



## **JORNADA-TALLER**

### **Alemania:**

*Dossier sobre oportunidades y aspectos  
a tener en cuenta para su acceso*



## **Contenido**

<b>1. Introducción: Situación económica de Alemania .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Análisis de las relaciones bilaterales entre España y Alemania.....</b>	<b>5</b>
<b>3. Análisis de las importaciones de Alemania.....</b>	<b>7</b>
<b>4. Exportación española y gallega a Alemania .....</b>	<b>11</b>
4.1. Exportación española al mercado objetivo .....	11
4.2. Exportación gallega al mercado objetivo .....	13
<b>5. Tendencias de consumo.....</b>	<b>16</b>
<b>6. Oportunidades comerciales y de inversión para empresas gallegas en Alemania .....</b>	<b>17</b>
6.1. Oportunidades comerciales.....	17
6.3. Oportunidades de inversión .....	20
<b>7. Métodos de entrada .....</b>	<b>21</b>
<b>8. Entorno legal y fiscal .....</b>	<b>23</b>
Constitución de sociedades.....	23
Contratación de personal.....	24
Principales impuestos .....	24
<b>9. Cultura de negocios en Alemania. Criterios para hacer negocios.....</b>	<b>26</b>
<b>10. Contactos de interés .....</b>	<b>27</b>

## **1. Introducción: Situación económica de Alemania**

En la actualidad, Alemania es la economía más importante de Europa y la cuarta potencia económica mundial siendo tan solo superada por China, Estados Unidos y Japón.

El país cuenta con una de las economías más sólidas de la Unión Europea. Según el FMI, en 2018, el PIB creció un 1,9 %, registrando su índice más bajo de los últimos cinco años. Los buenos resultados obtenidos en 2017, se deben principalmente a un superávit presupuestario inédito de 38 millones de dólares y una reducción de la deuda pública de casi el 3 % con respecto al año anterior. Actualmente la deuda pública supone el 59,8 % del PIB. Otro de los factores clave ha sido el aumento de la demanda interna y los ingresos por exportaciones. Asimismo, el FMI estima que las tasas de crecimiento en 2019 y 2020 debieran ser de 1,9 % y 1,6 % respectivamente.

Por otro lado, la población empleada ha ascendido a 45,24 millones de personas en 2018, según datos de la Agencia Federal de Estadística (DESTATIS), con una tasa de desempleo del 3,5 %. En 2017, la tasa de desempleo juvenil fue del 5,8 %, la segunda más baja de la UE según datos Eurostat.

*“Alemania es la mayor economía de Europa y la cuarta potencia mundial, con una economía sólida y una deuda pública y una tasa de desempleo muy bajas”*

En cuanto a la participación de los sectores en el PIB, el perfil se corresponde con el de una economía desarrollada. La agricultura aporta menos del 1 % y el sector servicios crece en importancia, representando actualmente alrededor del 61,9 %. El sector industrial alemán tiene una cuota superior al resto de países de la Unión Europea y supone el 27,6 % del PIB.

El sector primario emplea aproximadamente al 2 % de la población activa. La Superficie Agrícola Útil (SAU) ha descendido ligeramente en los últimos años. El principal cultivo es el cereal que ocupa el 55 % de la tierra cultivable. Dentro de los cereales destaca la importancia del trigo, el centeno y la cebada. Las plantas forrajeras ocupan el 24 % de la tierra y por último los cultivos industriales que representan un 12,3 %. La tendencia general del sector es la concentración de las explotaciones, con su consiguiente disminución en número y aumento en superficie.

*“El sector servicios emplea al 71,5 % de la población mientras que el industrial da empleo al 27 %”*

Alemania es el tercer país del mundo, tanto en importaciones como exportaciones agrícolas. Destaca la importación de la leche dentro del sector. Alemania es el primer productor de leche de la UE y el 5º mundial. Es también el primer productor de carne porcina y el segundo productor de carne de vacuno dentro de la Unión Europea.

## Alemania: Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

La industria emplea al 27 % de la población ocupada y se caracteriza por una elevada productividad y una fuerte orientación hacia los mercados exteriores. La industria del automóvil, la de maquinaria y la química son las de mayor importancia. En estos sectores es donde se realiza el mayor gasto en I + D y también aquellos en los que la balanza comercial arroja un superávit más elevado. Además, como sectores en crecimiento destacan la biotecnología y el equipamiento de medio ambiente.

Como ya se ha mencionado anteriormente, el sector servicios ha incrementado su participación en el PIB en los últimos años debido principalmente al aumento de empleo y recursos en el sector. Como actividades principales destacan la inmobiliaria, el comercio y los servicios de transporte y comunicaciones.

Tabla 1. Principales datos macroeconómicos de Alemania.

	2016	2017	2018 (e)	2019 (e)	2020 (e)
<b>PIB</b> (miles de millones de USD)	3.496,61	3.700,61	4.029,14	4.117,07	4.331,70
<b>PIB</b> (crecimiento anual en %, precio constante)	2,2	2,5	1,9	1,9	1,6
<b>PIB per cápita</b> (USD)	42.461	44.769	48.670	49.692	52.278
<b>Saldo de la hacienda pública</b> (en % del PIB)	1	0,9	1	0,7	0,6
<b>Endeudamiento del Estado</b> (en % del PIB)	67,9	63,9	59,8	56	52,6
<b>Tasa de inflación</b> (%)	0,4	1,7	1,8	1,8	2,1
<b>Tasa de paro</b> (% de la población activa)	4,2	3,8	3,5	3,4	3,3

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de IMF – World Economic Outlook Database. (e.- datos estimados).



## **2. Análisis de las relaciones bilaterales entre España y Alemania**

Las relaciones bilaterales hispano-alemanas se caracterizan por la gran intensidad de los flujos comerciales y de inversión, encontrándose durante los últimos años favorable a Alemania, ya que desde el año 2013, la balanza comercial española con este país muestra un saldo comercial negativo.

Según datos del Instituto de Comercio Exterior (ICEX), Alemania es uno de los principales socios comerciales y así como uno de los principales clientes para el sector turístico español. Las importaciones alemanas colocan a España en la posición 11ª en el ranking de sus principales proveedores. Alemania importa fundamentalmente bienes industriales, destacando los sectores de bienes de equipo, automoción y semimanufacturas, los cuales constituyen casi las tres cuartas partes de la exportación española a Alemania.

*“La balanza comercial hispano-alemana resulta favorable a Alemania, ya que las importaciones procedentes de este país han aumentado en mayor medida que las exportaciones en los últimos cinco años”*

Por el lado de las exportaciones españolas destinadas al mercado alemán, se observa que, en 2013, eran bastante más reducidas que las actuales, en concreto ahora son un 28,67 % superiores. Estas exportaciones, han mantenido una tendencia de crecimiento hasta el año 2018, año donde se ha alcanzado la cifra de más de 30 mil millones de euros.

En cuanto a las importaciones, la evolución de las compras de productos alemanes por parte de España ha tenido un crecimiento sostenido en el transcurso de los últimos cinco años, observándose un aumento del 41,80 %, mientras que en el último ejercicio han continuado elevándose en un 3,15 %, alcanzando así la cifra de 40.000 millones de euros en 2018.

Como resultado de las evoluciones comentadas, la tasa de cobertura comercial española hacia Alemania ha estado por debajo del 100% en todos los ejercicios desde 2013, lo que significa que España exporta a Alemania menos de lo que importa. Esta cobertura comercial ha disminuido en el último lustro en un 9,26 %, lo que indica que las importaciones han ido aumentando en mayor medida que las exportaciones a lo largo del periodo considerado.

