

Ficha Ciudades

Múnich, Alemania

Julio 2013

Documento elaborado por la Representación Comercial ProChile en Múnich, Alemania.

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Ciudad: Múnich, Baviera, Alemania.

Resumen

- El Estado Federado de Baviera, con su capital **Múnich**, es una de las regiones más importantes y económicamente potentes de Alemania y de Europa.
- Ministro presidente de Baviera es Horst Seehofer, del partido CSU (Unión Social Cristiana).
- Baviera se divide en siete regiones administrativas: Baja Franconia (Unterfranken), Alta Franconia (Oberfranken), Franconia Central (Mittelfranken), Suabia (Schwaben), Alto Palatinado (Oberpfalz), Alta Baviera (Oberbayern), Baja Baviera (Niederbayern) y está ubicado en el sureste de Alemania.
- En el extranjero, Baviera sobre todo es conocido por su cerveza y la ley de pureza, que se inició en Baviera en 1516 y que regula la elaboración de la cerveza alemana, y por la fiesta de la cerveza en octubre (*Oktoberfest*).
- Tiene una población de 12,6 millones de habitantes, con una superficie de 70.551,57 km², Baviera es el estado federado más grande de los 16 de los que consta Alemania.
- Las ciudades más grandes que se encuentran en el territorio bávaro son **Múnich**, Núremberg, Augsburg, Würzburg, Ingolstadt, Ratisbona, Fürth y Erlangen.
- En Alemania, Baviera es el mayor mercado para tecnologías de fuentes energéticas renovables (solar, hídrica, biomasa), para tecnologías de la medicina y IT.
- La economía de Baviera supera a 20 de los 28 Estados miembros de la Unión Europea.
- Tiene la tasa de desempleo más baja de Alemania con un 5% (UE 8,9%).
- Se encuentran dos de las más reconocidas universidades del país, la Universidad Técnica de Múnich y la Ludwig-Maximilians-Universität Múnich.
- En esa región se asentaron las compañías de presencia global; Allianz, Siemens, BMW, Audi, EADS, Adidas, Puma y MAN.
- Es una región orientada a la exportación y está dentro de los 25 top exportadores del mundo.
- Múnich es el primer destino turístico en Alemania.
- La Cámara de Comercio de Múnich y Baviera es la cámara más grande de Alemania con 380.000 empresas afiliadas.
- Chile es el tercer socio comercial de Baviera en Latinoamérica, las exportaciones de Chile aumentaron por un 12,8 % en 2011 en 2012, las exportaciones bávaras aumentaron un 16,8 % y llegaron a los 320 millones de euros.
- Para empresas bávaras, el país andino ofrece buenas posibilidades de inversión.
- Baviera tiene un cónsul general de Chile y en 2011 se abrió la nueva dependencia comercial de ProChile en Múnich.
- Múnich, ciudad con habitantes de poder adquisitivo alto con tendencia a consumir productos Gourmet, Bio y orgánicos.
 - Considerar los siguientes puntos:
 1. Poca competencia por parte de los países latinoamericanos. ProChile Múnich es la única oficina Comercial de Sudamérica en la zona Sur de Alemania.
 2. Apertura y presencia de más oficinas en Alemania por parte de ProChile, Consulados y Embajada.
 3. Alto poder adquisitivo de las personas en Baviera.

4. Considerar los factores de hábito de los habitantes.
5. La calidad del producto o servicio como un factor determinante para los alemanes.
6. Acudir a ferias organizadas en Alemania para la promoción del producto.
7. Aprovechar la buena reputación de los productos chilenos.

INFORMACIÓN BÁSICA DEL MERCADO	
Total Habitantes y su % respecto total provincia/país	1,326,807 Mill habitantes que corresponde al 1,62348% total de la población. www.bayern.de
Distribución por Sexos	Mujeres 50.72% Hombres 49.28% (CIA World Factbook)
Composición Etaria	- 0-14 años: 13,3% hombres 5.569.390 / mujeres 5.282.245 - - 15-64 años: 66,1% hombres 27.227.487/mujeres 26.617.915 - 65 años y más: 20,6% hombres 7.217.163/mujeres 9.557.634 (CIA World Factbook)
Segmentación socioeconómica	17% Pobreza por baja de la media. 58% Clase media 25% Clase media alta y alta.
Idioma local (y otros idiomas importantes que se hablan)	Alemán Inglés como segunda lengua.
Localización en mapa político de Múnich	Europa Central, Alemania.
Principales ciudades cercanas/ puertos importantes próximos.	El puerto más importante es el puerto de Hamburgo, Puerto marítimo de Kiel, puerto de Wismar. Las ciudades importantes cercanas son Viena, Austria, Berlín y Praga en República Checa. Además se considera importante la buena conectividad al norte de Italia.

