

# **SITUACIÓN ECONÓMICA Y OPORTUNIDADES EMPRESARIALES EN ALEMANIA**

**DÍA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE NAVARRA**

**MARIO BUISÁN**  
**Consejero económico comercial**  
**Berlin (Alemania)**

3 de Noviembre de 2020

## índice

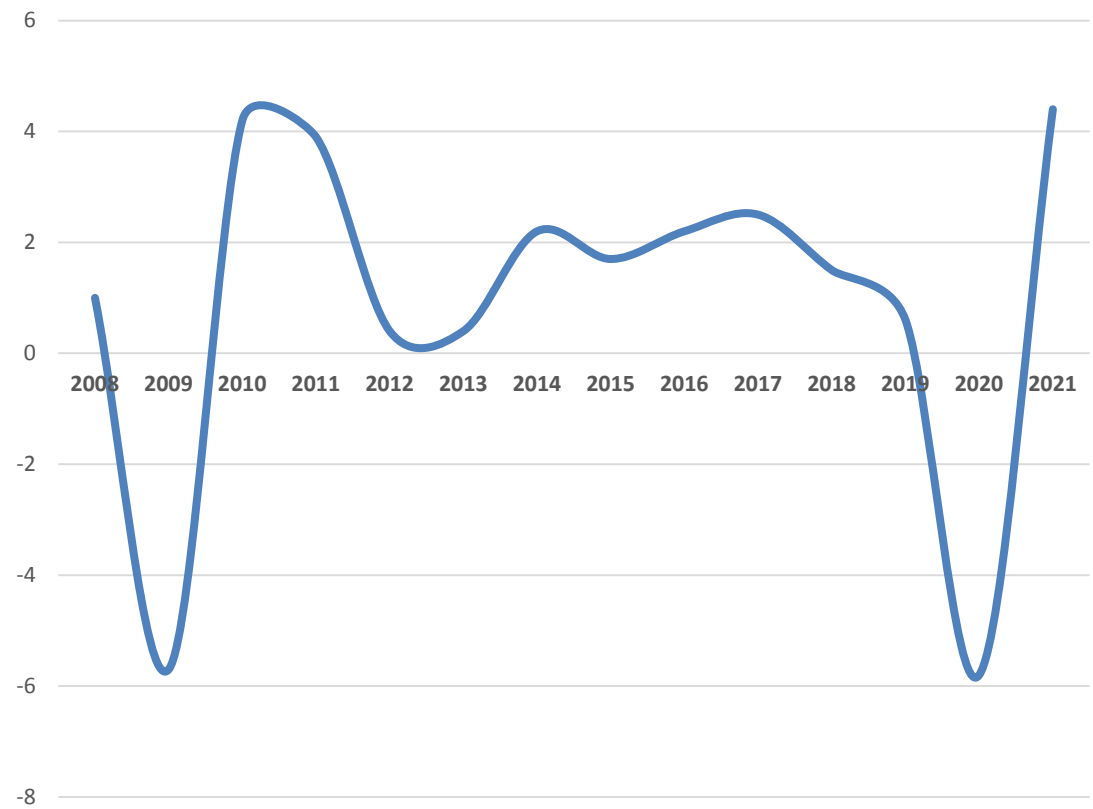
- 1) Evolución del PIB y de la economía
- 2) Programas de Reactivación económica
- 3) Impacto del Coronavirus
- 4) Oportunidades sectoriales para las empresas españolas
- 5) Resumen y conclusiones

# EVOLUCIÓN DEL PIB

- El Gobierno espera una recesión del 5,8% en 2020.
- Recuperación fuerte en 2021 (+4,4%).
- Sería una recuperación parecida a una “V”, como la que ocurrió en 2010.
- Predicciones similares a las institutos y organismos multilaterales.

