parte de la **industria manufacturera** en el PIB de Francia en 2018



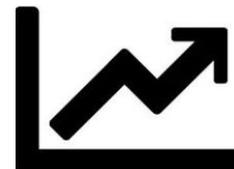
**11%** de la

población activa o sea **2,8 millones** Número de empleados trabajando en la industria en 2018



**1 062 Mil  
Millones €**

Volumen de negocios de la industria manufacturera en 2018 (€)



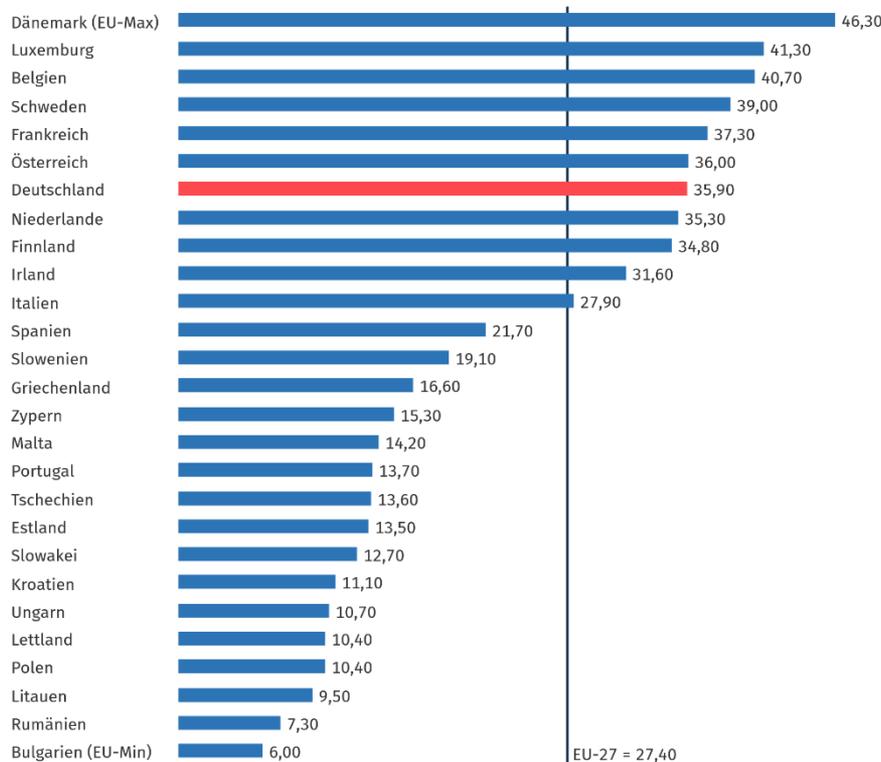
**0,4%** de crecimiento en 2018

# a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

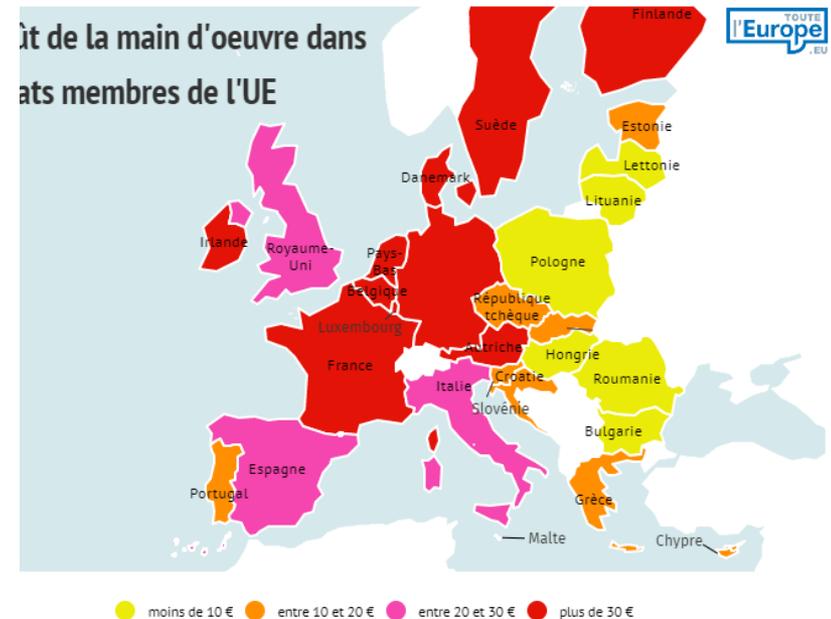
## COSTE HORARIO DE LA MANO DE OBRA

### EU-Vergleich der Arbeitskosten je geleistete Stunde 2019

im Produzierenden Gewerbe und wirtschaftlichen Dienstleistungen in EUR



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis von Eurostat  
© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020