*“Las exportaciones españolas al mercado alemán han aumentado en un 28,67 % en el último lustro mientras que las importaciones han crecido en un 41,80 %, lo que da como resultado un saldo comercial negativo”*

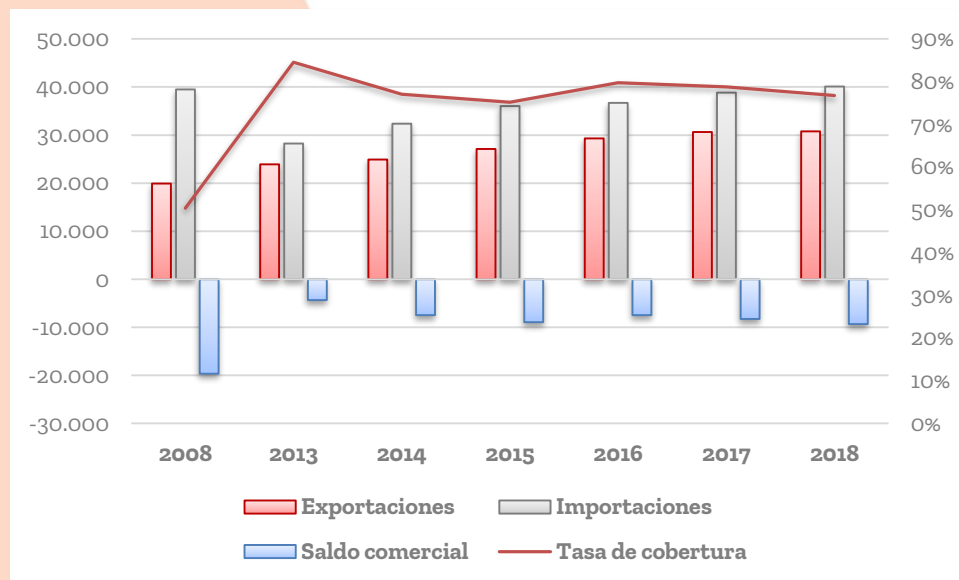
**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

Tabla 2. Balanza comercial española con Alemania. Datos en millones de euros

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Var. 2013/18	Var. 2017/18
<b>Exportaciones</b>	23.899	24.927	27.096	29.273	30.612	30.751	28,67%	0,45%
<b>Importaciones</b>	28.259	32.353	36.046	36.709	38.851	40.072	41,80%	3,15%
<b>Saldo comercial</b>	-4.360	-7.427	-8.950	-7.437	-8.238	-9.322	113,77%	13,15%
<b>Tasa de cobertura</b>	84,57%	77,05%	75,17%	79,74%	78,80%	76,74%	-9,26%	-2,61%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

Gráfico 1. Evolución de la balanza comercial español con Alemania. Datos en millones de euros.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

### 3. Análisis de las importaciones de Alemania

#### 3.1 Importaciones de Alemania

Alemania se destaca por ser uno de los países con mayor volumen de importaciones a nivel mundial. Las importaciones alemanas han aumentado en un 19,25 % durante los últimos cinco años, superando la barrera del billón de euros en 2017 (actualmente 1,1 billones).

Como se observa en la tabla y gráfico siguientes, las importaciones han experimentado un crecimiento sostenido y significativo a lo largo del periodo de estudio. Asimismo, la tasa de importaciones se ha incrementado en un 4,91 % con respecto a las cifras registradas en el ejercicio anterior.

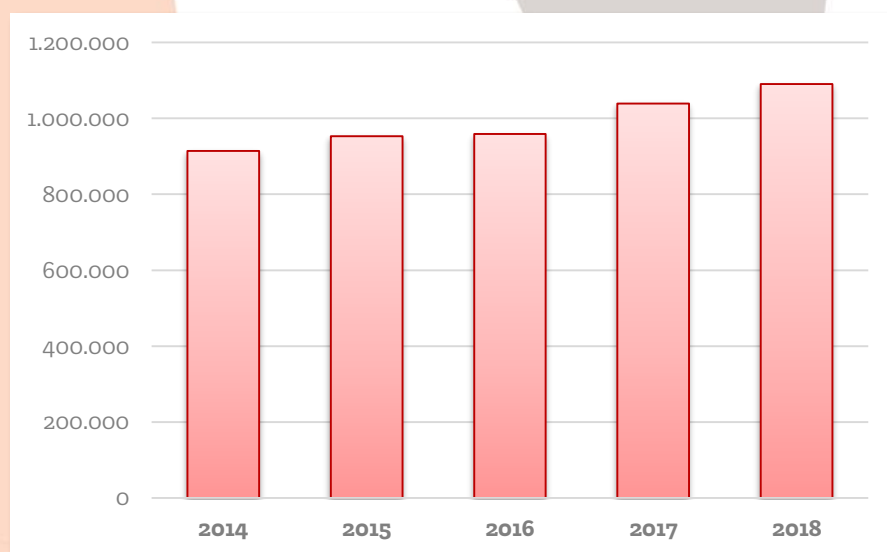
*“Las importaciones de Alemania han aumentado en un 19,25% en el último lustro, caracterizándose por un crecimiento fuerte y sostenido”*

Tabla 3. Evolución de las importaciones alemanas, Datos en millones de euros.

	2014	2015	2016	2017	2018	Var. 2014/18	Var. 2017/18
<b>Importaciones totales</b>	914.017	952.812	958.384	1.038.885	1.089.945	19,25%	4,91%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Trademap.

Gráfico 2. Evolución de las importaciones de Alemania. Datos en millones de euros.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Trademap.

**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

**Principales sectores/productos importados**

De cara al análisis de los principales sectores importados por Alemania, se observa que los aparatos mecánicos y eléctricos son los que más cuota copan (13 % y 12 % respectivamente), seguidos del sector de la automoción (10 %) y los combustibles minerales (9 %). Por otro lado, los productos farmacéuticos y químicos, así como el plástico, también representan una cuota significativa, pues en conjunto suponen un 12% sobre el total de importaciones.

Como se comentaba anteriormente, las importaciones alemanas han registrado un crecimiento significativo en el transcurso del último lustro, pues así lo muestran también las tasas de variación de los principales sectores, siendo la más alta la de productos químicos (+52,38 %), mientras que por el lado negativo solo destaca el descenso de los combustibles minerales (-12,14 %), no obstante, en el último ejercicio ha logrado repuntar obteniendo una tasa positiva.

*“Alemania importa principalmente aparatos mecánicos y eléctricos, automóviles y combustibles minerales. Asimismo, los productos farmacéuticos y químicos suponen cuotas importantes”*

Tabla 4. Principales grupos de productos importados por Alemania. Datos en millones de euros.