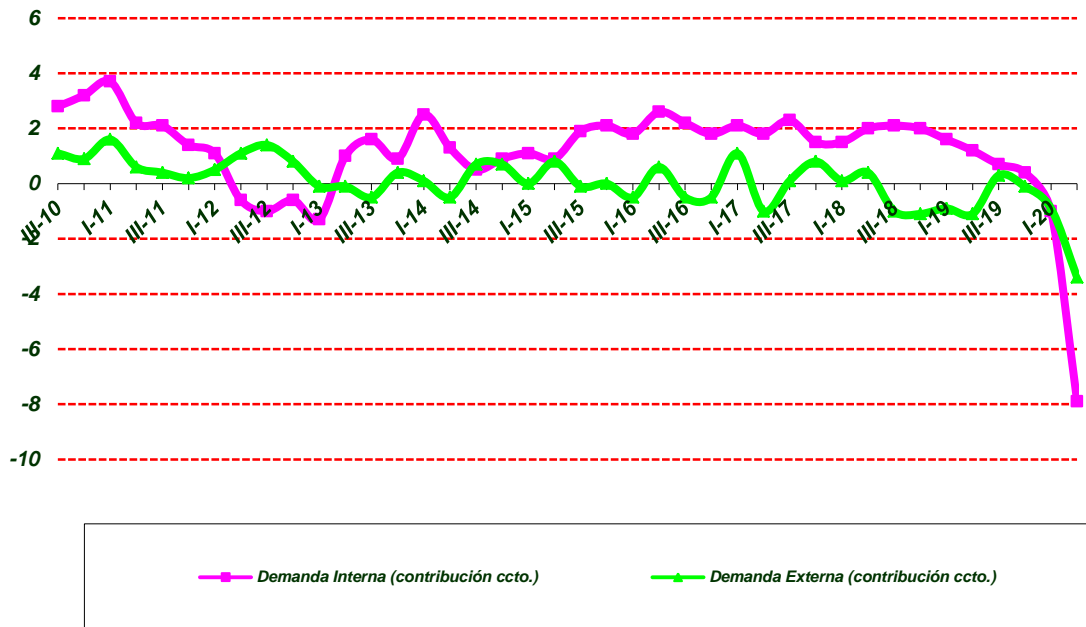
PIB alemán. 2008-2021. Tasas de crecimiento interanual.

Fuente: Destatis



# DEMANDA INTERNA Y EXTERNA

## Evolución Trimestral del PIB, demanda interna y externa. Contribución al Crecimiento. 2010-2020



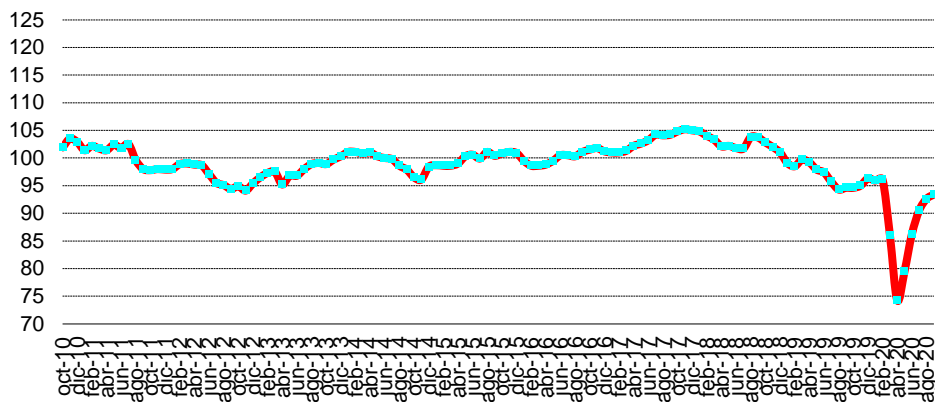
Fuente: Statistisches Bundesamt

- Tercer país exportador del mundo.
- Gran dependencia de la coyuntura internacional.
- Desde 2015 es más importante la contribución de la demanda interna al crecimiento.