ACTIVIDAD ECONÓMICA

Principales actividades económicas de provincia/ciudad	Las principales actividades de la región de Baviera son la producción de Vehículos, motores, carrocerías, remolques, así como los equipos para la generación y distribución de electricidad.
PIB y su % respecto total provincia/país	PIB Alemania: 442.400 mio €, PIB Bavaria: 43.543 mio €
PIB PER CÁPITA	44.720 mio €
PIB por actividad económica	a) Sector Primario: Agricultura, caza, ganadería, silvicultura, pesca y minería y explotación de canteras: 1,1% del PIB y 2,2% de la población ocupada. b) Sector Secundario: Industrias manufactureras, Electricidad, gas y agua y Construcción: 29% del PIB y el 25,4% de la población ocupada. c) Sector servicios: Comercio y hostelería, transporte, almacenamiento y comunicaciones, servicios financieros, bienes inmuebles. Administración pública y defensa, educación, sanidad y Servicios sociales. Otros servicios: 70% del PIB y el 72,3% de la población ocupada.
Comercio Exterior (importaciones y exportaciones)	Importaciones: 1,146.000 mdd Exportaciones: 1,020.000 mdd

<p>Tasa de Inversión Extranjera en la Región (principales empresas transnacionales instaladas y sus rubros)</p>	<p>\$998.1 billones de dólares (31 Diciembre 2011).</p> <p>Química: Dow Chemical, Consulting: Serco Group plc. Construcción: Kruger, Conglomerado: Suez SA, Veolia Environnement Electrodoméstico: ELFI Elettrofinanziaria S.p.A</p> <p>Electrodoméstico: ELFI Elettrofinanziaria S.p.A Energía & agua: CGC (Compagnie Générale de Chauffe) Equipo: LaCie Group SA</p> <p>Relojería: Timex Corp</p> <p>Farmacéutica: Aventis SA</p> <p>Servicios para las empresas: Dubai Ports World ISS (Integrated Service Solutions) A/S</p> <p>Servicios de limpieza: Rentokil Initial Servicios de seguridad: Group 4 Securicor ex. Group 4 Falck</p> <p>Servicios ambientales: Veolia Propreté ex-Onyx. (Index Mundi)</p>
<p>Actividad turística (cantidad de turistas y origen)</p>	<p>Cada año visitan el Estado Libre de Baviera poco menos de 24 millones de personas. Anualmente, la cantidad de pernoctaciones en los hoteles y pensiones de Baviera se eleva a 70 millones. La cuarta parte del turismo total de Alemania tiene lugar en Baviera. Con un nivel de ventas de más de 25 millardos de euros anuales, el turismo es un importante factor económico en Baviera. Alrededor de 560.000 personas tienen en Baviera su puesto de trabajo en el sector turístico.</p> <p>Los gastos efectuados anualmente en Baviera por turistas corresponden al 18,5 por ciento del total de riqueza creada en Alemania en la rama turística. La mayoría del turismo en Baviera proviene de otros países europeos que colindan con el país alemán. (Bayerisches Landesportal)</p>

INFRAESTRUCTURA Y LOGÍSTICA

Puertos	Puerto de Hamburgo Puerto marítimo de Kiel Puerto de Wismar Puerto de Warnemunde Kielline Rotterdam, Holanda
Líneas Navieras	Hamburg Süd Hapag Lloyd (Portal Nautico)
Aeropuertos	Aeropuerto Frankfurt Internacional del Meno. Aeropuerto Internacional de Düsseldorf. Aeropuerto de Berlín-Schönefeld. Aeropuerto de Múnich Aeropuerto de Hamburgo.
Líneas Aéreas	Air Berlin LTU Germanwings Lufthansa
Redes de ferrocarriles	Deutsche Bahn
Infraestructura	El país dispone de vías de comunicación rápidas (Autobahnen) que suman cerca de 12.000 km cubriendo la totalidad del territorio. Además cuenta con más de 40.000 km de carreteras, lo que convierte en el país con mayor densidad de vías para vehículos.
Cómo llegan los productos de importación	La mayoría de las importaciones alemanas extracomunitarias de productos hortofrutícolas frescos ingresan, por vía marítima, a través de Holanda y, desde allí, por vía terrestre a Alemania. En el caso de Alemania, algunos de los más grandes distribuidores dentro del país traen sus productos desde Rotterdam. Por su parte, el producto que ingresa por vía aérea lo hace, usualmente, por Frankfurt y luego, dentro del país, es enviado por vía terrestre a los centros de distribución regional.

II. CONSUMO Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

• Características del consumidor

En el mercado alemán existe una dicotomía entre los consumidores que están orientados hacia precios bajos y productos económicos y de aquellos identificados con el segmento premium. El 27 % de los hogares alemanes está en condiciones de comprar todo lo que necesitan, en el caso de Múnich el porcentaje es aún mayor. El 24% de los hogares tiene recursos bastante más reducidos orientados a buscar precios más convenientes. El restante 50% de la población se ubica entre estos dos extremos y dice que está en condiciones de comprar, en general, lo que precisa.

Esto revela que los consumidores alemanes del segmento medio invierten un 22% de sus ingresos en la compra de alimentos, bebida y tabaco, en promedio unos 310 Euros al mes por hogar. Esto permite a la mayoría de la población alemana satisfacer sus necesidades de consumo de manera fácil y sin ningún problema, contribuyendo a elegir productos cada vez más elaborados, cambiar sus preferencias y hábitos de consumo de modo más rápido y buscar siempre lo novedoso.

