

## GUÍA PAÍS

# Alemania 2016

## ■ ANTECEDENTES BÁSICOS

### 1. CAPITAL Y DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA DEL PAÍS

Capital	Berlín
Organización territorial	La República Federal de Alemania está formada por dieciséis Estados Federados o <i>Länder</i> (Baden-Wurtemberg, Baviera, Berlín, Brandeburgo, Bremen, Hamburgo, Hesse, Mecklemburgo-Pomerania Occidental, Baja Sajonia, Renania del Norte-Westfalia, Renania-Palatinado, Sarre, Sajonia, Sajonia-Anhalt, Schleswig-Holstein y Turingia).
Acuerdos Transnacionales	Alemania fue miembro fundador de la Comunidad Europea en 1957 y es actual miembro de la Unión Europea.  Pertenece, además, a la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), al Consejo de Estados del Mar Báltico (CBSS), a la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE), a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), al grupo G-7 y al Consejo de Europa (COE)

### 2. POBLACIÓN, CRECIMIENTO Y ESTRUCTURA ETARIA

Alemania es el país más poblado de Europa. A principios del año 2016, su población está estimada en 81,2<sup>1</sup> millones de habitantes. Éstos están asentados en 357.376 km<sup>2</sup>. La distribución poblacional en el territorio es bastante irregular como refleja en la tabla de la siguiente página. Con sus aproximadamente 227 habitantes por km<sup>2</sup>, Alemania es uno de los países más densamente poblados de Europa.

Con respecto a su estructura demográfica, la tasa de natalidad alemana está entre las más bajas del mundo con 8,5 nacimientos por cada mil habitantes<sup>2</sup>. Así mismo, las mujeres tienden a tener sus

<sup>1</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>2</sup> Fuente: CIA World Factbook, 2016

primeros hijos tardíamente, en promedio a los 29,5 años. La natalidad media para el año 2015 se calculó cercana a los 1,47 hijos por mujer<sup>3</sup>.

La distribución de la población de Alemania se publica sobre la base del último censo, realizado en 2011.

Estado	Población (en millones de habitantes)	Densidad Poblacional (habitantes/km <sup>2</sup> )
Renania del Norte-Westfalia	17,6	517
Baviera	12,7	180
Baden-Wurttemberg	10,7	300
Baja Sajonia	7,8	164
Hesse	6,1	289
Sajonia	4,1	220
Renania-Palatinado (Rheinland-Pfalz)	4,0	202
Berlín*	3,5	3 891
Schleswig-Holstein	2,8	179
Brandenburgo	2,5	83
Sajonia-Anhalt	2,2	109
Turingia	2,2	133
Hamburgo*	1,8	2.334
Mecklemburgo-Pomerania Occidental	1,6	69
Sarre (Saarland)	0,99	385
Bremen *	0,66	1 578
<b>Total país</b>	<b>~81,2</b>	<b>227</b>

\* Berlín, Hamburgo y Bremen son ciudades y a la vez Estados Federados.

Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt), 2016

El déficit de natalidad se ha compensado con un intenso flujo inmigratorio (el 9,3% de la población es de origen extranjero<sup>4</sup>). Desde el año 2012 se calcula un pequeño aumento en la población<sup>5</sup>. Esto se debe principalmente a la inmigración de habitantes de los países adheridos a la UE en el año 2004, donde en 2011 se les otorgó libertad de trabajo dentro de la región. A partir de entonces se estima que más de 2.800 personas en promedio mensual provienen de estos países, de los cuales la gran mayoría viene desde Polonia, Rumania y Bulgaria y desde la crisis financiera también de España.

Respecto de su estructura etaria, el 24% de la población tiene menos de 25 años, el 55% entre 25 y 64 y el 21% más de 65 años. La esperanza de vida es de 77,8 años para los hombres y de 82,8 para las mujeres. Para el año 2030, las proyecciones de la ONU indican que el 28% de la población tendrá más de

<sup>3</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>4</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>5</sup> Fuente: Statista, 2016

65 años, cifra unos 5 puntos encima del 23,1% proyectado para el conjunto de los países de la Unión Europea.<sup>6</sup>

### 3. DESEMPLEO

La tasa de desempleo en Alemania disminuyó durante el último año. En enero del 2016 se tuvo una tasa de desempleo de 6,7%. En mayo de ese mismo año la tasa de desempleo bajó a un 6,0%.<sup>7</sup>

En cuanto a la distribución por género, durante el año 2015 el desempleo fue mayor para hombres que para mujeres. En el primer caso la cifra representó un 6,6% mientras que en el segundo un 6,2%. Ahora bien, hay que tener en consideración que en promedio, los hombres ganan un 22% más que las mujeres, y que existen más mujeres que no informan su desocupación por hacer trabajos de cuidado y crianza de niños.<sup>8</sup>

Según el desempleo por región, la información registrada es la siguiente:

**Desempleo en Alemania por región**  
Tasa de desempleo en porcentaje de la fuerza de trabajo, 2016

Estados Federados	%
Baviera	3,4
Baden-Wurttemberg	3,7
Renania-Palatinado (Rheinland-Pfalz)	5,0
Hesse	5,2
Baja Sajonia	5,9
Schleswig-Holstein	6,2
Turingia	6,7
Hamburgo	7,0
Sarre (Saarland)	7,2
Sajonia	7,4
Renania del Norte-Westfalia	7,7
Brandenburgo	8,0
Mecklemburgo-Pomerania Occidental	9,5
Sajonia-Anhalt	9,6
Berlín	9,7
Bremen	10,4

Fuente: Portal de Estadísticas Statista, 2016

<sup>6</sup> Fuente: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, 2016

<sup>7</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>8</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

#### 4. SISTEMA DE GOBIERNO / PRESIDENTE Y/O PRIMER MINISTRO

<b>Forma política de Estado</b>	Confederación democrático- parlamentaria
<b>Jefe de Estado</b>	Joachim Gauck (independiente)
<b>Jefe de gobierno</b>	Ángela Merkel (Canciller Federal - CDU)
<b>Coalición de Gobierno</b>	El actual es un gobierno de coalición grande entre la Unión Demócrata Cristiana (CDU) y la Unión Social Cristiana de Baviera (CSU), y el Partido Socialdemócrata de Alemania (SPD).
<b>Poder Legislativo</b>	Bundestag (Cámara Baja con 630 miembros elegidos directamente por los ciudadanos) y Bundesrat (Cámara de Representación de los 16 Estados Federados. Sus 69 miembros son elegidos indirectamente por los gobiernos federales. El número de votos de cada Estado es proporcional a su número de habitantes, pudiendo ir desde los 3 hasta los 5 escaños).

#### 5. RELIGIÓN E IDIOMA

La constitución alemana garantiza la libertad de creencia y de conciencia, y la libertad de confesión religiosa e ideológica así como el libre ejercicio de culto. No existe una iglesia oficial por lo que los órdenes estatales y eclesiásticos funcionan con absoluta independencia.

El 61,8% de la población alemana profesa la fe cristiana. De estos, el 30,15% católicos y el 29,23% protestantes. La población musulmana asciende a casi 5%. El 1,1% de la población pertenece a otras comunidades religiosas. El 33,06% restante declara no profesar ninguna religión<sup>9</sup>.

El idioma oficial de Alemania es el alemán. Pese a la importancia de los dialectos regionales, más del 95% de la población alemana habla el idioma oficial.

#### 6. SUPERFICIE TOTAL / LÍMITES

Alemania ocupa una posición privilegiada en la geopolítica europea. Situado en Europa Central, este país de 357.376 km<sup>2</sup> delimita con nueve países: Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, República Checa y Suiza. La mayor distancia de norte a sur dentro de Alemania es de 876 kilómetros en línea recta, y de oeste a este de 640 kilómetros<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Fuente: Bundeszentrale für politische Bildung: Die Soziale Situation in Deutschland - Religionszugehörigkeit

<sup>10</sup> Fuente: Portal de Alemania - La actualidad de Alemania



Alemania cuenta con una red de carreteras de 230.100 kilómetros de (longitud total); de las cuales las autopistas y autovías representan 12.949 kilómetros, las carreteras nacionales 38.917 kilómetros, las carreteras regionales 86.333 kilómetros y las carreteras comunales 91.950 kilómetros.

El país tiene una red ferroviaria que se extiende a 33.332 kilómetros<sup>11</sup> en total.

---

<sup>11</sup> Fuente: Statista, 2016



## ■ HECHOS SOBRE ALEMANIA

- Las principales ramas industriales de Alemania son la industria automotriz, la ingeniería mecánica, la electrotecnia y la industria química.
- Con un total de seis fabricantes, VW, Audi, BMW, Daimler, Porsche (VW) y Opel (General Motors), Alemania figura, junto a Japón, China y EE.UU., entre los mayores fabricantes de automóviles del mundo.
- 32,08 millones de personas trabajan en el sector servicios<sup>12</sup>.
- Los principales polos económicos de Alemania son la Cuenca del Ruhr (antigua región siderometalúrgica que se está consolidando como localización de la alta tecnología y el sector terciario), las conurbaciones de Múnich y Stuttgart (alta tecnología, fabricación de automóviles), Rin-Neckar (química), Fráncfort del Meno (centro financiero), Colonia y Hamburgo (puerto, fabricación del Airbus, sector mediático).
- La economía alemana debe su perfil a los cerca de 3,6 millones de pequeñas y medianas empresas (99,7%). Se consideran tales, las empresas con una facturación anual inferior a 50 millones de dólares y menos de 500 empleados. Muchas de ellas son exportadoras.
- Las inversiones extranjeras directas, para el año 2015, eran en los 665,9 mil millones de Euros<sup>13</sup>. Entre las principales ventajas comparativas de Alemania destacan su infraestructura (transporte, telecomunicaciones), la calidad de las instituciones de educación superior y los centros de investigación, las actividades de Investigación y Desarrollo, así como la calificación profesional de la mano de obra. Más de tres cuartas partes de los adultos poseen estudios de formación profesional y el 16% tiene un título universitario<sup>14</sup>. Cabe destacar la alta calidad de estudios técnicos y especializados realizados en cooperación con las empresas (educación dual).
- Alemania es uno de los países pioneros en el cambio de modelo energético. La idea surgió en los años ochenta y en el año 2011 el gobierno decidió el abandono de la energía nuclear y su reemplazo por energías renovables no convencionales. Desde entonces, Alemania amplió notablemente el sector de las energías renovables. En 2015, las energías renovables aportaron un 30% a la generación de energía total. Hasta el año 2025, un 40% de la electricidad debe ser generada por energías renovables<sup>15</sup>.