Fuente: Destatis 2020

# a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

## EXPORTACIONES ALEMANAS

Exportaciones (% del total) 2018	
Automoción y partes 17,4%	Equipamientos eléctricos 6,7 %
Maquinaria 14,7%	Electrónica y óptica 4,7 %
Productos químicos 8,9%	Productos alimentarios 4,0%
Productos farmacéuticos 6,9 %	Otros 36,7%

Fuente: Destatis 2019

## a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

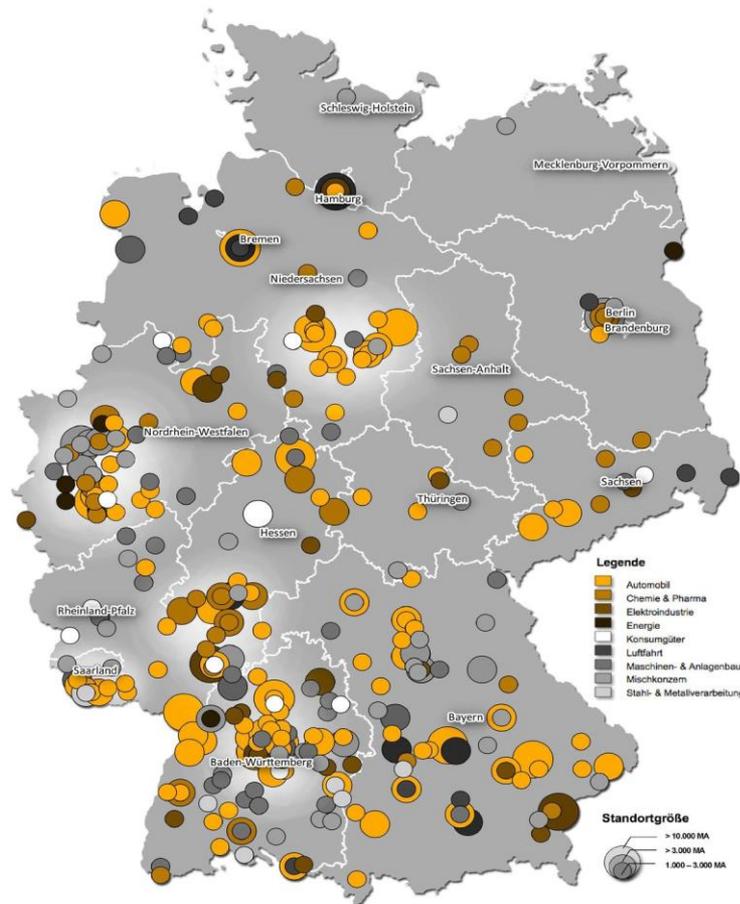
### IMPORTACIONES ALEMANAS

Importaciones (% del total) 2018	
<b>Electrónica y óptica 10,8%</b>	<b>Equipamientos eléctricos 6,9 %</b>
<b>Automoción y partes 10,7%</b>	Petroleo 6,0%
Textiles y ropa 9,0%	Productos farmacéuticos 5,9%
Productos químicos 8,1%	Productos alimentarios 4,2%
<b>Maquinaria 7,9%</b>	Otros 30,5 %