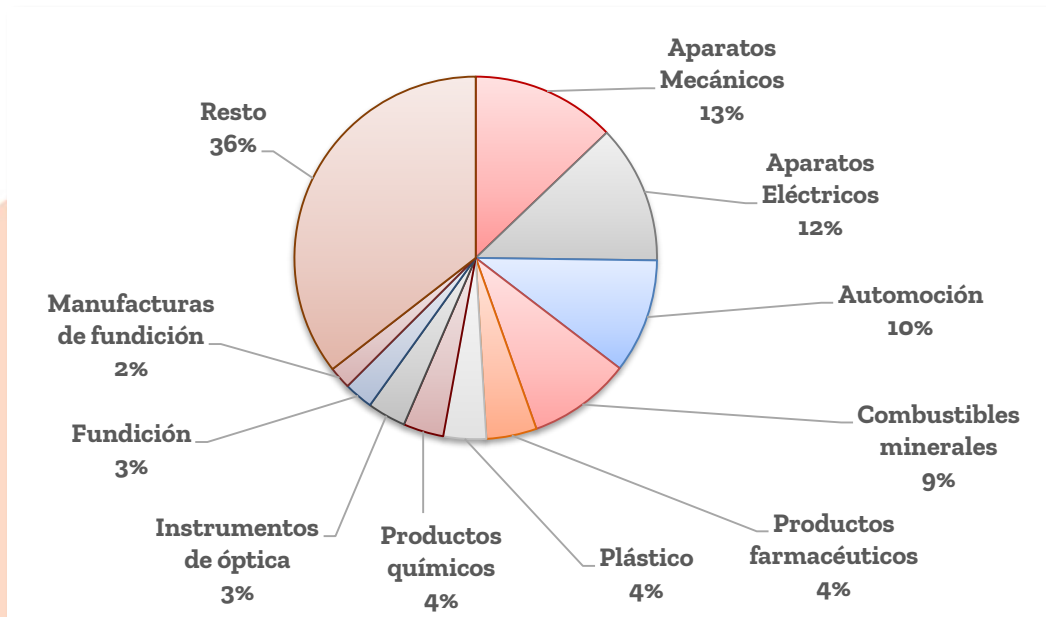
	2014	2015	2016	2017	2018	Var. 14/18	Var. 17/18
<b>Aparatos Mecánicos</b>	113.494	120.977	123.608	133.044	140.142	23,48%	5,34%
<b>Aparatos Eléctricos</b>	101.930	113.374	119.327	130.389	134.713	32,16%	3,32%
<b>Automoción</b>	78.951	90.353	100.560	110.270	111.035	40,64%	0,69%
<b>Combustibles minerales</b>	113.637	89.861	70.880	85.045	99.837	-12,14%	17,39%
<b>Productos farmacéuticos</b>	37.084	41.147	44.361	47.811	49.039	32,24%	2,57%
<b>Plástico</b>	33.686	35.458	36.416	39.362	41.527	23,27%	5,50%
<b>Productos químicos</b>	25.792	28.324	27.463	30.370	39.302	52,38%	29,41%
<b>Instrumentos de óptica</b>	29.208	33.101	34.548	35.929	37.460	28,25%	4,26%
<b>Fundición</b>	22.901	22.509	20.820	25.635	28.213	23,20%	10,06%
<b>Manufacturas de fundición</b>	17.864	18.574	19.101	20.688	21.671	21,31%	4,75%
<b>Resto</b>	339.467	359.129	361.294	380.337	387.001	14,00%	1,75%
<b>TOTAL</b>	914.017	952.812	958.384	1.038.885	1.089.944	19,25%	4,91%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Trademap.



**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

Gráfico 3. Cuota de importación de cada grupo de productos importados por Alemania. Año 2018.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Trademap.

**Principales proveedores de Alemania**

China se configura como el principal proveedor de Alemania con un 10 % sobre el total de las importaciones, seguido por Países Bajos (8 %) y Francia (6 %). En cuarto lugar y muy cerca de las cifras de Francia, se encuentra Estados Unidos, también con una cuota del 6 %. Por su parte, España, se posiciona como el 12º proveedor de Alemania representando un 3 % de la cuota de total de importación, la cual ha crecido en los últimos cinco años en un 31,21 % y un 3,23 % con respecto al año anterior.

Dentro de los países europeos, Polonia ha sido el país cuyas exportaciones a Alemania más han crecido, con una tasa de variación de casi el 40 % entre 2014 y 2018. Asimismo, España es el segundo país europeo con mayor crecimiento de las exportaciones a Alemania. Por el contrario, Reino Unido y Francia han registrado leves descensos durante el mismo periodo.

*“China, Países Bajos y Francia son los principales proveedores de Alemania. En cuanto a España, este se posiciona en 12ª posición”*

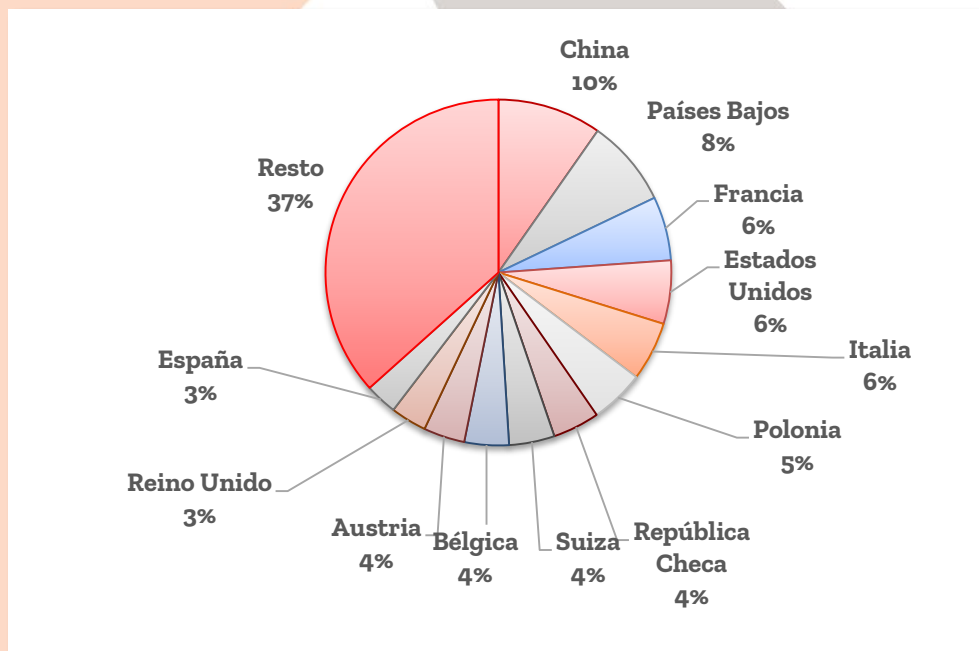
**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

Tabla 5. Principales proveedores de Alemania. Datos en millones de euros.

	Rk	2018	Var. 2014/18	Var. 2017/18
<b>China</b>	<b>1</b>	106.049	31,02%	4,30%
<b>Países Bajos</b>	<b>2</b>	89.006	1,36%	5,56%
<b>Francia</b>	<b>3</b>	65.169	-2,29%	0,88%
<b>Estados Unidos</b>	<b>4</b>	64.578	28,59%	2,80%
<b>Italia</b>	<b>5</b>	60.243	24,19%	8,54%
<b>Polonia</b>	<b>6</b>	55.138	39,00%	8,95%
<b>República Checa</b>	<b>7</b>	47.681	29,62%	3,66%
<b>Suiza</b>	<b>8</b>	46.389	14,77%	-0,39%
<b>Bélgica</b>	<b>9</b>	45.319	14,77%	14,44%
<b>Austria</b>	<b>10</b>	42.004	16,39%	3,56%
<b>Reino Unido</b>	<b>11</b>	36.693	-4,66%	0,21%
<b>España</b>	<b>12</b>	32.519	31,21%	3,23%
<b>Resto</b>		399.156	23,15%	6,78%
<b>TOTAL</b>		1.089.944	19,25%	5,33%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Trademap.

Gráfico 4. Principales países proveedores de Alemania. 2018.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Trademap

## 4. Exportación española y gallega a Alemania

### 4.1. Exportación española al mercado objetivo

Como se mencionaba anteriormente, las exportaciones españolas al mercado alemán han presentado un crecimiento continuo a lo largo de los últimos cinco años, en concreto, han presentado una tasa de variación del 23,36 % suponiendo un valor de más de 30 mil millones de euros.

Dentro de estas exportaciones, el sector automovilístico desempeña un papel importante, pues junto a los equipos de automoción copa una cuota de mercado del 34 %. Por otro lado, los productos químicos se configuran como el tercer sector en importancia representando un 11 % sobre el total exportado. Asimismo, por el lado agroalimentario, las frutas frescas y congeladas seguidas de las hortalizas, se posicionan como el cuarto y el quinto producto más exportado por parte de España, copando en conjunto un 12 %.