---

<sup>12</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>13</sup> Fuente: Deutsche Bundesbank, 2016

<sup>14</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>15</sup> Fuente: Statista, 2016

- Alemania es el primer país ferial del mundo. Posee 160 ferias comerciales internacionales. Cerca de dos terceras partes de las ferias más importantes de cada sector a nivel mundial se celebran en Alemania<sup>16</sup>.
- Alemania es reconocida a nivel mundial por sus altos estándares de vida. Está ubicado en el sexto puesto mundial del ranking de Desarrollo Humano elaborado por el PNUD para el año 2015. Con sus 0,916 puntos está calificado como un país de Muy Alto Desarrollo Humano<sup>17</sup>.
- Alemania es el segundo productor mundial de lúpulo en el 2016<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Fuente: AUMA, 2016

<sup>17</sup> Fuente: United Nations Development Programme, 2016

<sup>18</sup> Fuente: Barth-Haas Group, 2016



## HECHOS SOBRE LA ECONOMÍA ALEMANA

### 1. EL PRODUCTO INTERNO BRUTO

Alemania es la cuarta economía más grande del mundo después de Estados Unidos, China y Japón<sup>19</sup>. Es, además, con sus 81,2 millones de habitantes, el mercado de mayor tamaño y de mayor peso específico de la Unión Europea. Su producto interno bruto es también el más alto de la región: Para el año 2015 alcanzó un volumen de 3.026,6<sup>20</sup> mil millones de dólares, lo que corresponde al 21% del PIB total de la Unión Europea para el mismo año.

El país posee buenas condiciones para la actividad empresarial, infraestructura muy moderna y un sector de investigación y desarrollo de alto nivel.

El equilibrio en el mercado laboral (nivel de salarios) se basa en autonomía colectiva donde los agentes sociales – sindicatos y empleadores o patronales – negocian los convenios colectivos de forma autónoma. El Estado fija las condiciones generales de trabajo, pero no el nivel de los salarios. Solo desde el 2015, existe un salario mínimo. La asociación que reúne a los sindicatos es la Federación Alemana de Sindicatos (DGB). Los interlocutores de estos son las organizaciones patronales, que están agrupadas en la Confederación de las Asociaciones Patronales Alemanas (BDA). Otras organizaciones empresariales son la Asociación de las Cámaras de Comercio e Industria Alemanas (DIHK) y la Federación de Industrias Alemanas (BDI).<sup>21</sup>

A nivel país, las ventajas comparativas de Alemania se centran en cuatro puntos: infraestructura, impuestos, innovación y nivel de formación. Según los empresarios, Alemania dispone de las mejores infraestructuras del mundo (World Economic Forum). Las tupidas redes de carreteras y vías férreas convierten al país en una importante plataforma del transporte europeo de mercancías. En investigación y desarrollo, Alemania es uno de los países que mayor porcentaje del PIB destina a este ítem. Para el año 2015, aumentó a un 2,9% el gasto en I+D como porcentaje del PIB<sup>22</sup>. Respecto del nivel de formación, el “Made in Germany” es un sello de calidad que convierte a este país en líder del mercado en muchos sectores de la industria y el comercio. Ello es fruto del alto nivel de formación, la elevada productividad y la intensa interconexión entre la industria, la ciencia y la investigación. Alemania posee además excelentes universidades, un alto desarrollo de estudios técnicos relacionados al sector empresarial a través de la educación dual<sup>23</sup>.

La economía alemana se concentra en los bienes y servicios industriales, destacando su orientación hacia los mercados externos. Sus productos gozan de un alto prestigio a nivel internacional.

<sup>19</sup> Fuente: Fondo Monetario Internacional, 2016

<sup>20</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>21</sup> Fuente: Portal de Alemania - La actualidad de Alemania

<sup>22</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>23</sup> Fuente: Centro Alemán de Información para Latinoamérica y España, 2016

Aproximadamente uno de cada cuatro Euros se gana en la exportación y más de uno de cada cinco puestos de trabajo depende directa o indirectamente del comercio exterior. Con un volumen de exportación de 1.195,8 mil millones de Euros 2015<sup>24</sup>, equivalente a más de un tercio del producto nacional bruto, Alemania fue el tercer país exportador de bienes del mundo, superado sólo por China y por los Estados Unidos<sup>25</sup>.

El dinamismo de la economía alemana ha quedado reflejado en su capacidad de recuperación tras la crisis económica que afectó a los mercados mundiales a partir del año 2008. Durante el año 2015, el PIB creció un 1,7% respecto del año anterior<sup>26</sup>. Con esto, no solo se había recuperado la economía alemana, sino que también habían superado los niveles de crecimiento anteriores a la crisis.