# INDICADORES DE CONFIANZA

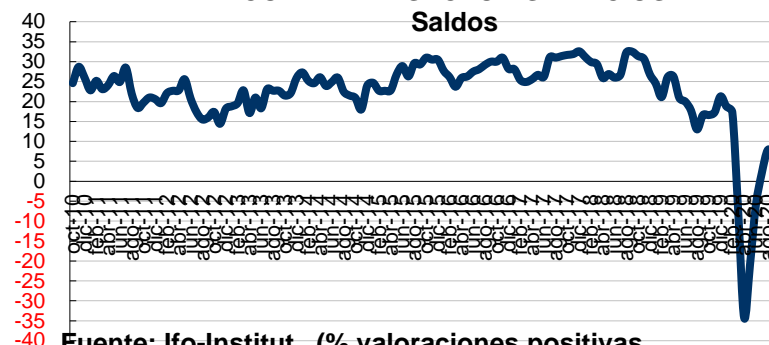
- Caída histórica en los indicadores de confianza empresarial y del consumo.
- Pero también rápida recuperación, aunque se ha atenuado algo en septiembre y octubre

## CLIMA ECONÓMICO



Fuente: Ifo-Institut

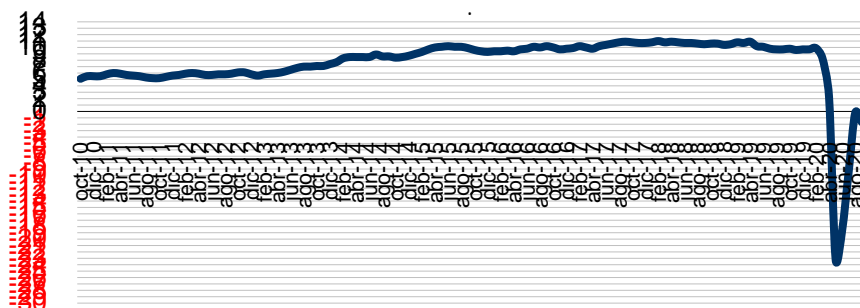
## CONFIANZA SECTOR SERVICIOS



Fuente: Ifo-Institut (% valoraciones positivas menos % valoraciones negativas)

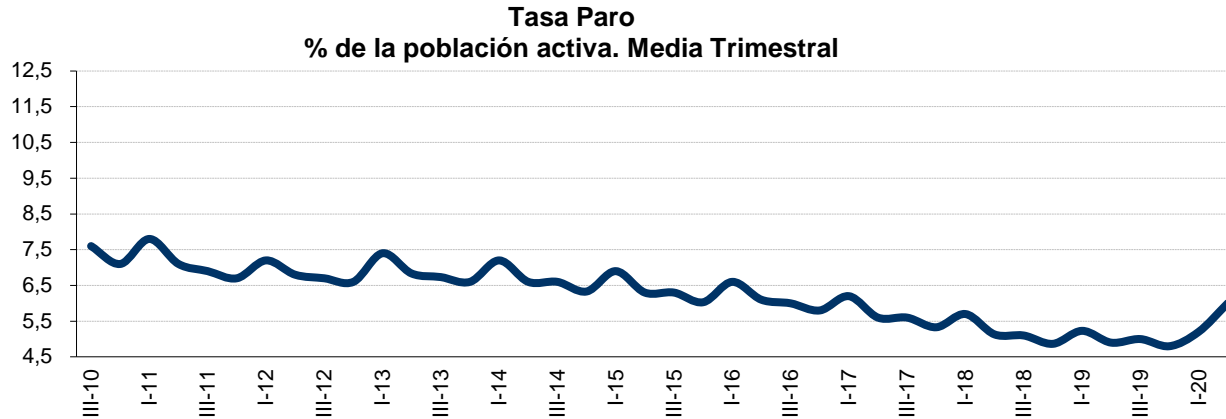
## INDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Promedio multianual = 0