Estas tres tendencias son predominantes en el comportamiento de consumidor y prometen ser principales motivos para las decisiones de compras.

- Bienestar: El aspecto más importante es la calidad del producto, en muchos casos se trata de consumidores maduros con ingresos elevados que buscan alimentos con valor agregado y beneficiosos para la salud. Preferencias de productos Bio, y/o Gourmet.
- Comodidad: Se observa una tendencia cada vez mayor hacia productos preparados, no solo congelados, pero igualmente alimentos refrigerados «chilled food», listos para su inmediato consumo. Productos preparados y envasados, como fruta cortada y lavada, pasta precocida, ensaladas lavadas que permitan ahorro de tiempo en la compra y preparación de alimentos, por lo tanto, este tipo de utilización adquieren cada vez más relevancia sobre todo entre las familias.
- Placer (Genuss): Esta tendencia es más importante entre los consumidores mayores de 50 años con ingresos elevados.

Alimentación

Los principales alimentos que consumen son el pan, las papas y la cerveza, un punto importante en el problema de sobrepeso al que se enfrenta la población. En cuanto al pan, los alemanes consumen 300 gramos al día, dentro de los cuales se engloban todo tipo de productos de panadería, por lo que se puede afirmar que es la base de su alimentación, señaló el estudio.

En concreto, los hombres consumen tres o cuatro rebanadas de pan al día y las mujeres entre dos y tres, y para saber si dicha cantidad es elevada, hay que tener en cuenta el consumo de los otros grupos de alimentos. Por ejemplo, los hombres alemanes consumen alrededor de 103 gramos de carne y productos de charcutería como salchichas o embutidos, frente a 53 gramos que ingieren las mujeres. En el caso de las papas, este tubérculo es un clásico en los platos culinarios típicos, desde la famosa “Kartoffelsalat” (ensalada de papa) hasta sus Backkartoffel o papas al horno. Su consumo asciende hasta 83 gramos al día entre hombres y hasta 65 gramos entre mujeres. En el ámbito de las verduras, tan importantes a la hora de tener una alimentación sana, el estudio reflejó que los alemanes consumen alrededor de 112 gramos al día, cifra muy inferior a los 400 gramos diarios recomendados por DGE.

Sobre la ingesta de fruta, 59 por ciento no alcanza la recomendación de la DGE de 250 gramos al día.

Actividades de recreo y ocio en Múnich:

- En verano, está el “Tollwood” en Olympiazentrum donde uno puede ir a conciertos, clases de baile o para probar una de las comidas de todo el mundo que ofrecen allí. En los meses de verano, imparten también en Múnich, una multitud de festivales tanto para familias como para estudiantes, donde tocan grupos de música, hay talleres de baile y puestos de diferentes comidas como p.ej. el “Streetlife-Festival” y el “StuStaculum”.
 - Los cines al aire libre (p.ej. en Olympiazentrum, Westpark, Königsplatz) son una opción muy buena para la gente en verano que quiere ver una película y disfrutar el buen tiempo en vez de sentarse en un cine oscuro.
 - En verano mucha gente va a refrescarse en los lagos que quedan cerca del centro de Múnich. Allí les espera canchas de voleibol y de fútbol, parques infantiles para los niños y en algunos incluso playas, con arena en la orilla para que la gente se sienta más cómoda.
 - En materia de música clásica, hay eventos como “Klassik am Odeonsplatz” o “Nymphenburger Schlosskonzerte” donde tocan orquestas en vivo en un ambiente muy solemne.
 - La fiesta tradicional más típica de Múnich el “Oktoberfest”. En las carpas de las distintas cervecerías se puede tomar cerveza, disfrutar de la música bávara y comer la comida típica de la región. En la plaza se celebran fiesta y hay muchas atracciones para jóvenes y adultos.
 - Si hay poco tiempo pero quiere disfrutar del sol o simplemente descansar un rato, se va al cercano “Englischer Garten”. Es muy grande y en verano la gente toma sol, juega, hace un asado y se baña en el río que pasa por allí.
 - En invierno la gente de Múnich tiene la posibilidad de patinar sobre hielo (Karlsplatz, Olympiazentrum) o ir al “Christkindlmarkt” en época navideña. Estos mercadillos se montan en varios lugares y las personas que van pueden calentarse con “Glühwein” (Vino caliente) y comprar regalos o adornos de Navidad.
 - Los palacios que fueron construidos por reyes, príncipes y duques de Baviera como el “Schloss Schleißheim”, “Schloss Nymphenburg” y la “Residenz” tienen jardines preciosos a su alrededor, por lo tanto son destinos de muchas familias que quieren que sus hijos aprendan un poco sobre la historia de Múnich y eso lo combinan con un picnic.
 - Un lugar muy popular para hacer asados es a la orilla del río “Isar” que pasa por toda Múnich y donde la gente en verano se encuentra con sus amigos para hacer parrilladas y disfrutar los días soleados.
- Puesto que Múnich está situado en el sur de Alemania, los Alpes quedan muy cerca y hay varios destinos de recreo en las afueras.
- Hay muchos caminos que son hechos para bicicleta, por lo tanto es fácil hacer un tour en bici a las ciudades que rodean Múnich, como p.ej. Freising y Erding.
 - Existen muchas posibilidades de recreo en los Alpes. La gente de Múnich va allí a esquiar o hacer senderismo o simplemente pasar unas noches en un refugio de madera en el monte y escaparse de su vida cotidiana. El Zugspitze es el monte más grande de Alemania y por eso el más conocido para hacer estas actividades.
 - Los lagos “Königssee”, “Bodensee”, und “Starnberger See” quedan a unas horas de Múnich, muchos se van a pasar un día entero allí, para disfrutar el paisaje, huir de la gran ciudad, viajar en barco o nadar.