En general, todos los sectores han crecido a lo largo del periodo de estudio, siendo especialmente destacable el aumento que han e las exportaciones españolas de aeronaves.

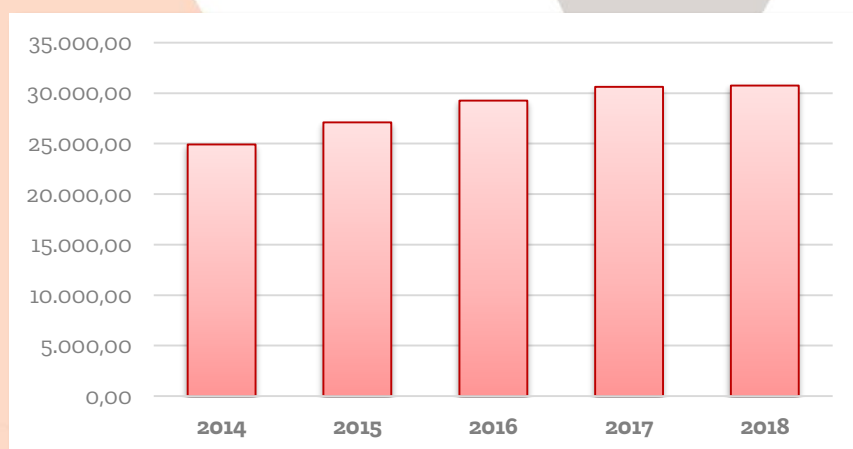
*“Las exportaciones españolas a Alemania han aumentado en un 23,36 % en el último lustro, siendo el sector automovilístico el principal exportado, seguido de los productos químicos, las frutas y hortalizas”*

Tabla 6. Exportaciones españolas a Alemania. Datos en millones de euros.

	2014	2015	2016	2017	2018	Var. 2014/18	Var. 2017/18
<b>Exportaciones totales</b>	24.927,09	27.096,48	29.272,71	30.611,96	30.750,63	23,36%	0,45%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

Gráfico 5. Evolución de las exportaciones españolas a Alemania. Datos en millones de euros.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom)

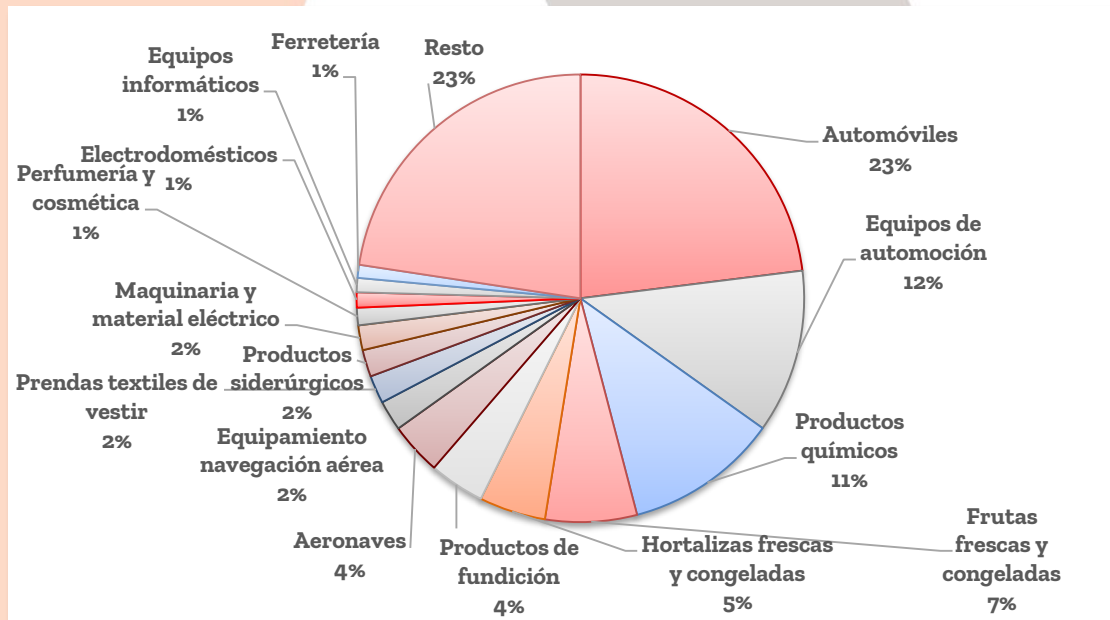
**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

Tabla 7. Exportaciones españolas a Alemania por sectores. Datos en millones de euros.

	2018	Var. 2014/18	Var. 2017/18
<b>Automóviles</b>	7.080,72	24,91%	0,50%
<b>Equipos de automoción</b>	3.636,74	8,85%	-1,78%
<b>Productos químicos</b>	3.403,18	22,35%	1,78%
<b>Frutas frescas y congeladas</b>	2.035,16	38,27%	4,48%
<b>Hortalizas frescas y congeladas</b>	1.475,79	25,92%	-1,94%
<b>Productos de fundición</b>	1.230,51	34,65%	9,11%
<b>Aeronaves</b>	1.164,38	246697,73%	11,54%
<b>Equipamiento navegación aérea</b>	672,26	6,40%	-18,97%
<b>Prendas textiles de vestir</b>	621,08	11,24%	-6,45%
<b>Productos siderúrgicos</b>	597,74	-1,84%	10,90%
<b>Maquinaria y material eléctrico</b>	551,13	23,02%	3,38%
<b>Perfumería y cosmética</b>	388,87	48,22%	34,47%
<b>Electrodomésticos</b>	337,29	21,57%	3,12%
<b>Equipos informáticos</b>	317,24	22,22%	-22,40%
<b>Ferretería</b>	289,05	24,85%	8,77%
<b>Resto</b>	6.949,47	10,32%	-1,26%
<b>Total</b>	30.750,63	23,36%	0,45%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom)

Gráfico 6. Principales exportaciones españolas a Alemania. Año 2018.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

**4.2. Exportación gallega al mercado objetivo**

De cara a las exportaciones gallegas al mercado alemán, se observa que estas también han aumentado en los últimos cinco años, registrando una tasa de variación de 57,83 %. Sin embargo, como se muestra en la tabla y gráfico siguientes, en el último ejercicio se han visto ligeramente reducidas, con un descenso del 2,36 %.

Las prendas de vestir se posicionan como el principal sector gallego exportado hacia Alemania, representando una cuota de 28 % sobre el total. Por otro lado, el sector automovilístico, junto a los equipos de automoción, vuelve a desempeñar un papel importante, pues en conjunto suponen el 29 % de las exportaciones gallegas al mercado alemán.

Además, cabe señalar el importante crecimiento registrado por parte de las exportaciones del sector automovilístico durante el periodo de estudio, siendo la tipología de producto con mayor tasa de variación.

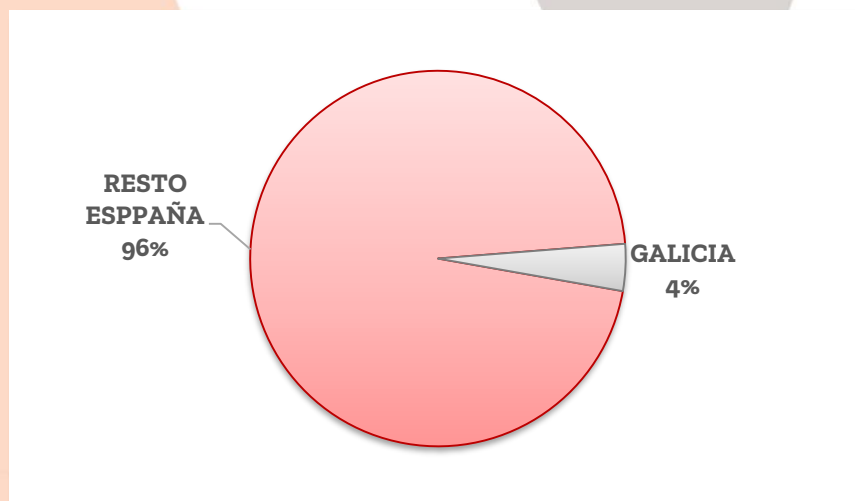
*“El sector de las prendas de vestir y el automovilístico son los más importantes dentro de las exportaciones gallegas al mercado alemán”*

Tabla 8. Exportaciones gallegas y españolas a Alemania. Datos en millones de euros.