Fuente: Destatis 2019

# a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

## UBICACIÓN INDUSTRIAL EN ALEMANIA



## a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

### PRINCIPALES SECTORES EN ALEMANIA



**Automoción**



**Maquinaria**



**Química y farmacéutica**



**Alimentación**



**Productos electrotécnicos**

# a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

## RELACIONES COMERCIALES FRANCIA- CATALUÑA

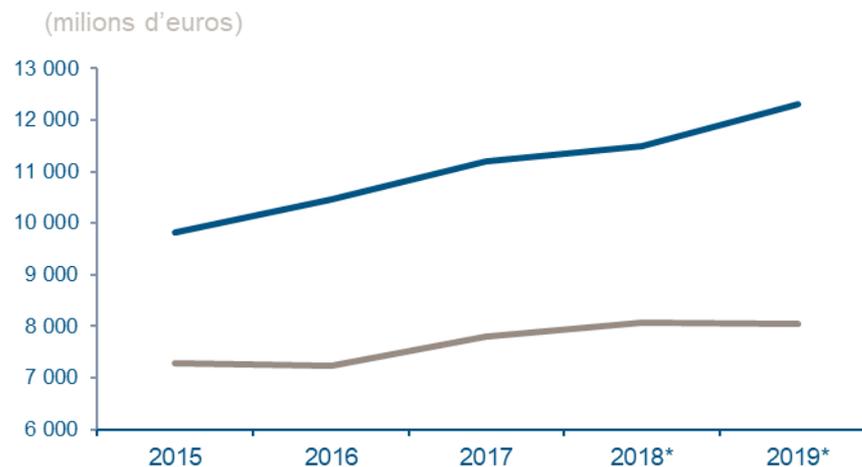


5.778 empreses exportadores a França, de les quals 4.123 són exportadores regulars.

milions €	2015	2016	2017	2018*	2019*
Exportacions	9.821,4	10.450,7	11.207,9	11.497,6	12.315,6
Importacions	7.281,8	7.242,9	7.809,6	8.080,2	8.043,5
Saldo comercial	2.539,7	3.207,8	3.398,3	3.417,4	4.272,1

\*Dades provisionals

Exportacions i importacions França - Catalunya 2015-19  
(milions d'euros)