Tendencias

Tendencia a alimentos-productos BIO Gourmet y Fair Trade (Comercio Justo) .

En Múnich se le da importancia a los alimentos BIO o certificados de calidad. Conseguir la certificación BIO proporcionaría una gran ventaja, además de un aumento del valor final de un 4% hasta un 15%, incluso más en algunos casos. Las certificaciones por entidades reconocidas ante la UE son fundamentales pues sin ellas, es imposible abordar estos mercados. Las ventajas de la certificación se puede resumir en: o acceder a nuevos mercados o establecerse en mercados existentes o Incrementar la venta de determinados productos o lograr un valor agregado en los productos.

Para negociar con comerciantes del Sur de Alemania es necesario incorporar volúmenes atractivos de oferta, a partir de un contenedor. El mercado es muy exigente con respecto a la calidad lo que, favorece a los proveedores chilenos para hacer frente a la competencia en este mercado.

Creciente demanda de productos diferenciados y sobretodo de componentes exóticos. A pesar de que el mercado/precio se mantiene fluctuante, los compradores alemanes permanecen están interesados en proveedores confiables, estables y relaciones comerciales sobre una base de confianza mutua y duradera.

La certificación de los productos bajo sello FairTrade- Bio o Gourmet es un valor agregado que potencializa, diferencia y sobre todo llama la atención del consumidor alemán y más aún, en el sur de Alemania. Lo anterior se aplica con mayor fuerza si el producto proviene de un tercer país.

● **Gastos en publicidad / principales medios utilizados**

En Alemania, el gasto en publicidad se incrementó en un 3,8% en el 2012, en comparación con el 4,6% del año 2010. Sin embargo, estos incrementos deben compararse con la enorme pérdida del 19,7% del año 2009; los \$142 miles de millones destinados a gastos este año están aproximadamente \$20 mil millones por debajo del año alto de 2012.

El mix de medios de Alemania es más tradicional. En todos los medios, el gasto en publicidad creció un 3,3% en el año 2012; esto incluye una caída del 1,1% en el gasto en periódicos y un incremento del 1% en el gasto en revistas.

En el caso específico de Múnich, la revolución digital y la migración general de las impresiones de anuncios publicitarios en línea han generado caídas en los gastos mucho más rápidas para los medios de comunicación escritos.

Como lugar de emplazamiento y entorno económico-institucional para los medios de comunicación, Baviera es el n.º 1 de Alemania y uno de los más importantes de Europa. Desde los medios de comunicación impresa o radio y televisión hasta el cine, Internet o multimedia, en Baviera están todos representados.

Sólo en Múnich y sus inmediaciones hay poco menos de 23.000 empresas del sector de los medios de comunicación e información, las que dan ocupación, sujeta al pago de cuotas de seguridad social, a más de 250.000 personas. Las empresas del sector de los medios de comunicación encuentran condiciones inmejorables en Baviera, independientemente de que se trate de modernas tecnologías de impresión, recintos de filmación, trabajadores altamente cualificados o un público lleno de interés. El congreso de los medios de comunicación Medientage München es el más significativo de Europa y un importante lugar de encuentro de esta rama de la economía. Y en Baviera prima una actitud abierta hacia lo nuevo.

Innovadores avances tecnológicos en el sector de los medios de comunicación tales como la radiodifusión digital DAB, la televisión de alta definición HDTV o la televisión digital terrestre DVB-T dan impulsos adicionales a la rama de los medios de comunicación y aseguran la posición de punta de Baviera como lugar de emplazamiento y entorno económico-institucional para los medios de comunicación.

- **Canales de distribución:**

La mayoría de las importaciones alemanas extracomunitarias de productos hortofrutícolas frescos ingresan, por vía marítima, a través de Holanda y, desde allí, por vía terrestre a Alemania. Acordes con la evolución de la integración de las economías y mercados europeos, hoy en día son los grandes importadores y distribuidores de alimentos, quienes dominan en la región. En el caso de Alemania, algunos de los más grandes distribuidores dentro del país traen sus productos desde Rotterdam. Por su parte, el producto que ingresa por vía aérea lo hace, usualmente, por Frankfurt y luego, dentro del país, es enviado por vía terrestre a los centros de distribución regional.