	2014	2015	2016	2017	2018	Var. 2014/18	Var. 2017/18
<b>ESPAÑA</b>	24.927,09	27.096,48	29.272,71	30.611,96	30.750,63	23,36%	0,45%
<b>GALICIA</b>	817,94	999,27	1.404,44	1.322,18	1.290,98	57,83%	-2,36%
<b>%GAL/ESP</b>	3,28%	3,69%	4,80%	4,32%	4,20%	27,94%	-2,80%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

Gráfico 7. Cuota de las exportaciones gallegas a Alemania dentro del total de España. Año 2018.

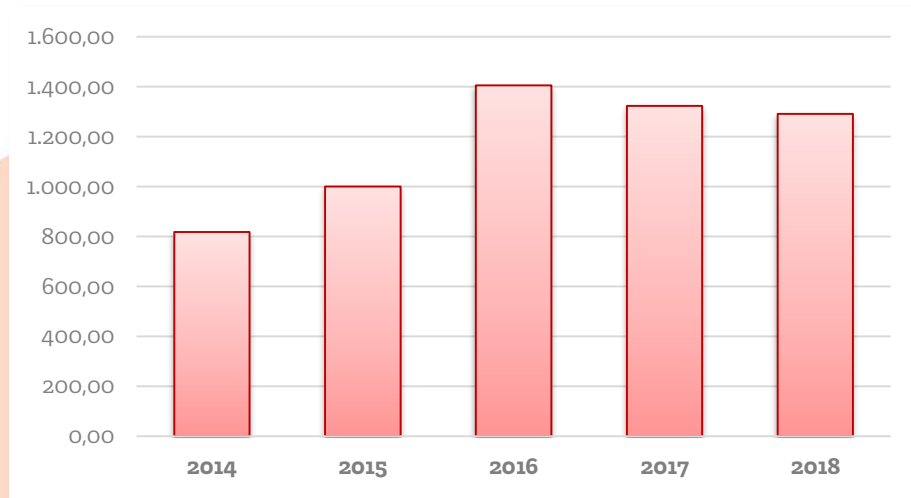


Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).



**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

Gráfico 8. Evolución de las exportaciones gallegas a Alemania. Datos en millones de euros.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

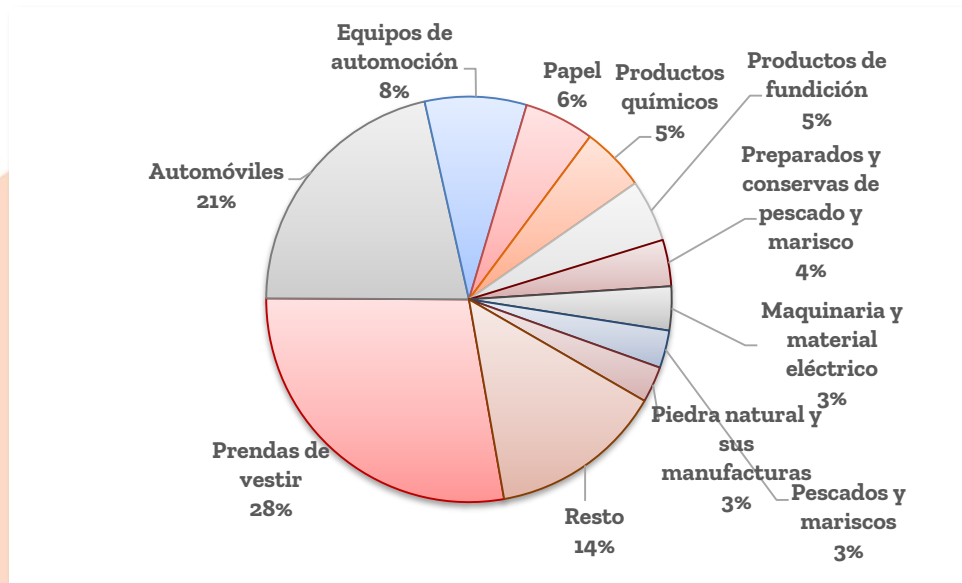
Tabla 9. Exportaciones gallegas a Alemania por sector. Datos en millones de euros.

	2018	Var. 2014/18	Var. 2017/18
<b>Prendas de vestir</b>	359,63	49,12%	-17,04%
<b>Automóviles</b>	276,38	2808,55%	32,68%
<b>Equipos de automoción</b>	104,70	17,62%	-13,94%
<b>Papel</b>	72,12	61,89%	42,66%
<b>Productos químicos</b>	66,08	30,98%	-12,88%
<b>Productos de fundición</b>	64,05	3,89%	-0,44%
<b>Preparados y conservas de pescado y marisco</b>	47,83	61,66%	45,69%
<b>Maquinaria y material eléctrico</b>	45,17	219,70%	251,79%
<b>Pescados y mariscos</b>	38,74	69,90%	-5,84%
<b>Piedra natural y sus manufacturas</b>	37,14	-16,47%	-8,51%
<b>Resto</b>	179,14	-14,95%	-25,54%
<b>Total</b>	1.290,98	57,83%	-2,36%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

Gráfico 9. Principales exportaciones gallegas a Alemania. Año 2018.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

## **5. Tendencias de consumo**

Alemania es la cuarta economía mundial y la más grande de Europa. Con una población de 82 millones de habitantes, el país constituye el mayor mercado de consumidores de Europa en tamaño, que además se caracterizan por tener un elevado poder adquisitivo.

Con un PIB per cápita de más de 40 mil euros, los consumidores alemanes gozan de un nivel de vida elevado y al mismo tiempo, tienden cada vez más a optimizar sus recursos. Compran tanto productos de descuento como de marca, según las oportunidades disponibles, siendo determinantes los factores precio y calidad.

*“Alemania es el mayor mercado de Europa en tamaño, con un poder adquisitivo por encima de la media europea, donde los factores precio y calidad son determinantes a la hora de adquirir productos”*

Alemania es también un mercado en el que se valora la protección del medio ambiente, la biodiversidad y el desarrollo sostenible, en el que los consumidores se preocupan cada vez más del impacto medioambiental de los productos que compran. Así pues, el público alemán apoya y busca aquellos productos que hayan sido cultivados y/o elaborados bajo medidas que no dañen y resguarden el bienestar del medio ambiente y los ecosistemas propios de cada país, los llamados productos "durables" o "verdes". Del mismo modo, se trata de una comunidad preocupada porque no exista una relación de abuso entre los productores y los consumidores, especialmente con respecto a productos provenientes de países subdesarrollados o en vías de desarrollo.

Asimismo, las compras por catálogo y por Internet están aumentando cada vez más entre los consumidores alemanes, pues casi el 90 % de la población posee una conexión a Internet donde las compras en línea suben constantemente.

El factor clave en el sector de la alimentación es la relación calidad-precio. Como se ha comentado anteriormente, el consumidor alemán se inclina hacia productos de buena calidad a precios razonables. No obstante, es un consumidor de alto poder adquisitivo y sofisticado, preocupado por tener buena salud y calidad de vida ya que la población está envejeciendo, siendo la edad media de 47,1 años. Este hecho genera un aumento de la demanda de productos relacionados con este segmento de la población.