# a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

## PRINCIPALES SECTORES



**Agroalimentaria**



**Química y farmacéutica**



**Maquinaria y equipos**



**Automoción**



**Metalurgia y productos metálicos**



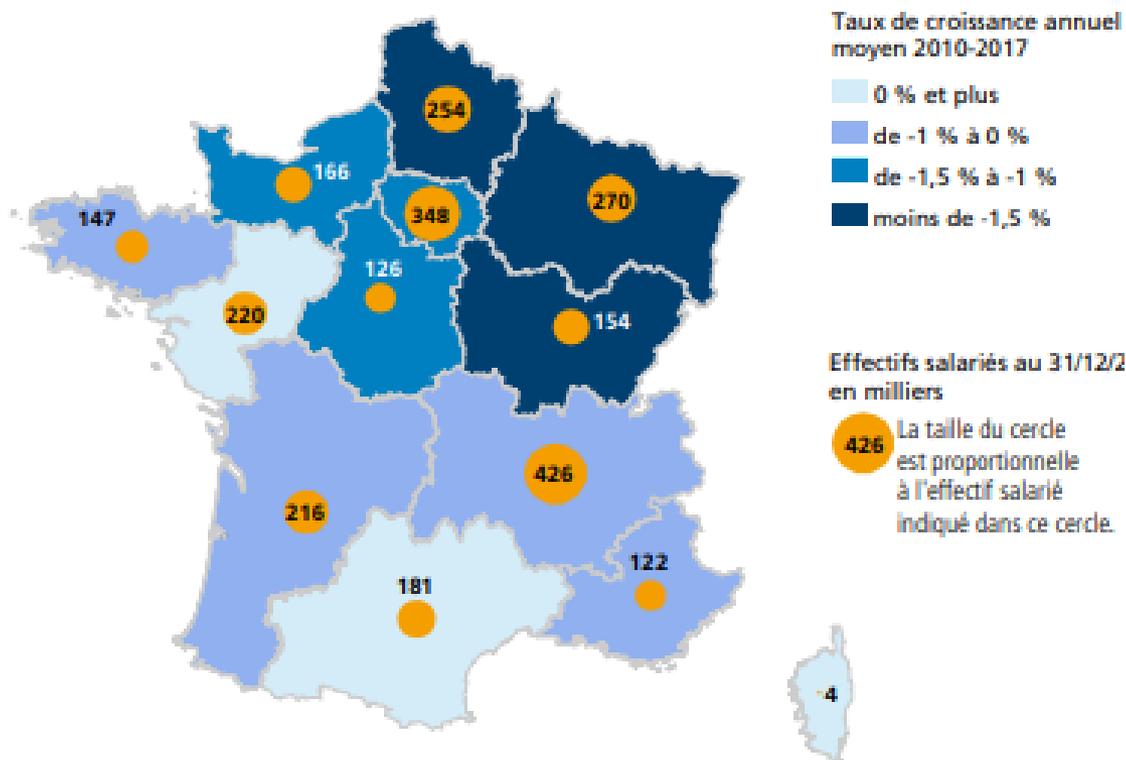
**Plástico, goma, productos minerales**

Rubber

## a) INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

### UBICACIÓN DE LA INDUSTRIA EN FRANCIA

■ Emploi salarié direct\* de l'industrie manufacturière dans les régions



\* hors intérim.  
Source : Acoess.

## b) TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES

- **Consolidación de proveedores**
  - limita las grandes empresas para elegir proveedores, especialmente en electrónica y mecatrónica
  - Para evitar una dependencia elevada → fabricantes buscan proveedores alternativos
- **Proveedores como integradores de sistemas**
  - No sólo suministradores de componentes, también de sistemas montados (cabinas, puertas, etc.).
  - Reto considerable para grandes suministradores → buscan subcontratistas para asegurar un montaje competitivo
  - Fin → contribución a desarrollar nuevo sistemas y componentes diferenciadores de la marca.
- **Mejora en la gestión de la calidad**
  - Más personal en la gestión, más auditorias

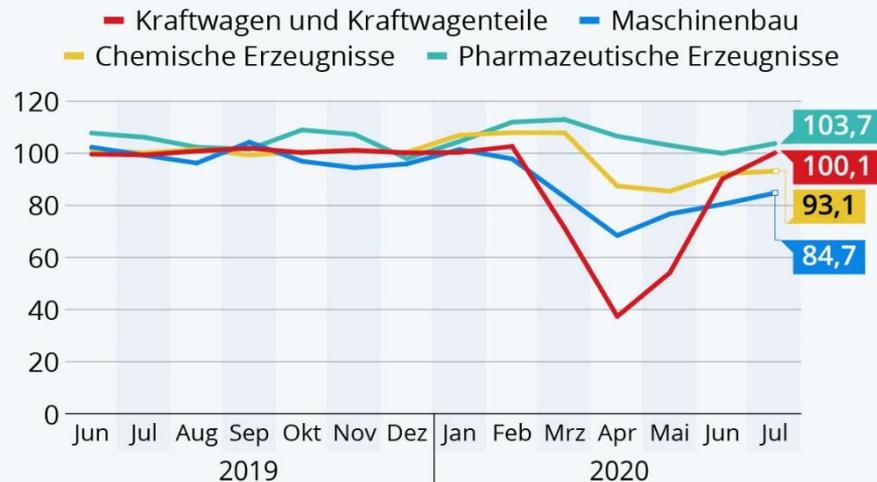
## b) TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES – SUPPLY CHAIN

 <h3><b>AUTOMOCIÓN</b></h3> <ul style="list-style-type: none"><li>- Evitar dependencia de un único proveedor</li><li>- Importancia de <b>fidelizar</b> la colaboración en la cadena de suministro</li><li>- <b>Relación estable</b> entre OEMs y proveedores → fomenta la confianza y potencia el intercambio de información</li><li>- <b>Precio competitivo</b></li></ul>	 <h3><b>MAQUINARIA</b></h3> <ul style="list-style-type: none"><li>- Más <b>rapidez y flexibilidad</b> en la entrega de partes y sistemas</li><li>- Mejoras en el <b>cumplimiento</b> de las necesidades del cliente</li></ul>
 <h3><b>TECNOLOGÍAS MÉDICAS</b></h3> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Ciclos de vida</b> de producto muy cortos</li><li>- Sector <b>de rápido crecimiento</b> y con mucho futuro → envejecimiento de la población</li><li>- Rápida capacidad de <b>reacción y de suministro</b></li><li>- Capacidad de ofrecer series cortas para productos específicos</li></ul>	 <h3><b>MOVILIDAD</b></h3> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Digitalización del suministro</b> → eficiencia, calidad, transparencia</li><li>- <b>Integración de toda la cadena del valor</b></li><li>- <b>Creación de redes de tecnología</b></li><li>- <b>Impulso del internet de las cosas e internet de servicios al sector</b></li></ul>