Fuente: GfK

# MERCADO DE TRABAJO



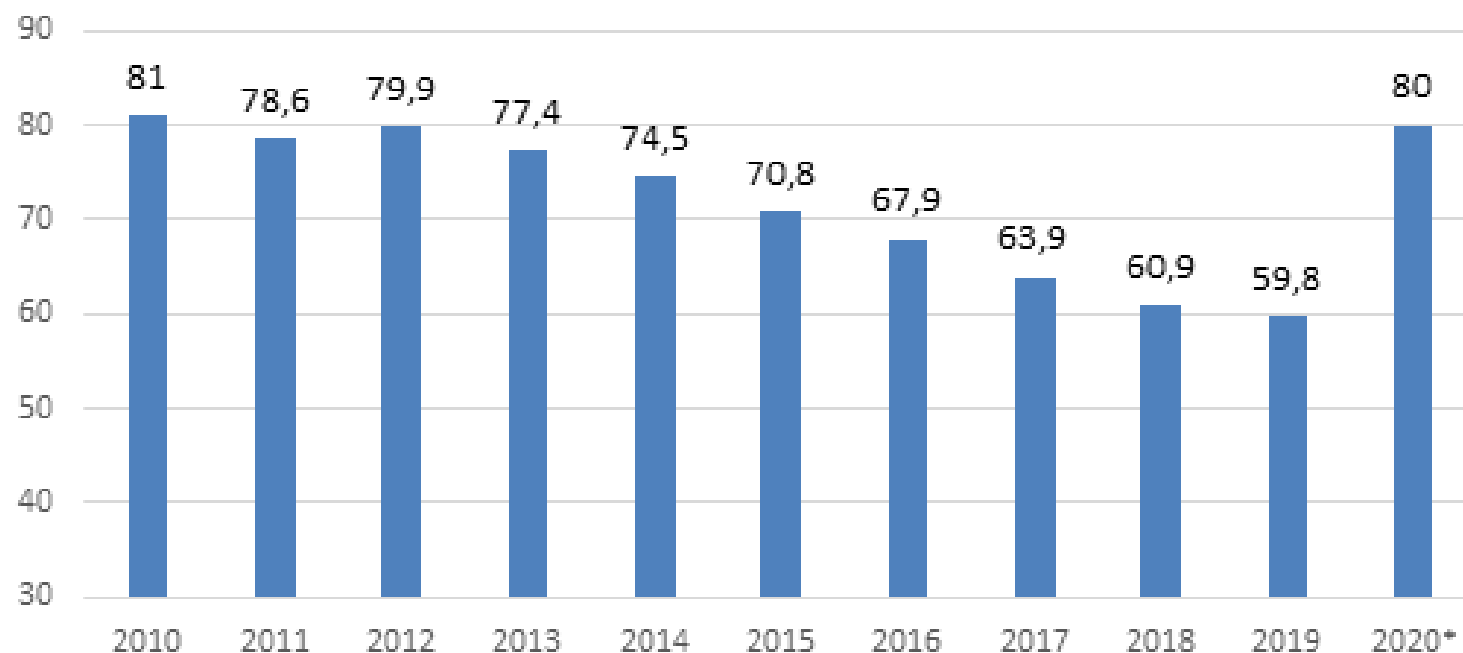
Fuente: Destatis

- Aumento de la tasa de paro en abril y mayo
- Aun así la tasa está en el 6,2%
- El mecanismo de “paro parcial” permite mantener estable el mercado de trabajo y la capacidad adquisitiva.

# DEUDA PÚBLICA

Deuda pública alemana. % respecto al PIB. 2010-  
2020. Fuente: Bundesbank

\*Previsión



# PROGRAMAS DE CHOQUE Y COYUNTURA

Alemania ha aprobado **dos programas**:

- **De “Choque”**: marzo 2020; 1.3 billones €
- **De “Coyuntura”**: junio 2020, 130 millardos €