*“El consumidor alemán busca productos que cuenten con una buena relación calidad-precio, pues además de buscar calidad a precio razonable, se preocupa por su salud y calidad de vida”*

Por otro lado, Alemania se configura como el mercado orgánico más importante de la región europea, ejerciendo una gran prominencia en el sector de la alimentación en donde la selección de productos es muy diversa y de gran calidad.

## **6. Oportunidades comerciales y de inversión para empresas gallegas en Alemania**

Como ya se ha destacado anteriormente, Alemania es la cuarta potencia económica mundial y absorbe el 8 % del comercio mundial. Cuenta con más de 82 millones de habitantes y tiene una renta per cápita elevada por lo que se presenta como un mercado de oportunidad.

Berlín es la capital con 4.399.542 habitantes. Por su parte, Frankfurt es la cuarta ciudad en tamaño con 2.533.311 habitantes, pero funciona como una de los principales centros financieros del país y del mundo. Allí tienen sede algunos de los principales bancos alemanes (Bundesbank y el Banco Central europeo).

El mercado alemán es uno de los principales destinos de las ventas al exterior de las empresas españolas. El número de compañías españolas que comercializaron sus productos en Alemania en 2018 fue de 13.499, mientras que el número de empresas gallegas ascendió en ese mismo año a 496, aumentando en un 5,31 % en comparación con un lustro atrás. Además, se prevé que la inminente salida de Reino Unido de la Unión Europea incremente la importancia de Alemania en la UE en los próximos años.

Alemania tiene un mercado segmentado y competitivo, por lo que para poder acceder es necesario contar con una oferta de productos de calidad y garantía de servicio.

### **6.1. Oportunidades comerciales**

#### **Sector agroalimentario**

- **Pescados y mariscos:** su popularidad ha aumentado con el paso de los años y forma parte de la dieta básica del consumidor alemán. Alemania es uno de los países que vende más productos certificados MSC (Marine Stewardship Council) y el mercado ha mostrado interés por el pescado BIO. Asimismo, las exportaciones gallegas de pescado y marisco han crecido significativamente en los últimos años, llegando a representar el 65 % de las exportaciones totales españolas. No obstante, se aprecia que la demanda por tipo de producto es más limitada que en España.
- **Frutas y hortalizas:** la demanda de estos productos sigue creciendo en el mercado alemán y la producción no es capaz de cubrirla por lo que cada vez deben importar más frutas y hortalizas de otros países. Los consumidores tienen preferencia por los productos orgánicos y España es uno de sus principales proveedores en este segmento.

## Alemania:

### Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

- **Productos bio y ecológicos:** Alemania es el primer consumidor europeo de productos ecológicos, biológicos y orgánicos y el segundo mundial, siendo tan solo superado por USA. En los últimos años, la demanda de alimentos y bebidas ecológicas en Alemania ha aumentado de forma constante, siendo los principales productos consumidos: el pan, los huevos, el queso, los procesados cárnicos y la leche. Se considera por tanto, que las empresas gallegas tienen una oportunidad de negocio dentro de este segmento, por ser grandes productoras de estos bienes.
- **Vino:** a pesar de ser famoso por su consumo de cerveza, Alemania también es un país productor, exportador, importador y consumidor de vino. En términos totales, el país germano ocupa el 4º puesto mundial en el ranking de los principales consumidores, siendo tan solo superado por USA, Francia e Italia. En los últimos años, tanto el consumo como la importación de vino de Alemania ha aumentado de forma generalizada. Dentro de las oportunidades de negocio para este tipo de producto, se encuentran los vinos con DO Rías Baixas, en la que se encuentra recogido el famoso vino Albariño. Además, también se considera que los vinos ecológicos y bio tienen potencial en el mercado germano, por ser este un sector que se encuentra en pleno auge.
- **Cerveza:** en los últimos 5 años la exportación de cerveza gallega a Alemania ha crecido en más de un 288 % y, actualmente, supone casi el 25 % de las exportaciones nacionales. La principal representante de este sector en el país teutón es Hijos de Rivera, con su cerveza Estrella Galicia, que actualmente ya está presente en el mercado alemán y es la cerveza que se encuentra en la mayor parte de los bares y restaurantes españoles del país. Además, la presencia de este producto en el mercado, ayuda a la creación de la marca Galicia en el país, haciendo que el consumidor local asocie Galicia a un producto de calidad.
- **Lácteos:** las importaciones alemanas de lácteos han crecido cerca de un 100 % en los últimos 5 años. En la actualidad, Galicia acapara el 40 % de la producción láctea española. La suma de estos dos factores hace que el sector lácteo se considere un sector de oportunidad para las empresas gallegas de este producto.

*"Dentro del sector agroalimentario, el pescado y el marisco, así como las frutas y hortalizas son los sectores que mayores oportunidades comerciales presentan"*

### Sector industrial

Derivado de la demanda del mercado alemán para exportar productos terminados. Subcontratan empresas que puedan suministrarles productos industriales con precios competitivos, garantías de calidad y de suministro. Prefieren países de la Unión Europea



## **Alemania:** **Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

con tradición industrial que puedan ofrecerles ventajas frente a empresas de otras áreas geográficas, con otros estándares y fluctuaciones en el tipo de cambio.

### **Sector naval**

De acuerdo con los últimos datos registrados, existe una tendencia positiva del sector naval, que poco a poco se va recuperando tras varios años de crisis. La industria naval española está muy orientada a la exportación, de hecho, el 85 % de la producción en 2017 fue para clientes extranjero. Dentro de los principales socios comerciales para el sector naval gallego destaca la exportación a Argentina, las Malvinas y Namibia. No obstante, cabe destacar el aumento de las exportaciones del naval gallego a Alemania, que se posiciona como 9º principal comprador, con un crecimiento del 90 % en el último año.

Además, la inversión en energías renovables del Gobierno de Alemania, también ha ayudado al naval gallego y español a repuntar, convirtiéndolo en un sector de oportunidad para las empresas gallegas y sus auxiliares. Un ejemplo de oportunidad, es el parque eólico marino Wikinger, situado en Mecklemburgo-Pomerania, para el que la empresa ferrolana Navantia ha fabricado 29 jackets en los últimos años.

### **Construcción**

El bajo nivel de los tipos de interés y la buena situación del empleo han dado un impulso al sector de la construcción en los últimos años y se está asistiendo a un boom de la actividad constructora, especialmente en ciudades grandes como Berlín. El Plan Federal de Caminos (Bundesverkehrswegeplan 2030) impulsado por el gobierno contempla inversiones en mantenimiento, ampliaciones y obras nuevas en las infraestructuras del país por valor de 269.000 millones de euros hasta 2030.

Dado el frecuente recurso de las empresas alemanas a la subcontratación este impulso puede ser una oportunidad para las empresas proveedoras de materiales y maquinaria de construcción.

### **Energías renovables**

Alemania es un país líder en la implantación de energías renovables. En los últimos años, el país teutón ha puesto en marcha numerosas medidas con el objetivo de disminuir su dependencia de los combustibles fósiles. Paralelamente, el Gobierno se ha fijado también el objetivo de desmantelar progresivamente las plantas nucleares del país.

Como consecuencia de esto, el año pasado, Alemania ya consiguió producir más energía de fuentes renovables que con carbón y otros combustibles fósiles y ahora el gobierno está centrado en su conseguir su siguiente objetivo de energía limpia al 65 % para 2030.

Por todo lo comentado, las energías renovables suponen una oportunidad de inversión y negocio en Alemania para las empresas españolas y gallegas. Especialmente para las empresas fabricantes de partes y componentes relacionados con la energía eólica.