## b) TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES EN EL CONTEXTO COVID-19

### So unterschiedlich stark trifft Corona die Industrie

Index für Auftragseingänge im verarbeitenden Gewerbe in Deutschland (2015=100)\*



\* kalender- und saisonbereinigt

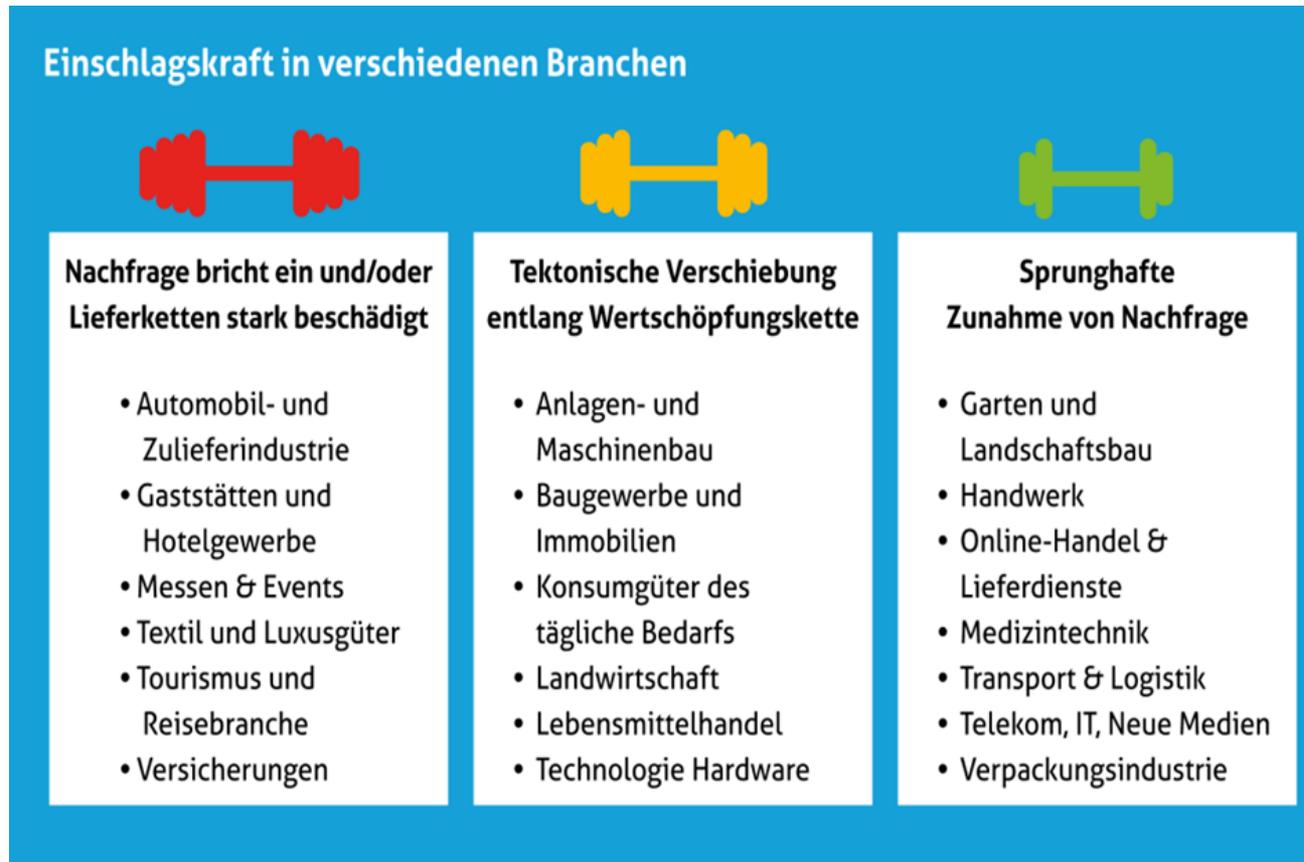
Quelle: Statistisches Bundesamt



statista

Indice de entrada de pedidos de la industria manufacturera junio 2019 – julio 2020