# PROGRAMA DE CHOQUE



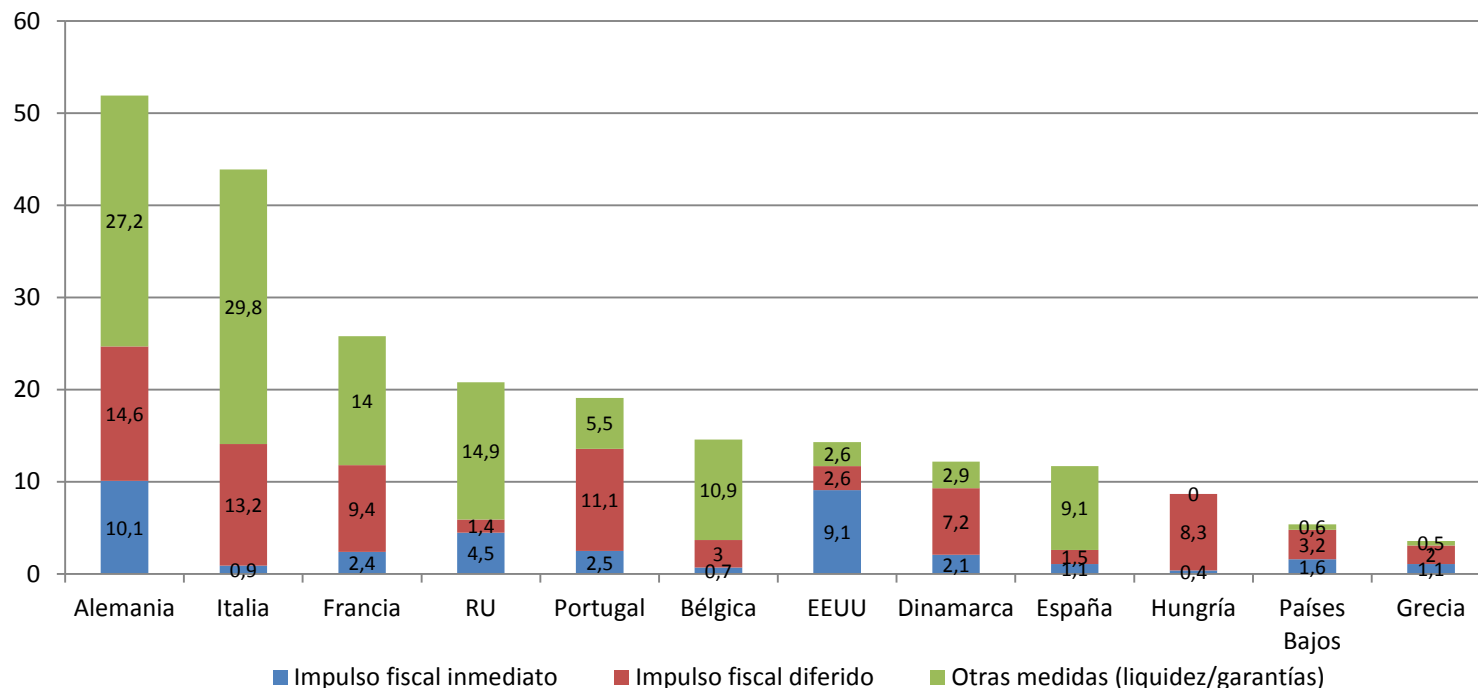
- Principales medidas:
  - **Fondo de estabilización económica** concede avales e inyecciones de capital por valor de hasta 600 millardos €. Aumenta el aval del Estado para que el banco público KfW conceda créditos a pymes por un importe potencial de hasta 1,07 billones €
  - **Subvención a la liquidez de microempresas** – hasta 10 trabajadores – de hasta 15.000 € en 3 meses.
  - Ampliación de las prestaciones por “paro parcial”- **Kurzarbeit** – y del subsidio de paro.
  - Programas similares de las **regiones** – *Länder*-

# COMPARACIÓN INTERNACIONAL

Alemania es el país que ha aprobado un programa de coyuntura de gran magnitud: **51% en relación al PIB** y el volumen de las medidas equivale al **47% de las aprobadas en toda la eurozona**

## Planes nacionales de coyuntura Corona.

% respecto al PIB. Fuente: Instituto Bruegel



# PROGRAMA DE COYUNTURA



❖ **Medidas temporales** para aliviar a empresas, particulares e instituciones afectadas:

- Reducción temporal IVA (20 millardos €)
- Subvención cuota energías renovables (11 millardos €)
- Subvenciones a empresas del sector turismo, viajes y otros sectores gravemente afectados por el Corona (25 millardos €)
- Subvenciones a ayuntamientos (12,4 millardos €)