**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

**Servicios**

- Debido a la actual evolución de la pirámide de población y al fenómeno del envejecimiento poblacional se espera un aumento de la demanda de servicios relacionados con la asistencia a la tercera edad.
- El aumento de la conciencia medioambiental potenciará un aumento de los servicios relacionados con sectores como la gestión del agua, de residuos, la reducción de emisiones y el reciclaje.

**6.2. Oportunidades de inversión**

**Energías renovables**

La sustitución de la energía nuclear por otras energías renovables, especialmente la energía eólica va a suponer un estímulo para todas las inversiones que contribuyan a facilitar el ahorro energético y asegurar un suministro eléctrico fiable y sostenible. Ingenierías y empresas de consultoría especializadas en sectores como la energía eólica pueden encontrar oportunidades tanto en la renovación del parque de aerogeneradores como en futuros proyectos on-shore y off-shore.

**Infraestructuras de transporte**

El Plan Federal de Caminos (Bundesverkehrswegeplan 2030) puede suponer también nuevas oportunidades con inversiones previstas hasta el año 2030 por importe de unos 269 mil millones de euros.

**Telecomunicaciones**

La empresa alemana de telecomunicaciones Deutsche Telekom quiere poner a la venta sus antenas de telefonía móvil, donde los ingresos esperados ascenderían a 5.000 millones de euros.

*“Los sectores de la inversión española en Alemania se presenta variado, comprendiéndose especialmente entre las energías renovables, las infraestructuras de transporte y las telecomunicaciones”*

## 7. Métodos de entrada

Al ser miembros de la Unión Europea, España y Alemania están dentro del Mercado Común, quedando exentos de obstáculos comerciales. Por tanto, existe libre circulación de mercancías y alimentos sin barreras arancelarias, administrativas ni técnicas entre los dos países. No obstante, las indicaciones obligatorias del etiquetado deben figurar en alemán y las empresas españolas deben tener en cuenta la nueva ley de etiquetado en Alemania, mucho más exigente que la que había hasta el momento.

*“Entre España y Alemania existe libre circulación de mercancías, personas y servicios y no existen barreras arancelarias, administrativas ni técnicas”*

Como se ha comentado anteriormente, el mercado alemán es el más importante de Europa, tanto por tamaño como por valores. En él, prima la calidad del producto y la garantía de los servicios. Para comercializar en el mercado alemán, el producto debe pasar por un primer nivel donde existen diversas alternativas:

- Importador: normalmente se especializan en un producto o grupo de productos y por lo general pueden distribuir a todo el país.
- Mayorista: el cual provee de ciertos productos a hipermercados, supermercados y pequeños comercios.
- Agentes y distribuidores: la mayor parte de productos importados dependen de los agentes de importación y distribución para acceder al mercado alemán.

Por otro lado, en un segundo nivel, aparece el comercio minorista organizado, el cual está estructurado en centrales de compra que normalmente consisten en plataformas de logística o almacenes de productos desde donde se redistribuye la mercancía.

En último lugar y en tercer nivel se encuentra el comercio minorista tradicional de establecimientos especializados u orientados al sector gourmet.

### Importador

- Son conocedores del mercado y pueden distribuir a todo el país.

### Mayorista

- Proveen a los grandes hipermercados, supermercados y pequeños comercios.

### Agentes y distribuidores

- Los agentes efectúan los pedidos de mercancías y firman los documentos de los exportadores que representan.

**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

**Comercio minorista organizado**

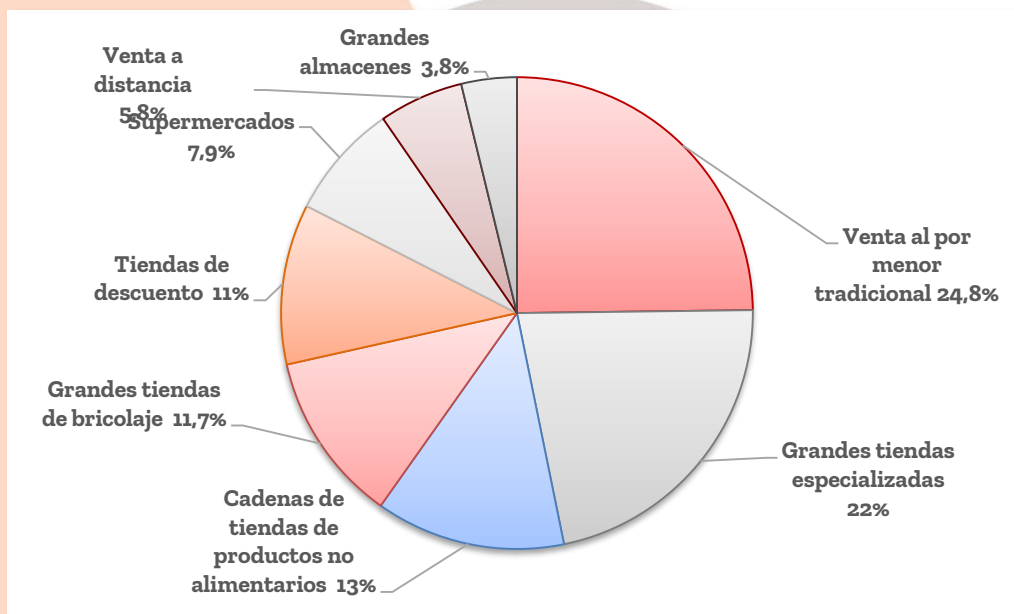
- Plataformas logísticas o almacenes de productos.

**Comercio minorista tradicional**

- Establecimientos especializados o sector gourmet.

La distribución en Alemania está dominada por los grandes grupos de distribución, los cuales cuentan con sus propias subcadenas como hipermercados, supermercados, discounter, etc., siendo los más importantes Rewe, Edeka y Metro. No obstante, el aumento de establecimientos de descuento como Aldi o Lidl ha generado el 40 % de las ventas totales de alimentos.

Gráfico 10. Principales canales de distribución en Alemania.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Santander Trade.

## **8. Entorno legal y fiscal**

Alemania cuenta con un marco legal y fiscal adecuado y estable para la apertura de negocios y para el establecimiento de nuevas relaciones comerciales con empresas de este origen.

Los inversores consideran Alemania como un país seguro para negocios e inversiones, entre otras razones por su mano de obra altamente cualificada y motivada. Asimismo, ofrece un sistema legal conocido por su eficiencia y fiabilidad. No hay restricciones para las compañías extranjeras en cuanto a la posibilidad de elección entre una gran diversidad de formas legales para crear y organizar su negocio en Alemania.

La principal fuente de ley es "das Grundgesetz", conocida como la ley fundamental o la Constitución de 1949. El marco jurídico de los negocios es equiparable al de otros países de la OCDE, donde los residentes extranjeros reciben el mismo trato que los ciudadanos nativos en materia judicial.

*"Alemania cuenta con un entorno legal y fiscal adecuado y estable tanto para la apertura de negocios como para el establecimiento de relaciones comerciales"*

### **Constitución de sociedades**

Los principales tipos de sociedades en Alemania son:

- **Sociedad Limitada (Gesellschaft mit beschränkter Haftung - GmbH).** En Alemania cabe la posibilidad de constituir una Sociedad Limitada con un único socio, sea persona física o persona jurídica. La sociedad tiene la obligación de presentar al Registro Mercantil una lista de socios, actualizándola cada ejercicio o cuando se produce una transmisión de participaciones sociales.
- **Sociedad Anónima (Aktiengesellschaft - AG).** Entidad jurídicamente autónoma en la que los accionistas participan en el capital social sin asumir ningún riesgo personal por encima del capital suscrito.
- **Sociedades Personalistas.** Dentro de estas se destacan la Compañía Colectiva y la Sociedad Comanditaria como las más frecuentes.
  - **Compañía Colectiva (Offene Handelsgesellschaft - OHG).** Es un tipo de empresa regulada por el Código de Comercio alemán. Sus socios responden de las deudas de la empresa con su propio patrimonio personal, ofreciendo de este modo una alta fiabilidad a los acreedores. La creación de una OHG no está sometida a ningún requisito formal y no requiere para su



## Alemania:

### Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

constitución un capital mínimo obligatorio. Aun así, se recomienda su constitución en documento escrito. Se inscribe en el Registro Mercantil.