De acuerdo con los datos entregados por la Oficina Federal Alemana de Estadísticas (Statistisches Bundesamt), el Producto Interno Bruto para el año 2015 fue de 3.025,9<sup>27</sup> mil millones de Euros, lo que corresponde aproximadamente a 3.414,12 mil millones de dólares<sup>28</sup>. A continuación un desglose con los componentes de éste:

#### Composición del Producto Interno Bruto de Alemania, 2015

Sector Productivo	Porcentaje del Total
Consumo Total	73%
Consumo Privado	54%
Consumo del gobierno	19%
Formación Bruta de Capital Fijo	20%
Maquinarias y equipos	7%
Construcción	10%
Otros productos	4%
Balance comercial	8%
<b>PIB 2015</b>	<b>100%</b>

Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt), 2016

El valor agregado bruto para el año 2015 fue de 2.722,5 mil millones de Euros, lo que corresponde aproximadamente a 3.071,8 mil millones de dólares<sup>29</sup>. Además, se observa que la industria manufacturera, el sector del comercio, hotelería, transporte y los servicios públicos, educación y salud constituyen los sectores más importantes de la economía alemana respecto de las ganancias involucradas<sup>30</sup>:

#### Componentes del Valor Agregado Bruto 2015

Sector Productivo	Porcentaje del Total
Industria manufacturera	26%

<sup>24</sup> Fuente: Statista, 2016

<sup>25</sup> Fuente: CIA World Factbook, 2016

<sup>26</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>27</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>28</sup> Fuente: Utilizando el tipo de cambio del 10 de junio 2016

<sup>29</sup> Fuente: Utilizando el tipo de cambio del 10 de junio 2016

<sup>30</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

Comercio, transporte, hotelería	15%
Servicios públicos, educación, salud	18%
Servicios inmobiliarios	11%
Servicios ofrecidos por empresas	11%
Agricultura	1%
Construcción	5%
Información y comunicación	5%
Servicios financieros	4%
Otros servicios	4%
<b>Total VAB 2015</b>	<b>100%</b>

Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt), 2016

## 2. INFLACIÓN

La inflación promedio del año 2015, medida a partir del Índice de Precios al Consumidor, fue de 0,3%. Durante el primer mes de 2016, el Índice de Precios al Consumidor subió un 0,5% comparado con el mes anterior<sup>31</sup>.

## 3. COMERCIO INTERNACIONAL

En el año 2015, Alemania exportó bienes por un total de 1.195,9 mil millones de Euros e importó por un total de 948,0 mil millones de Euros. De acuerdo a estas cifras, las exportaciones e importaciones alemanas aumentaron en un 6% y un 4% respectivamente con respecto del año 2014<sup>32</sup>. De esta manera, en el año 2015 el balance comercial alcanzó un superávit de 247,9 mil millones de Euros.

### Diez Principales Exportaciones 2015

Nº	Producto	Valor (mil millones de Euros)
1	Vehículos y componentes de automóviles	226,26
2	Máquinas	169,88
3	Productos químicos	108,03
4	Material informático, productos ópticos y electrónicos	97,15
5	Equipaje electrónica	71,91
6	Productos farmacéuticos	70,3
7	Otros vehículos	57,62
8	Metales	50,22
9	Alimentos y Piensos	49,2
10	Plásticos y productos relacionados	41,65

Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt), 2016

<sup>31</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>32</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

### Diez Principales Importaciones 2015

Nº	Producto	Valor (mil millones de euros)
1	Material informático, productos ópticos y electrónicos	102,27
2	Vehículos y componentes de automóviles	97,7
3	Productos químicos	76,3
4	Máquinas	73,37
5	Petróleo y gas	60,82
6	Metales	52,78
7	Equipaje electrónica	52,28
8	Productos farmacéuticos	46,33
9	Alimentos y Piensos	42,82
10	Otros vehículos	37,85

Fuente: Statista, en base a datos del Statistisches Bundesamt, 2016

### Principales Socios Comerciales:

#### Importaciones 2015

Nº	País	Valor (mil millones de Euros)
1	China	91,68
2	Holanda	87,95
3	Francia	66,93
4	Estados Unidos	59,64
5	Italia	49,05

Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt), 2016

#### Exportaciones 2015

Nº	País	Valor (millones de Euros)
1	Estados Unidos	113,99
2	Francia	102,96
3	Reino Unido	89,29
4	Holanda	79,49
5	China	71,39

Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt), 2016

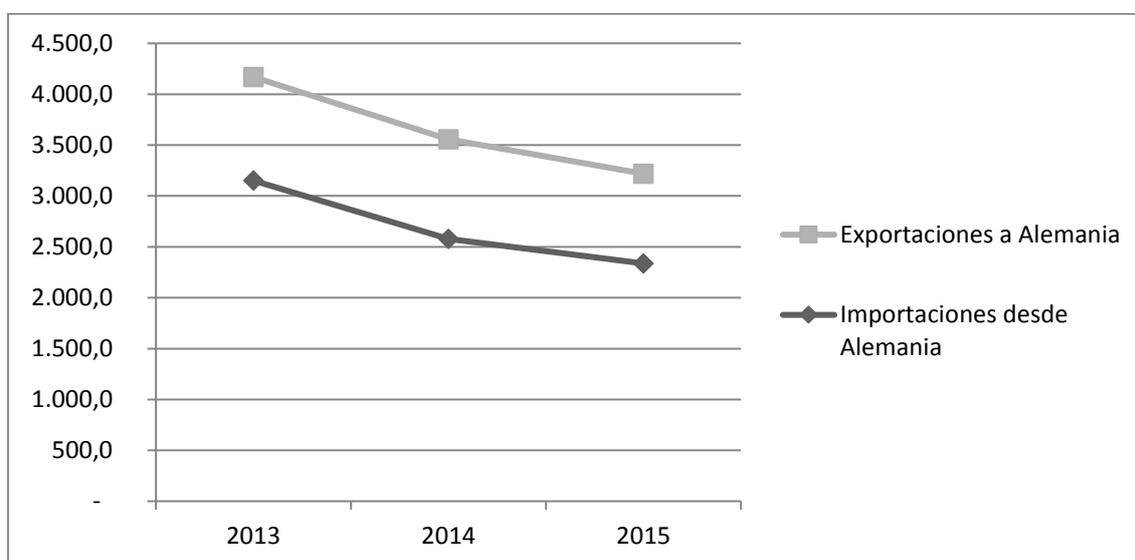
#### 4. RELACIONES COMERCIALES CON CHILE

Alemania es el principal socio comercial de Chile en la Unión Europea. Las exportaciones chilenas a Alemania han tenido un importante aumento desde la puesta en marcha del Tratado de Asociación Chile-UE en 2002.

Después del crecimiento de las exportaciones alemanas a Chile durante los últimos cinco años, las exportaciones bajaron un 24% por primera vez en el año 2014. En 2015, Alemania exportó mercancías con un valor de 2.395,9 millones de Euros<sup>33</sup>. Igualmente, las importaciones alemanas de Chile disminuyeron un 3% en 2015. El valor de las importaciones fue de 1.489,3 millones de Euros en el año pasado. Alemania se encuentra en la posición número 8 de los socios comerciales de Chile<sup>34</sup>.

#### Exportaciones e importaciones de Chile con Alemania, 2015

(En mil millones de USD)



Fuente: Global Trade Atlas, 2016

Las exportaciones chilenas siguen caracterizadas por una alta proporción de productos mineros y celulosa. Sin embargo el mercado alemán es clave para productos como vino, fruta fresca y seca, además de las exitosas y crecientes exportaciones de carnes blancas y cerdo. El mercado alemán es el más importante para un producto como la miel, de gran interés para pequeños productores de todo el país.

#### Principales Productos de Exportaciones Chilenas a Alemania 2015

<sup>33</sup> Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt Deutschland), 2016

<sup>34</sup> Fuente: Global Trade Atlas, 2016

Código	Producto	Volumen (Toneladas)	Valor (millones de dólares)	% (valor)
WA74	Cobre y sus manufacturas	89.624,4	502.238	30%
WA26	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	266.182,7	405.271	25%
WA08	Frutas y frutos comestibles; cítricos; melones o sandías	92.756,3	244.401	15%
WA47	Pasta de madera de las demás materias fibrosas celulósicas: papel o cartón para reciclar (desperdicios y deshechos)	213.364,5	138.663	8%
WA22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	53684,2	79.262	5%
	Todos los demás	134.299,5	279.129	17%
<b>TOTAL</b>		<b>849.911,6</b>	<b>1.649.027</b>	<b>100%</b>

Fuente: Oficina Federal Alemana de Estadística (Statistisches Bundesamt), 2016

# IV. TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

## 1. TENDENCIAS

### a. Tendencias en servicios

#### ▪ Importación de servicios desde Alemania

Los servicios que principalmente importa Alemania, se refieren al turismo entregado a través de agencias de viajes, entre otros.

#### ▪ Servicios financieros enfocados al sector de energías renovables

Alemania es pionero en el desarrollo de energías renovables. Para realizar dichos proyectos se requiere tanto de financiamiento interno como externo. Para las empresas alemanas ha sido difícil encontrar en Chile instrumentos financieros para dicho sector a tasas razonables. En este sentido el sector bancario en Chile posee un gran potencial de diversificación al poder desarrollar instrumentos de financiamiento para proyectos en el sector de energías renovables (viento, solar, biomasa, etc.)

### b. Tendencias en alimentos

- **Los productos orgánicos:** Estos productos han venido creciendo en forma sostenida, en los últimos años. Existe una demanda no siempre satisfecha y el interés por nuevos proveedores está siempre presente.
- **Productos regionales:** Existe una tendencia muy fuerte por preferir productos regionales, los cuales a pesar de ser más caros, son siempre preferidos por los consumidores locales, especialmente los con mayor poder adquisitivo. Esto tiene en cierto sentido una complicación extra para los productos extranjeros.
- **El Segmento Fair Trade:** Es uno de los que más ha crecido en los últimos años y se prevé que lo seguirá haciendo aunque de forma más lenta. En este segmento nuestra participación ha decrecido en número de productos, principalmente debido a su poca rotación, un efecto lógico a causa de la falta de promoción.
- **Veganos y vegetarianos:** Este segmento a pesar de ser un nicho, ha cobrado muchos adeptos, especialmente entre las mujeres jóvenes.
- **Commodities:** tales como fruta fresca, frutos secos, deshidratados, las paltas, las frutas y verduras congeladas, dependen de la coyuntura estacional y el comportamiento de los competidores, que generalmente se ve influenciado por los resultados de las cosechas o situaciones puntuales de coyuntura.