El esquema típico de los canales de distribución de Múnich está dividido en tres niveles, a saber:

Primer nivel de distribución en el que se puede optar por diversas alternativas:

- **Importadores:** especializados en productos específicos o en grupos de productos. Son conocedores del mercado y de los reglamentos que afectan a los productos. Generalmente pueden distribuir a todo el resto de Baviera y Alemania. Juegan a menudo un papel estratégico en el éxito del producto.
- **Mayoristas:** Hipermercados, supermercados y pequeño comercio adquieren ciertos productos con la intermediación de los mayoristas, aunque la mayoría de estos han creado sus propios centros de compras para asegurarse un mejor aprovisionamiento y controlar los costes.
- **Agentes y distribuidores:** la mayor parte de los productos importados dependen de los agentes de importación y distribución para acceder al mercado de Múnich. Los agentes efectúan los pedidos de mercancías y firman los documentos de los exportadores que representan, pero no suelen tomar posesión de los productos de sus representados.

Segundo nivel. El comercio minorista organizado, estructurado en centrales de compra.

Tercer Nivel. El comercio minorista más tradicional, un tipo de establecimientos mucho más especializado y en ocasiones orientado al sector “gourmet”, con productos de una gama superior.

Aunque el panorama de la distribución alemana está dominado por los grandes grupos de distribución. Tienen con sus propias subcadenas en una estructura piramidal que incluye establecimientos en todos los canales (hipermercados, supermercados, discounter, etc.).

De esta forma se recomienda a los exportadores chilenos que pretenden acceder al mercado de Múnich lo realicen a través de hipermercados, la vía será a través de las centrales de compra de los grandes grupos. En cambio si se dirigen hacia pequeñas tiendas especializadas, se deberá destinar a mayoristas especializados, sean nacionales o regionales.

- **Gasto en Alimentación y Bienes de Consumo**

La siguiente tabla ofrece una primera panorámica de los costes aproximados de la vida en Múnich, Alemania.

Alquiler	Residencia de estudiantes	Aprox. 250 - 350 € al mes, gastos adicionales incluidos
	Vivienda de una habitación, hasta 25 m2	Aprox. 350 - 450 € al mes, gastos adicionales incluidos

	Vivienda de dos habitaciones, hasta 50 m2	Aprox. 450 - 550 € al mes, gastos adicionales incluidos
	Vivienda de tres habitaciones, hasta 75 m2	Aprox. 550 - 650 € al mes, gastos adicionales incluidos
GEZ	Radio	17,28 € por 3 meses
	TV y Radio	53,94 € por 3 meses
Alimentación	1 persona	Mínimo 150 € al mes
	2 personas	Mínimo 250 € al mes
	Familia de 4 miembros	Alrededor de 350 - 400 € al mes
Transporte	Ticket de un trayecto	2,60 €
	Ticket de 5 trayectos	6,40 €
	Ticket mensual	Aprox. 50 € (según el número de días del mes)
Alojamiento	Habitación individual de hotel	Aprox. 90 € (con desayuno) Precios especiales entre 60-70 € para estudiantes de la universidad.
	Habitación individual de posada	Aprox. 40 € (con desayuno) Con posibilidad de precios especiales para estancias más largas.
	Albergue juvenil	Aprox. 30 €/noche
Mantenimiento de cuenta bancaria	Cuenta de estudiantes	Entre 1,50 € - 3,00 € al mes
	Cuenta corriente en línea	Aprox. 3 € al mes
	Cuenta corriente	Entre 3,00 € - 7,50 € al mes

III. OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS O SECTORES CHILENOS EN LA REGIÓN

- **Importaciones y origen (principales países proveedores/competidores en rubros afines a los de Chile).**

Importaciones 2012

Nº	País	mil.€	Porcentaje
1	Austria	14.629.426	9,9%
2	China	12.834.089	8,7%
3	Italia	10.435.470	7%
4	USA	9.980.292	6,7%
5	República Checa	9.464.603	6,4%
SUBTOTAL		57.343.880	
RESTO		90.333.828	
TOTAL		147.677.708	

Fuente: Bayerisches Landesamt für Statistik und datenverarbeitung, Statistisches Bundesamt Deutschland

- **Competencia**

España e Italia respecto de las frutas y verduras en general.

Alemania en manzanas.

Finlandia y Perú en Pescado.

En Vino se compite con Argentina, Australia y España.

Ejemplos:

- Vino Tinto – Principales competidores España e Italia, en Baviera especialmente por la empresa Pulenta Group, así como Weingut Fuchs, World of Drinks GmbH, Becker, Vinondolo, etc.
- Moras azules- USA es el principal competidor, en Baviera el importador Tandemus y Iomi Frucht, etc.
- Manzanas – Alemania es autoprodutor de manzanas
- Paltas- México y Perú son los principales competidores y la empresa en Baviera es Crocco GmbH, etc.

- **Contextualizar oportunidades en sectores/subsectores productivos y productos relevantes**

Sectores económicos clave de Múnich:

- Bienes de consumo.
- Productos y servicios subcontratados
- Productos de alta tecnología y energías renovables.

Sectores con alto potencial; Oportunidades para Chile:

- Servicios al consumidor, bienes de consumo Gourmet, BIO y Fair Trade.
- Artesanía Premium
- Congelados
- Miel

Sectores monopolísticos:

- Educación

Sectores en declive:

- Industrias de la madera, el acero y el hierro.
- Aceite de Oliva
- Todo producto y/o servicio que no posea certificación de la UE.