- **Sociedad Comanditaria (Kommanditgesellschaft -KG).** Al igual que la anterior, es un tipo de sociedad cuya regulación está sometida al Código de Comercio alemán, la diferencia radica en que sus socios se distinguen entre socios generales y socios limitados. Los primeros gozan de autoridad para tomar todo tipo de decisiones, mientras que los segundos proporcionan solamente financiación y participan en los beneficios.

*“El tipo de sociedad más frecuente en la constitución de empresas en Alemania es la Sociedad Limitada”*

### Contratación de personal

La norma básica sobre contratos de trabajo es el Código Civil (arts. 611 y ss.), que en principio concede una gran libertad a las partes. No obstante, en Alemania no existe una norma general del tipo del Estatuto de los Trabajadores español.

En cuanto a los contratos de trabajo, estos han sido tradicionalmente de carácter indefinido, con un periodo de prueba de tres a seis meses. Otra modalidad muy común de Alemania es la del contrato de aprendizaje o formación (Auszubildende, o tradicionalmente Azubi). El contrato a tiempo parcial y temporal también se utiliza generalmente.

La jornada de trabajo oscila entre las 37 y las 40 horas semanales, y las vacaciones entre 25 y 30 días laborables al año, a los que hay que añadir de 11 a 14 días festivos según los Estados Federados. En caso de enfermedad, el empresario debe abonar el salario durante las seis semanas siguientes al inicio de la baja. Con posterioridad el salario es satisfecho por la Seguridad Social.

De cara al salario, en 2015 entró en vigor en Alemania por vez primera un salario mínimo con carácter general, que desde enero de 2017 pasó a ser 8,84 euros/hora. Sin embargo, los empresarios alemanes pagaron en promedio 34,5€ por hora trabajada en el año 2017 (sumando salario bruto y cotizaciones sociales). Por otro lado, en cuanto al sistema de la Seguridad Social de Alemania, las cotizaciones sociales se componen del Seguro Sanitario (14,6 %), el Seguro de desempleo (3 %), el Seguro de jubilación (18,7 %) el Seguro de Asistencia social (2,35 %), que conforman en total el 38,65 % del salario bruto.

### Principales impuestos

El año fiscal alemán dura 12 meses. La competencia legislativa en materia de impuestos corresponde casi exclusivamente a la Federación. Sin embargo, la recaudación corresponde

**Alemania:**  
**Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta**

a las Oficinas de Finanzas de los Estados federados y sólo en pocos supuestos a las Oficinas federales.

En cuanto a la tasa de impuestos para sociedades extranjeras, no existe distinción entre las empresas alemanas o españolas. Una empresa puede ser imponible en Alemania desde el momento en el que es administrada o que está inscrita en el país.

Existe un Convenio para evitar la doble imposición entre España y Alemania, dicho Convenio puede consultarse en la página web del Ministerio de Hacienda en: [http://www.minhfp.gob.es/esES/Normativa%20y%20doctrina/Normativa/CDI/Paginas/CDI\\_Alfa.aspx](http://www.minhfp.gob.es/esES/Normativa%20y%20doctrina/Normativa/CDI/Paginas/CDI_Alfa.aspx)

A continuación, aparecen los tipos impositivos de los principales impuestos que han de satisfacer las empresas (sin tener en cuenta los preceptos del Convenio firmado entre España y Alemania para evitar la doble imposición).

*Tabla 10. Principales impuestos de Alemania.*

<b>Tipo de impuesto</b>	<b>Tasa impositiva</b>
Impuesto sobre la renta de las personas	14% - 45%
Impuesto sobre el valor añadido (IVA)	19%*
Impuesto sobre sociedades	15%
Recargo de solidaridad	5,5%
Impuesto sobre sucesiones	7% - 50%

\*Se aplica una tasa reducida del 7% a alimentos, transporte público, libros y revistas, hoteles y entretenimiento, así como a otros productos y servicios de consumo cotidiano.

Fuente: Portal Santander Trade e ICEX.

## **9. Cultura de negocios en Alemania. Criterios para hacer negocios**

Alemania se ha convertido en el mercado más importante de Europa, llegando a ser un aliado comercial de vital importancia para numerosos países de todo el mundo y actuando como el principal motor económico de la actual Unión Europea.

No obstante, la calidad y las características de los productos no es lo único que se debe tener en cuenta para acceder a un mercado de tales características, sino que también hay que conocer la cultura y las pautas sociales que se deben tener en cuenta para comenzar una relación comercial con empresas de este país.

- Puntualidad y formalidad. Estos conceptos son muy apreciados por los alemanes y denotan respeto y seriedad en los negocios. No está bien visto cancelar una reunión a última hora o incumplir los plazos de un envío. Además, los compromisos adquiridos verbalmente son igual de valiosos que los que se realizan por escrito.
- Idioma. Es recomendable saber alemán, aunque el inglés es ampliamente hablado por la mayoría de empresarios. Las tarjetas de visita deben estar en alemán al menos por una cara.
- Saludos. En un ambiente de negocios se saluda con un apretón de manos. Asimismo, los alemanes dan mucha importancia a los títulos profesionales de las personas. Por lo que es recomendable decir *Herr/Frau* (señor/señora) seguido del título de la persona y después el apellido. No se recomienda tutear, para hablar de manera cordial se utiliza el pronombre *Sie* (usted).
- Vestuario. Siempre formal y acorde a la ocasión. Para los hombres se recomienda traje, corbata y zapatos. Para las mujeres sastre con chaqueta y tacones.
- Reuniones. La persona con mayor cargo de la empresa es quien presentará a los demás miembros asistentes a la reunión. Al comienzo de la misma, se hace el intercambio de tarjetas. Aunque los alemanes no son dados a las conversaciones informales, suelen hacer algunas preguntas acerca de cómo fue el viaje antes de tratar los temas de negocios. No obstante, se aconseja evitar preguntas personales, pues les resulta incómodo. Los empresarios alemanes son muy directos y esperan lo mismo de la contraparte.
- Días festivos y horarios de apertura. El sábado y el domingo no se trabaja. Los viernes por la tarde, las empresas suelen cerrar sobre las 15-16 h.

*“Los empresarios alemanes se caracterizan por su puntualidad, cordialidad y claridad a la hora de hacer negocios con socios internacionales”*

Informe elaborado por OPERA GLOBAL BUSINESS.

## 10. Contactos de interés

- Embajada de España en Berlín
- Tlf. +49 (0) 30 254 0070
- Web: <http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/Berlin/es/home>
  
- Cancillería
- Tlf: +49 (0) 30 254 007 123
  
- Oficina de información
- Tlf: + 49 (0) 30 254 007 215
- Web: <http://www.info-spanischebotschaft.de>
  
- Cámara Oficial Española de Comercio en Alemania
- Tlf: +49 (0) 69 247 043 79
- Web: <http://www.coeca.de>
  
- Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf
- Tlf: +49 (211) 493660
- Web: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-superior/nuestras-oficinas/ofecomesberlin.html?idPais=DE>
  
- Oficina Económica y Comercial de España en Berlín
- Tlf: +49 30 229 21 34
- Web: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-superior/nuestras-oficinas/ofecomesberlin.html?idPais=DE>