❖ **“Paquete de futuro”** que busca fomentar nuevas tecnologías y combatir cambio climático:

- Electromovilidad (7,9 millardos €)
- Hidrógeno (9 millardos €)
- Digitalización y telecomunicaciones (21 millardos €)

# EL MERCADO ALEMÁN OFRECE OPORTUNIDADES EN EL ESCENARIO POST-COVID19



- Ha aprobado el programa de expansión más grande de la UE (Choque + Coyuntura)
- Mayor margen fiscal: reducido nivel de deuda y superávit público pre-covid
- Menor caída del PIB por estructura sectorial y corto confinamiento



**Los efectos de la crisis en Alemania serán menores que en el resto de países**

- Mayor importancia de la demanda interna y menor de la demanda externa: ¿Cambio de modelo de crecimiento?

# IMPACTO DEL CORONAVIRUS



- Aceleración de tendencias
- Impulso a todo lo Digital
- Reorganización de las cadenas de valor
- Menos Globalización: Aumento del proteccionismo y Bilateralismo

# OPORTUNIDADES SECTORIALES PARA LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS



- ❖ **Oportunidades en muchos sectores pero en función del impacto del Corona puede distinguirse entre:**
  - a) **Los que se han visto y se verán favorecidos por el Corona:** digitalización, sector salud, bienes agroalimentarios, subcontratación industrial
  - b) **Los que ya eran interesantes anteriormente:** telecomunicaciones, infraestructuras, energía, medioambiente, Automóvil (innovaciones)

# REORGANIZACIÓN CADENAS DE VALOR



Búsqueda Nuevos Proveedores: **el 59% de las empresas** industriales busca **proveedores de países UE** (Estudio DIHK)

## ❖ AUTOMOCIÓN

▪**Situación:** Necesidad de adaptación a la legislación medioambiental, (más necesaria por la elevada cuota de vehículos del segmento medio y alto) y digitalización.

▪**Oportunidades:** Innovaciones tecnológicas:

○**Coche eléctrico:** la implantación del coche eléctrico puede tener un gran impacto para suministradores de partes y componentes.

○**Digitalización:** cada vez mayor importancia de las soluciones de software.

○El gran reto del futuro es el **coche autónomo**, pero por ahora la industria alemana parece estar relativamente atrasada (sobre todo infraestructuras)

## ❖ AERONÁUTICO

## ❖ ROBÓTICA, FABRICACIÓN ADITIVA, 3D

# TELECOMUNICACIONES



## ■ Alemania atrasada en:

– **Infraestructura de telecomunicaciones:** poca implantación de cable de fibra de vidrio y de telefonía de banda ancha.

– **Telefonía móvil** comparativamente deficiente

– Escasa implantación de **tecnología digital en la administración pública.**

– Servicios de **nube y plataformas**

## ■ Ciberseguridad



# ENERGÍA



## SITUACIÓN:

- Definitivo **cese de la energía nuclear** en el año 2022 y **descarbonización** de la economía alemana para el año 2038
- **Energía eólica** del Mar del Norte y del Báltico
- Estrategia nacional del **hidrógeno**

## OPORTUNIDADES:

- Necesidad **obras de infraestructura**: 3.000 km de cableado de tensión continua
- Renovación y ampliación del **parque eólico**, sobre todo *offshore*
- Economía alternativa para **regiones afectadas por cierre de minas y centrales térmicas**
- **Tecnologías del hidrógeno**: infraestructura de transporte

# MEDIO AMBIENTE



## SITUACIÓN:

- Voluntad de **reducir emisiones de CO2** en un 55%
- **Paquete climático** aprobado en septiembre 2019:
  - Implantación del comercio de emisiones en el transporte y en la vivienda.
  - Desgravación fiscal al saneamiento energético de edificios
- Reducción del volumen de **residuos y desechos**

## OPORTUNIDADES:

- Saneamiento **energético de edificios**
- Necesidad de intensificar actividades de **recogida y reciclaje de residuos**
- Infraestructuras **sector Agua**
- Necesidad de contadores, reguladores y en general **mecanismos de control y de ahorro**