- **Localización de los importadores de productos similares a la oferta chilena**

Frutas, Verduras, congelados y Vinos:

Mayoristas: Hipermercados, Cadenas de Supermercados y pequeño comercio que adquieren productos con la intermediación de los mayoristas.

Importadores: Especializados en productos específicos o en grupos de productos (frutas y verduras).

En Múnich los supermercados que importan productos desde Chile son: Rewe(+Penny), Tengelmann, Aldi, Edeka, Lidl.

Hipermercado: Real, Hit.

Ejemplos:

Papaya: Berpapaya Feine Welt / Supermercado Rewe / 3.29€ el frasco de 500grs.

Salmón Congelado: Pescanova/ Hipermercado Real/ 9.99€ la bolsa.

Arándanos: Southern Sun/ Hipermercado Hit / 2.99€ 125 grs.

Vinos: Espíritu de Chile, Cabernet Sauvignon 2010/ Supermercado Edeka/3.99€ Botella de 750grs.

En la mayoría de los locales de pequeño comercio (poco volumen) se encuentran generalmente productos de Chile los cuales son adquiridos a través de las importadoras de Frutas y Verduras de la ciudad. En Múnich estas empresas se encuentran concentradas en "Grossmarkthalle".

Vino y Pisco:

Importadores: Especializados en productos específicos o en grupos de productos. Que realizan posteriormente la venta en sus tiendas de Vinos o a través de Internet. También se utiliza bastante la modalidad de importación con Agentes y Distribuidores.

Madera:

Importadores: Especializados en productos específicos o en grupos de productos.

Miel:

Mayoristas: Hipermercados, Cadenas de Supermercados y pequeño comercio que adquieren productos con la intermediación de los mayoristas.

Importadores: Especializados en productos específicos o en grupos de productos

Artesanía:

En Múnich la Artesanía es importada mayoritariamente como compra Directa en Chile, es decir Comercio minorista organizado. También a través de Agentes que poseen una Tienda en el Sur de Alemania y que venden a otros comercios de pequeño tamaño, a cadenas de Hoteles y a Empresas como regalos corporativos.

Productos Gourmet y BIO:

En Múnich la importación de estos productos se califica en Mayoristas e Importadores.

En el sur de Alemania se encuentran bastantes locales de venta de sólo productos BIO. La importación va en aumento y existe mucha demanda.

Mayoristas: Hipermercados, Cadenas de Supermercados y pequeño comercio que adquieren productos con la intermediación de los mayoristas.

Los productos Gourmet se pueden encontrar en cadenas de Supermercados tradicionales o Cadenas enfocadas a este tipo de productos como por ejemplo Dallmayr, Käfer y Galeria Kaufhof.

También está la categoría comercio minorista, dirigido hacia HORECA.

Productos Fair Trade:

La venta de productos Fair Trade se realiza por medio de Cadenas de Supermercados y tiendas Fair Trade. La importación de dichos productos se realiza en conjunto con la misma Empresa que otorga las certificaciones.

En el caso de Múnich las más grandes son dos: Fair Trade Deutschland y GEPA.

- **Horario bancario y laboral**

Horario Bancario:

Hay un gran número de bancos y Sparkassen (cajas de ahorro) en Alemania. Los bancos son instituciones privadas. El gobierno local gestiona los Sparkassen, de ahí sus nombres: Berliner Sparkasse, Hamburger Sparkasse y Sparkasse Dresden.

Los horarios difieren de un banco a otro, aunque la mayoría abre de lunes a viernes de 9:00 a 16:00. Las oficinas principales suelen tener el mismo horario que las sucursales pequeñas, aunque puede que abran los sábados. En las zonas rurales, los bancos suelen cerrar de 13:00 a 14:30. La mayoría de las oficinas tienen cajeros automáticos que te permiten retirar efectivo, hacer transferencias y obtener extractos las 24 horas del día.

Horario Laboral:

La duración legal de la jornada laboral en Alemania se fija en 8 horas diarias, excluyendo los domingos y los días festivos, que sirven de días de descanso. Dicho de otro modo, a nivel semanal se trabajan 40 horas, a pesar de que en algunos sectores la semana pueda reducirse a un total comprendido entre 38,5 y 35 horas.

Exceptuando a las mujeres embarazadas y a los que están en periodo de formación, la jornada laboral puede aumentar a 10 horas diarias, siempre y cuando en cada tramo de 6 meses la duración media de la jornada laboral no supere las 8 horas.

- **Códigos de acceso telefónico**

Para llamar desde el extranjero a Alemania, ya sea cualquier estado o ciudad de Alemania es necesario anteponer siempre el prefijo +49, seguido del número al que se desee marcar.

Para llamar a la zona de Baviera Alemania y reconocer el número es importante saber que los teléfonos fijos en esta área de Alemania siempre tienen el prefijo 089.

Para números celulares es igual el prefijo +49, más los dígitos del número celular al que desee marcar.