### c. Tendencias de compras sector retail

El retail alemán es conocido por su dureza al momento de negociar, esto se sustenta principalmente por la fuerte posición que ocupan las cadenas de supermercados y el tamaño del mercado, lo que obliga a los proveedores a ofrecer los productos a precios muy competitivos e inferiores a los del retail chileno.

Cada vez más el sector del retail se orienta a los consumidores que compran sus alimentos en línea. Este sector ha visto un fuerte crecimiento y se prevé que esta tendencia ganará mayor importancia en los próximos años.

#### d. Tendencias del perfil de los consumidores

##### Grupos de consumidores<sup>35</sup>

- **Marca y origen orientados**  
Unos 28,4% de los hogares alemanas confían en las marcas conocidas y en el origen de los productos. Este grupo se basa el juicio de calidad y sabor en las marcas, embalaje y aceptación social del producto. La conveniencia de los productos también es importante.
- **Familias orientadas a seguridad y salud**  
En contraste con el grupo por encima, este grupo es más independiente y no confía solo en las marcas pero valora su propio juicio de calidad de un producto. El enfoque es en la seguridad y el sabor con un consumo consciente contra la explotación del ser humano, del medio ambiente y animales.
- **Precio consciente familias**  
En este grupo el precio es más importante que la calidad. También la conveniencia y una garantía del sabor y de la aceptación social son más importantes que la seguridad, salud u origen.
- **Funcionalistas orientados a la conveniencia**  
Aunque en la vida cotidiana para ese grupo la conveniencia es lo más importante, el gusto y sabor no es despreciable. La alimentación tiene que ser práctica y económica, por tanto marca y embalaje tienen un gran impacto al consumidor.
- **Ética y orientados a la sostenibilidad**  
Para un 11% de todos los hogares alemanas, el origen, la tradición y los principios éticos en la producción de los alimentos son los factores de calidad más importantes. Ese grupo solo consume productos libre de transgénicos y la producción ecológica es un signo de calidad. En general productos naturales están preferidos en vez de productos industriales.
- **Best ager:** Es el grupo que corresponde a las personas con edades entre 50 – 80, los cuales destinan una buena parte de sus ingresos a disfrutar, suelen comprar productos de mejor calidad, viajan a lo menos dos veces al año y suelen comer en restaurantes. Tienen mayor poder adquisitivo y que seguirá aumentando.
- **Profesionales jóvenes:** Este segmento es también un foco de atención por ser más receptivos a nuevas tendencias y tener ingresos crecientes. Es un grupo entre 25 – 45 años.

#### e. Tendencia en la Sustentabilidad

Una tendencia que es transversal en todas las áreas y grupos etarios es la búsqueda de productos/servicios que sean sustentables. Para el consumidor es muy importante que el bien o servicio cumpla con los estándares sociales, económicos y ambientales en toda la cadena de producción. Para

<sup>35</sup> <http://www.bve-online.de/presse/infothek/publikationen-jahresbericht/consumers-choice>

asegurar esto existen muchos certificados y logos que han logrado un nombre en el mercado y son muy importantes para el consumidor.

## 2. OPORTUNIDADES COMERCIALES

Las oportunidades se van dando por las tendencias que están presentes en el mercado, las cuales se describieron anteriormente.

En el sector de alimentos se ven oportunidades en:

- **Productos veganos:** un nicho creciendo fuertemente en donde Chile podría fácilmente desarrollar una oferta de productos interesantes para el mercado.
- **Productos Orgánicos:** en especial los cítricos, aceites esenciales y berries, tanto frescos como congelados. Este es un sector que en Alemania llegó para quedarse. Los consumidores alemanes consideran que la alimentación correcta y libre de productos químicos es fundamental en su vida, evitan las comidas preparadas y privilegian lo orgánico. En el caso de los productos orgánicos se estima que 15,65 millones de alemanes consumen por lo menos la mitad de sus alimentos con esta característica. En el 2015 las ganancias del mercado orgánico ascendieron a 3,6 mil millones de Euros<sup>36</sup>. Las compras de ambos tipos de productos (orgánicos y de producción dominada “fair trade”) se realizan en supermercados, discounters y tiendas especializadas en productos BIO. Según un estudio realizado por Statista, los productos orgánicos más consumidos por los alemanes son los huevos, las frutas y verduras, las papas, los embutidos y la leche.
- **Productos del mar:** el consumo alemán es muy superior al chileno con 15,6 kg/año. Cerca del 80% del pescado consumido por los alemanes es importado. Salmón y trucha tienen interesantes oportunidades, pero es necesario tener certificaciones, principalmente MSC.
- **Vinos:** El mercado de vino alemán es amplio y bastante competitivo. En los últimos años países que han invertido en promoción y marketing han logrado aumentar su participación en dicho mercado. El mejor ejemplo es Sudáfrica, quien incluso ha superado a Chile, pasando a ser el principal proveedor de la categoría “fuera del continente” (Übersee). Los vinos de California también van en aumento. Argentina y Brasil están invirtiendo fuertemente en promoción de sus vinos. Si bien el vino chileno es muy valorado por los consumidores alemanes, aún está considerado como un vino de bajo precio, por lo que se debe invertir en promoción para poder aumentar la participación e imagen del producto en términos de calidad.
- **Frutas y verduras:** principalmente arándanos y otros berries. La palta sigue teniendo un crecimiento muy importante y otras frutas tradicionales mantienen su importancia (uva, manzana, pera).
- **Frutos secos:** es uno de los más grandes mercados de Europa. En este segmento, el producto chileno se ha ganado una reputación de alta calidad y buen precio, por lo que es importante