# INFRAESTRUCTURAS



- **Obra pública:** gran necesidad de inversión en infraestructura de transporte y comunicaciones:
  - ✓ En **infraestructura ferroviaria** la empresa pública Deutsche Bahn prevé inversión en mantenimiento por valor de 86 millardos € hasta 2030
  - ✓ **Plan Federal de Caminos** – *Bundesverkehrswegeplan* – 2015-2030 prevé inversiones por valor de 269 millardos €:
    - 95 millardos € en ampliación y obra nueva
    - 174 millardos € en mantenimiento
- **Construcción Residencial**

# PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS



- La pandemia ha provocado el **aumento de la compra de productos agroalimentarios en los supermercados**. A ello ha contribuido también el cierre de **restaurantes**. En particular destaca:
  - Gran aumento de la demanda de **alimentos en conserva**: conservas de pescado, conservas vegetales han experimentado incrementos de + 70 % u +80%.
  - Incremento de la demanda de **arroz**.
- La tendencia observada hacia la **alimentación ecológica y vegetariana/vegana, alimentos de producción regional**, productos sostenibles y saludables en general, puede recibir un impulso adicional si la situación actual se prolonga.
- Pero al mismo tiempo **el consumidor podría adaptarse aumentando sus compras en el canal de descuento** en detrimento de la adquisición de productos de mayor precio por una mayor calidad o valor añadido.

# VINO Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS

## (I)



La pandemia ha **modificado las pautas de consumo y la estructura de los canales de distribución:**

- El comercio minorista especializado ha permanecido abierto pero ha sufrido por la parte del suministro a la gastronomía. **El gran ganador es el operador de comercio especializado online de vino:** se registran subidas del 50% al 70%
- Como oportunidad de negocio, las bodegas deberían de **colaborar con sus distribuidores en sus actividades de promoción punto de venta online e incentivar la utilización de plataformas de comercio electrónico** dado el incremento de “consumo en casa” vs. “consumo en gastronomía”

# VINO Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS

## (II)



- **Canal comercio minorista de alimentación:**
  - El volumen de ventas de vinos y bebidas alcohólicas ha crecido durante las primeras semanas destacando **las cervezas (+ 13%) y los espirituosos (+12%); los vinos y espumosos (+5%)**
  - El canal constituye una oportunidad para empresas, sobre todo con producción de grandes volúmenes.
- **Canal Horeca:**
  - **No se prevé rápida recuperación** del consumo directamente “en el restaurante”
  - Han surgido **fórmulas de venta online de menús que incluyen vino**, suministro a domicilio o recogida en restaurante, etc
  - Oportunidad para las bodegas: **cooperar con los distribuidores especializados de la restauración** para colaborar en promociones de venta a domicilio o recogida que incluyan vinos españoles.

# CÓMO ABORDAR EL MERCADO ALEMÁN: OFECOMES



- Desaparición (temporal) de instrumentos tradicionales: Ferias, Eventos, Misiones, Jornadas técnicas,...
- ¿Qué puede hacer la empresa?
  - **Servicios Personalizados de la Oficina económica y comercial**
  - **Nuevos instrumentos:** Webinars, Mercados electrónicos (B2B y B2C)

# CONCLUSIONES



- 1) En el actual escenario **Alemania** debe ser un **objetivo fundamental de la empresa y la inversión española**: crisis más leve y recuperación más rápida
- 2) **Cambio modelo de crecimiento**: de “hacia afuera” a “hacia dentro”
- 3) **Oportunidades** en sectores favorecidos por la covid-19 además de aquellos donde ya existían
- 4) Utilice los **nuevos instrumentos de introducción** en el mercado, donde lo digital cobra especial importancia
- 5) **La Ofecomes Berlin y Düsseldorf** pueden ser su socio ideal en su internacionalización en Alemania:  
**SS.PP**





berlin@comercio.mineco.es  
dusseldorf@comercio.mineco.es

**¡MUCHAS GRACIAS!**