- **Transporte interno**

Los medios de transporte más cómodos para desplazarse tanto por los alrededores como por el interior de Múnich son el Metro, los autobuses y el tranvía. Los billetes para cualquiera de los medios de transporte público como también para los trayectos cortos en tren, se pueden adquirir en las máquinas expendedoras y las tarifas varían teniendo en cuenta las distancias (zonas tarifarias).

Taxis: En Baviera los taxis pueden cogerse en la calle o en cualquiera de las paradas distribuidas en todas las ciudades, aunque es aconsejable solicitarlos con antelación en las centrales. Cuando un taxi se encuentra disponible es fácilmente identificable ya que lleva encendido un indicador amarillo sobre el techo. Existe en el país el llamado "trayecto corto", lo que puede arreglarse con el chofer cuando piensa recorrerse una corta distancia, pero es únicamente válido para aquellos taxis que se cogen en la calle y que no se encuentran vinculados al reglamento de tarifas en vigencia. En todo el país se puede llamar para pedir un taxi, al móvil +49-172-22118, a un coste de 0,69 Euros por minuto más la tarifa roaming del operador.

Trenes: www.deutschebahn.de Tren de alta velocidad ICE. Baviera dispone de una extensa red de ferrocarriles que conectan casi todos los puntos del país y sus unidades son muy seguras y confortables. La mayoría de los servicios, tanto de corta como de larga distancia, están muy bien coordinados y permiten llegar a todos los puntos turísticos y pequeñas localidades.

Hay 2 compañías que brindan servicios regulares cada hora y que comunican a más de 50 ciudades alemanas, estas son: InterCity (IC) e InterCity Express (ICE). El ICE (tren de alta velocidad) llega a alcanzar velocidades de hasta 300 km/h. Los trenes regionales son utilizados para viajar a las ciudades más pequeñas. Lo más aconsejable es reservar el asiento en los trenes, especialmente para las horas pick y en temporada de vacaciones, lo que se realiza abonando una pequeña tasa un poco antes de la salida. Si se adquiere los billetes algunos días antes, el coste se reduce y el viaje tanto de ida como de regreso se reserva en un determinado tren. Los menores de 14 años viajan sin cargo si lo hacen acompañados de sus abuelos o sus padres.

Auto: Considerado como una de las eficaces y modernas del mundo, las autopistas alemanas se extienden por más de 11.000 km y en su trayecto se sitúan alrededor de 700 hoteles, gasolineras y estaciones de servicio que permanecen abiertas durante las 24 horas del día. Ninguna de las autopistas alemanas es de peaje y en caso de averías o accidentes, quien se encarga del tema en todo el país es el Club General Alemán del Automóvil (Allgemeiner Deutscher Automobilclub ADAC).

Existen muchas estaciones de repostaje de gas y sólo se vende biodiesel y diesel, ninguna vende gasolina con plomo. Si se es miembro de algún club extranjero, en Alemania recibirás asistencia gratuita. Para poder conducir dentro del país se deberá poseer una licencia de conducir vigente, además del permiso de circulación del coche y una constancia del seguro. Si se es extranjero y el auto no cuenta de una placa de matrícula europea con el distintivo del país integrado, se deberá contar con una calcomanía con el distintivo del país adherido en la parte trasera del auto.

- **Agencias oficiales regionales con atribuciones que inciden en el comercio de importación**

ZOLL (Servicio de aduanas alemán)

http://www1.zoll.de/english_version/index.html

http://www.germanyinfo.org/relaunch/info/consular_services/customs/tariff.html

La Unión Europea no regula los requerimientos de empaque y etiquetado, pero lo hace en ciertos productos que se consideran de alto riesgo. Ante la ausencia de reglas determinadas por la Unión Europea, el exportador debe consultar a las disposiciones nacionales.

Los alimentos, medicinas, químicos y farmacéuticos tienen requerimientos específicos referente al empaque y etiquetado de los productos que pertenecen a estas industrias.

Cabe destacar que las aduanas dentro de la Unión Europea solo regulan los procedimientos administrativos, como el tipo de certificado y la mención del origen dentro de los documentos de embarque, así como los formularios de aduana.

Hauptzollamt München – Sucursal atención al cliente- Dienstsitz Sophienstraße -
Sophienstraße 6. 80333 München
Postfach 20 09 45
80009 München
Tel: +49 089 599500
Fax: +49 089 5995-2488
E-Mail: poststelle@hzam1.bfinv.de

ZOLL Aeropuerto Múnich /Zollamt Flughafen
Dirección: Zollamt Flughafen. Hauptzollamt München. Frachtgebäude Modul B. 85356 München
Piso 5 OG
Tel +49 89 975-9 07 00
Fax +49 89 975-9 07 06
E-Mail poststelle@zam-fhf.bfinv.de

- **Principales ferias internacionales y eventos relevantes en la ciudad.**

Ferias

<http://www.messe-muenchen.de>

INTERSOLAR Europe

La Feria Internacional especializada más grande del mundo en la industria Solar.

BAU

Salón líder mundial de arquitectura, Materiales, Sistemas.

IFAT ENTSORGA

Feria líder Internacional de gestión de aguas, aguas residuales, residuos y materias primas secundarias.