---

<sup>36</sup> Fuente: Statista, 2016

mantener esta imagen y seguridad de abastecimiento. Posicionar nuestras marcas sectoriales en el consumidor especializado y el consumidor final.

- **Innovación:** Dentro de Alemania la capital Berlín se ha convertido en uno de los *hub* más importantes del mundo en lo que respecta a la presencia de Start-Ups. La ciudad ha desarrollado una extensa infraestructura que favorece la radicación de Start-Ups y por lo mismo ha atraído emprendedores y talentos de todo el mundo. Con una densa red de instituciones de I+D ofrece óptimas condiciones para el fomento de innovación y nuevas tecnologías. El ecosistema se caracteriza por los mayoritariamente jóvenes emprendedores y el alto grado de potencial creativo e innovador. En una encuesta del portal estadístico Statista del 2014, el 20% de los encuestados considera a Berlín como la segunda ciudad más importante a nivel Europa como *hub* tecnológico y de emprendimiento después de Londres.<sup>37</sup>
- **Smartphone y aplicaciones:** Alemania ha comenzado a posicionarse como un país destacado dentro de Europa en cuanto al desarrollo de nuevas tecnologías, ofreciendo nuevas plataformas a Startups y fomentando la creación de clústeres sectoriales enfocados a la creación de aplicaciones web y de dispositivos móviles. La conectividad entre los jóvenes es cada día más fuerte y el consumo en tecnología de Smartphones ha llegado a niveles récord. A abril del 2016 se registra un total de 49 millones de usuarios de smartphones en Alemania, eso corresponde a un 59,76% del total de la población<sup>38</sup>.
- **Turismo:** Alemania es el mercado emisor más importante de turismo a nivel mundial. El 71% de los alemanes ha realizado al menos un viaje al extranjero en el año 2014. El mismo año cerró con números muy positivos: viajes vacacionales de cinco días o más, con un promedio de gasto por concepto de viajes vacacionales que bordean los 1.022 euros. Los alemanes aprecian sus vacaciones y debido a la mayor cantidad de días que poseen como vacaciones legales, se presenta una oportunidad concreta para promocionar estadías más extensas fuera del país. Como país receptor de turismo, Alemania goza de una imagen muy positiva a nivel mundial. Lidera el ranking de turismo cultural y de imagen país general, reflejándose en una importante participación de los ingresos del turismo en el PIB de 214,1 mil millones de Euros, significando un porcentaje de 9,7<sup>39</sup> del PIB total. Mucho potencial para: Turismo gourmet, Turismo sostenible, Turismo deporte-extremo-trekking, Turismo Spa y Wellnes.
- **Comercio online:** Es importante destacar que el comercio online trasfronterizo y nacional ha crecido un 18,77% en comparación al año 2014. El año pasado, el comercio online generó 52,79 mil millones de euros. Los segmentos que aprovechan de esta evolución son moda y accesorios, productos electrónicos, ocio y hobby, oficina y artículos de papelería con cuotas de mercado sobre un 18%, respectivamente. Los segmentos droguería y alimentos van aumentando su cuota de mercado en el comercio online. Según los estimaciones de expertos, el comercio online generará en el año 2017 un ingreso de 73 mil millones de Euros en Alemania<sup>40</sup>.

---

<sup>37</sup> Fuente: Statista, 2016

<sup>38</sup> Fuente: Statista, 2016

<sup>39</sup> Fuente: Deutsche Zentrale für Tourismus, 2016

<sup>40</sup> Fuente: Statista, 2016



# V ■ Desafíos en la Unión Europea

## 1. BREXIT

El reciente referendo británico sobre la decisión de la salida del Reino Unido de la Unión Europea que resultó con un total del 51,9 % de los votos a favor del Brexit, está marcando los titulares de todos los periódicos económicos de Europa. El referendo había sido parte del programa electoral del entonces Primer Ministro David Cameron, quien durante la campaña antes del referendo del 23 de junio 2016 había promocionado la permanencia del Reino Unido en la Unión Europea. Después de conocerse el resultado, Cameron anuncio su renuncia al puesto de Primer Ministro.