## b) TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES EN EL CONTEXTO COVID-19



## b) TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES EN EL CONTEXTO COVID-19

# Think global, act local and digital !

- **Redes regionales (UE) de supply chain dentro de un sistema global – producción local para regiones cercanas**
- **Productos sostenibles y de larga durabilidad que se puedan reparar y para los cuales se preste un servicio postventa a largo plazo incluyendo nuevos modelos comerciales basados en el uso**
- **Incremento del stock**

## b) TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES

- **INDUSTRIA 4.0 – INDUSTRIA DEL FUTURO**

- Modernización y digitalización de la industria francesa
- Creación de la French Fab
- Importancia de la automatización
- Potencial de los cobots



- **Pacto productivo**

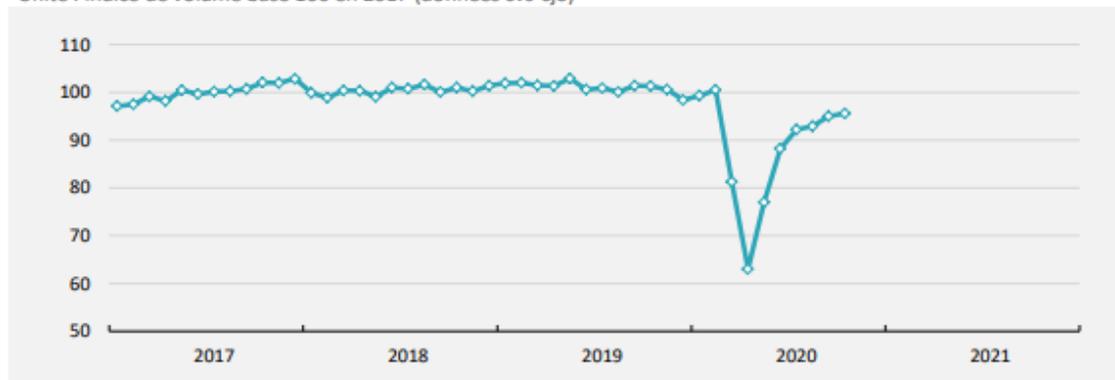
- Mejorar la competitividad de la industria
- Crear empleos
- Apoyar la inversión en la Industria del Futuro o en la transición energética.

Objetivo: Dinamizar el sector para establecer una industria fuerte en 2025.

## b) TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES EN EL CONTEXTO COVID-19

### La production de l'industrie manufacturière

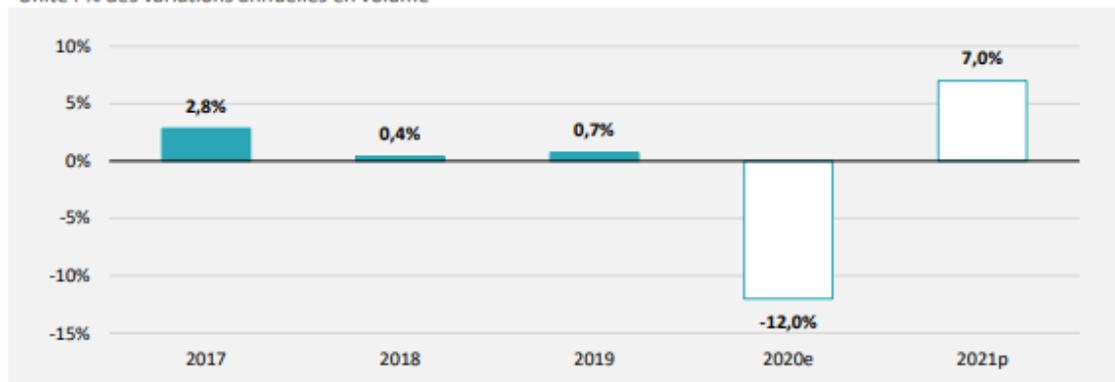
Unité : indice de volume base 100 en 2017 (données cvs-cjo)