EXPOPHARM

Feria Internacional de Farmacia

MATERIALICA

Feria Internacional especializada de aplicaciones de material, superficies e ingeniería de productos.

BAUMA

Salón Internacional de maquinaria para Obras, Materiales de Construcción y Minería, Equipos y Vehículos para Obras.

INTERFOST

Feria Líder Internacional de Explotación y Técnica Forestal, con actos científicos y posiciones especiales.

Eventos:

Oktoberfest

Celebración llevada a cabo entre los meses de septiembre y octubre en Múnich desde 1810. Es la fiesta popular más grande de Alemania y una de las mayores del mundo con unas visitas anuales medias superiores a los 6 millones de visitantes. No es de carácter comercial.

- **Cámara de Comercio de la ciudad**

Industrie- und Handelskammer für München un Oberbayern.

Cámara de Comercio de Múnich y Alto Baviera

www.muenchen.ihk.de

- **Consulados y oficinas comerciales**

Consulados de Chile en Alemania

Berlín - Consulado

Jurisdicción: Brandenburg, Berlin, Sachsen, Sachsen-Anhalt.

Cónsul: Sr. Iván Véjar Pardo

Dirección: Mohrenstr. 42 EG - 10017 Berlin

Teléfono: +49 30 726203901, +49 30 726203902

Fax: +49 30 2044312

Email: consulado@echile.de , consulado1@echile.de

Horario de Atención: Lunes a Viernes, 9:00 - 13:00 Uhr.

Frankfurt am Main - Consulado General

Jurisdicción: Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland y Thuringen.

Cónsul General: Sr. José Luis Morales

Dirección: Humboldt Str. 94 - 60318 Frankfurt am Main.

Teléfono: +49 69 550194, +49 69 550195

Email: cgfrande@yahoo.com

Horario de Atención: Lunes a Viernes, 08:30 - 13:30 horas.

Hamburgo - Consulado General

Jurisdicción: Bremen, Hamburgo, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein.

Cónsul General: Sr. Eduardo Schott

Dirección: Hirschgraben 30 - 22089 Hamburg.

Teléfono: +49 40 457585

Email : congechile_hamburgo@t-online.de

Horario de Atención: Lunes a Viernes, 08:00 - 14:00 horas.

Munich - Consulado General

Jurisdicción: Baden-Württemberg, Bavaria.

Cónsul General: Sr. Aldo Famolaro Beytía

Dirección: Innere Wiener Str. 11a - 81667 München.

Teléfono: +49 89 18944600

Fax: +49 89 189446010

Email: cgmuc.visas@gmail.com (Visas)

cgmuc.notarial@gmail.com (Legalizaciones y Asuntos Notariales)

cgmuc.pasaportes@gmail.com (Pasaportes y Documentos de Identidad)

cgmuc.consultas@gmail.com (Otras Consultas e Informaciones)

Horario de Atención: Lunes a Viernes, 9:00 - 14:00 horas.

Consulados Honorarios

Bremen

Cónsul Honorario: Sr. Reinhard Kütter

Dirección: Wilhem Kaisen Brücke 1 - 28195 Bremen.

Teléfono: +49 421 323731

Fax: +49 421 3605504

Horario de Atención: Martes: 10:00 - 13:00 horas, Jueves 14:00 - 17:00 horas.

Köln

Cónsul Honorario: Sra. Marianne Mollenhauer de Hanstein

Dirección: Cäcilienstr. 48 - 50667 Köln.

Teléfono: +49 221 92572991

Fax: +49 221 9257296

Email: chile@lempertz.com

Stuttgart

Cónsul Honorario: Sr. Georg Kieferle

Dirección: Etzelstr.9 - 70180 Stuttgart.

Teléfono: +49 711 604722

Fax: +49 711 605579

Oficinas Comerciales ProChile Alemania

Oficina Comercial Berlín

Bettina Stengel Uslar, Directora Comercial

Asistente: Drina Bascón

Teléfono: (49 – 30) 726 203730 / 726 203740

Fax: 49 – 40 32 6957

Dirección: Mohrenstrasse 42, 10117. Berlín

Horario de Atención: De 9:30 a 18:30 hrs.

Oficina Comercial Hamburgo

Birgit Uthmann, Representante Comercial

Asistente: Daniel Medina

Teléfono: 49 – 40 33 5835

Fax: 49 – 40 32 6957

Dirección: Kleine Reichenstrasse 1, Piso 4, 20457. Hamburgo

Oficina Comercial Múnich

Valeska Kuschel, Representante Comercial

Teléfono: 49-15-228224444

Fax: +49 89 189446010

Dirección: Innere Wiener Straße 11 A / III. 81667, München

- **Links de interés provincia/ciudad y Contactos útiles**

ZOLL (Servicio de aduanas alemán)

Destatis. Instituto de estadísticas Alemán 2013

Exporthelp http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_es.html

El ExportHelpdesk es un servicio en internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso en particular a los mercados de la Unión Europea.

Web Oficial Múnich <http://www.muenchen.de/> inglés: <http://www.muenchen.de/int/en.html>

Web Ferias Múnich <http://www.messe-muenchen.de>

Web Oficial Baviera <http://www.bayern.de>