Source : Insee, dernière donnée disponible 11/2020

### La production de l'industrie manufacturière

Unité : % des variations annuelles en volume



Estimation et prévision Xerfi (dernière mise à jour le 11/12/2020) / Source : Insee

## b) TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES EN EL CONTEXTO COVID-19

- **Industrias con más dificultades:** Aeronáutica (-32%), Automoción (-29%), fabricantes de materiales de transporte (-18,4%), refinería (-17,4%), o fabricación de bienes de equipo (-9,4%).
- **Industrias que sufren menos:** Agroalimentaria (-4%), Metalurgia y productos metálicos (-3,5%), goma, plástico y minerales no metálicos (-2,2%).
- **Plan de reactivación del Estado francés :** Presupuesto de 35 mil millones de € para la industria de 2020 a 2022:
  - Soporte a la financiación
  - Transición numérica y ecológica
  - Soporte a la innovación
  - Desarrollo a la exportación

## c) CRITERIOS DE COMPRA DE LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

### Formalidad e imagen impecable:

- Conocimiento de la cultura empresarial alemana
- Competencia y conocimiento del producto y de la capacidad productiva
- Inmediatez en los tiempos de respuesta a peticiones
- Sinceridad y transparencia al asumir pedidos
- Sinceridad en la gestión de precios (no regateo)
- Adaptación a requisitos (certificaciones, audits, acuerdos confidencialidad)
- Puntualidad y cumplimiento estricto de plazos de entrega
- Calidad del producto servido → ha de responder a la demanda del cliente
- Competencia idiomática en alemán → valorada muy positivamente
- Web clara y con enfoque internacional → como mínimo en inglés

## c) CRITERIOS DE COMPRA DE LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

### - FORMAS DE ACCEDER AL MERCADO



#### Plataformas de compras / de proveedores

- Mediante formulario (a menudo plataforma en línea, en la web del cliente)
- Valoración por el cliente del cumplimiento de criterios de admisión como proveedor  
Materiales, capacidad productiva, procesos de fabricación, certificaciones, etc.
- En caso positivo: información al proveedor y auditoria (si procede)
- Entrada a formar parte del grupo de proveedores del cliente

Ventaja: en clientes grandes, ingresar en plataforma global facilita acceso a otros países/empresas del grupo

#### Demanda de material en lista web del cliente

- A menudo la web del cliente relaciona los productos que necesita (=Bedarfspektrum)

## c) CRITERIOS DE COMPRA DE LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA - FORMAS DE ACCEDER AL MERCADO

### Participación en ferias especializadas del sector

#### ➤ Como expositor

- Presentación de los propios productos/servicios
- Invitando a potenciales compradores y business partners según canal de venta (representantes, distribuidores, etc.)
- Captar demanda y tendencias de mercado (participar a eventos de networking)

#### ➤ Como visitante

- Presentación de los propios productos a expositores interesantes
- Captar tendencias y nichos de venta (participar en match-makings y eventos de networking).



*Internationale Zuliefermesse für Teile, Komponenten, Module und Technologien*



## c) CRITERIOS DE COMPRA DE LA INDUSTRIA ALEMANA - FORMAS DE ACCEDER AL MERCADO

### Seminarios, webinars y congresos especializados

- Numerosos congresos y ferias especializados en Alemania con ponentes expertos
- Identificación de tendencias, contactos para colaboraciones



### Contacto directo telefónico con potencial cliente (Cold call)

- Identificación de responsable de compras y llamada directa para presentar producto
  - A causa de la Ley de protección de datos → dificultad contacto directo comprador.
  - El comprador alemán requiere referencias previas del proveedor → uso creciente de plataformas de compras y de redes de contactos empresariales.

## c) CRITERIOS DE COMPRA DE LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

### - CERTIFICACIONES

- Acreditaciones muy valoradas
- Carta de confianza que garantiza:
  - calidad
  - calidad de los procesos productivos
  - respeto al medioambiente
  - mantenimiento de criterios de seguridad del producto, de manipulación de materiales
  - mantenimiento de la seguridad del trabajador

## c) CRITERIOS DE COMPRA DE LA INDUSTRIA ALEMANA Y FRANCESA

### - CERTIFICACIONES

- ISO 9001 ✓ calidad
- EN 9100 Aero ✓ calidad en sector aeroespacial
- IAF 16949 ✓ calidad en sector automoción
- ISO 14001 ✓ garantías medioambientales
- ISO 13485 ✓ productos médicos
- EN 15085-2 ✓ sector ferroviario
- OHSAS 18001 ✓ salud y seguridad laboral
- QS 9000 ✓ requisitos del sistema de calidad
- EN 1090 ✓ control de producción de componentes de acero y de aluminio
- ISO 3834 ✓ definición requisitos empresa soldadura
- LEAN PHASE ✓ definición de gestión de proyectos

## d) PRINCIPALES CANALES DE VENTA

- **Venta directa: a distancia/mediante implantación**
- **Country Manager individual /grupal**
- **Comercialización individual / representante**

## d) PRINCIPALES CANALES DE VENTA

### Comercialización individual / representante

- **Comercialización individual**  
subcontratista identifica el canal y vende al distribuidor o al cliente directo
- **Representante**  
el subcontratista busca un representante, a poder ser en país de destino
  - **Requisitos:** conocer bien su sector, disponer de una buena cartera de clientes o de contactos adecuados en el mercado
  - **Formalización:** pacto de condiciones y formalización de contrato

## d) PRINCIPALES CANALES DE VENTA – ALEMANIA

### Agente comercial

#### Importancia de esta figura en la subcontratación en Alemania

- **Vendedor autónomo por cuenta propia**
  - Conocedor del mercado de destino
  - Aproximación a un mercado a un coste moderado
  - Puede ser una única persona o una agencia con varios subagentes
- **Intermediario entre empresa vendedora y comprador**
  - Puente en la cultura empresarial de destino
  - Ayuda en la barrera idiomática

**Objetivo:** lograr mayor número de ventas con el mínimo de recursos

## d) PRINCIPALES CANALES DE VENTA –FRANCIA



### AGENTE COMERCIAL

### Desaparición de la figura del agente comercial en Francia

- Muy escasos en el sector industrial
- Difíciles de encontrar
- Agentes comerciales interesantes ya tienen cartera de productos
- Solicitud de un sueldo fijo
  
- Industriales prefieren no tratar con intermediarios
- **Se privilegia negocio con clientes directos**

## e) CASOS DE ÉXITO

- Colaboraciones con Cámaras de Comercio de Sabadell y Manresa para organizar agendas de matchmaking B2B en ferias y encuentros industriales individuales
- **Proyectos individuales:** Empresa de piezas de fundición de aluminio para sector automoción

- Trabajo de larga duración y seguimiento
- Personal que habla alemán e inglés, experiencia en el mercado
- Adaptabilidad al mercado
- Certificaciones
- Paciencia y perseverancia

Resultados:

Suministro a VALEO, EBERSPÄCHER  
Incremento de ventas en BOSCH.



3. KATALANISCHER ZULIEFERTAG  
München, 18. Oktober 2018



MACE Restaurant & Konferenz  
9.30 bis 17.00 Uhr



## Nuestra oficina en Barcelona:

Tel. +34 934 767 287

catalonia@catalonia.com



@catalonia\_TI

## ACCIÓ en el mundo

Accra / Amsterdam / Austin / Berlín / Bogotá / Bombai / Bruselas / Buenos Aires / Casablanca / Ciudad de México /  
Copenhague / Dubai / Hong Kong / Estambul / Johannesburgo / Lima / Londres / Miami / Milán / Montreal / Moscú / Nairobi /  
Nueva Delhi / Nueva York / Panamá / París / Pequín / Santiago de Chile / São Paulo / Seúl / Silicon Valley / Singapur / Sydney /  
Stuttgart / Tel Aviv / Tokyo / Varsovia / Washington DC / Zagreb