En términos económico-comerciales el Brexit significaría – hasta donde van las especulaciones actuales – una retroceso drástico para la economía del país. Se pronostica un aumento general del desempleo, el cambio de sucursales de muchas empresas de todos tamaños a otros países de la UE, una baja en la fuerza laboral y una disminución drástica de la importancia de la capital Londres como centro financiero de la UE.

Aún se está discutiendo que derechos especiales se le otorgará al Reino Unido una vez que el proceso de salida de la UE haya concluido. Queda por ejemplo de esperar como se procederá con los cuatro derechos fundamentales que forman parte integra de la UE (libre circulación de personas, bienes, servicios y capitales)<sup>41</sup>.

En el Reino Unido se encuentran actualmente aprox. 2.000 empresas alemanas que emplean 420.000 personas. Entre estas se encuentran Siemens, Bosch, BMW, VW, RWE, E.ON, Deutsche Telekom, Deutsche Post, Linde y Heidelberg Zement. En cambio en Alemania existen alrededor de 1.300 empresas británicas con 220.000 empleados, como por ejemplo BP, Shell, GKN y Rolls Royce.

Dependiendo de las negociaciones del Parlamento Europeo con el Reino Unido, se espera que Alemania aumentara aún más su importancia a nivel Unión Europea. Se estima que Fráncfort del Meno, centro financiero de Alemania, concentraría bancos y aseguradoras que actualmente todavía se encuentran ubicadas en Londres; para la capital Berlín se pronostica que atraería Start-ups y fondos de inversión desde Londres. Para el mercado inmobiliario significarían estos desarrollos un aumento de los precios de arriendo y compra de bienes inmuebles como también un aumento general del costo de vida<sup>42</sup>.

## 2. INMIGRACIÓN

Alemania siempre ha sido un país con altas cifras de inmigración. Después de la segunda guerra mundial se radicaron, debido a programas estatales de contratación de mano de obra extranjera, italianos y turcos los cuales supuestamente deberían haber dejado el país después del término de sus trabajos, sin

<sup>41</sup> Fuente: Unión Europea, 2016

<sup>42</sup> Fuente: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 2016

embargo la mayoría se ha quedado. En 2014 el 20,26% de la población de Alemania ha tenido un fondo migratorio, lo que equivale a 9.175.000 habitantes<sup>43</sup>.

En 2014/2015 se ha producido una nueva ola de inmigración debido a situaciones de conflicto y guerras en el medio oriente, principalmente en Siria y Afganistán. De los refugiados que llegaron hasta Alemania en 2015 un total del 476.649 pidieron asilo. En comparación al 2014 esta cifra significó un aumento de más del 50%. De esta cifra más del 42% ha sido solicitado por ciudadanos sirios<sup>44</sup>. Para el primer semestre del 2016 se registraron 396.947 solicitudes de asilo, con un aumento del 121,7% en comparación al mismo periodo 2015<sup>45</sup>. Según el ministro de migración y refugiados esta cifra se ha desarrollado más lento de lo esperado, lo cual argumenta con las nuevas medidas de la Unión Europea, entre las cuales se encuentra el pacto de refugiados con Turquía.

Políticamente la crisis de los refugiados ha sido complicada en términos de aceptación de la sociedad civil, temor de actos de terrorismo y enajenación de la cultura alemana.

En términos económicos, el alto número de refugiados ha causado contrario a las expectativas existentes de los opositores de la inmigración, un aumento en la actividad económica de Alemania. Se estima que debido a los refugiados se crearon varias decenas de miles de puestos de trabajo en Alemania, sobre todo en los segmentos de profesores de alemán, personal de vigilancia, y trabajadores sociales<sup>46</sup>.

---

<sup>43</sup> Fuente: Statista, 2016

<sup>44</sup> Fuente: Statista y Bundesministerium für Migration und Flüchtlinge, 2016

<sup>45</sup> Fuente: Bundesministerium für Migration und Flüchtlinge, 2016

<sup>46</sup> Fuente: dpa, 2016

# VI. Fuentes

- Asociación de las ferias alemana AUMA:** <http://www.auma.de/es>
- Baarth-Haas Group:** <http://www.barthhaasgroup.com/de/>
- Banco Central Europeo:** <http://www.ecb.europa.eu/>
- Banco Federal de Alemania:** <https://www.bundesbank.de>
- BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH:**  
<http://www.bis-bremerhaven.de/about-us>
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Ministerio Federal de Economía y Energía):**  
<https://www.bmwi.de/>
- Bundeszentrale für politische Bildung:** <http://www.bpb.de/>
- Centro alemán de información para Latinoamérica y España:** [www.alemaniparati.diplo.de](http://www.alemaniparati.diplo.de)
- CIA World Factbook:** <https://www.cia.gov/>
- Comisión Europea – Eurostat:** <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>
- Deutsche Zentrale für Tourismus:** <http://www.germany.travel/>
- Dpa Deutsche Presseagentur (Agencia Alemana de Prensa):** <http://www.dpa.de/>
- Fondo Monetario Internacional:** [www.imf.org](http://www.imf.org)
- Global Trade Atlas:** <https://www.worldtradestatistics.com/gta/>
- Instituto alemán de Investigación Económica (DIW – Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung):**  
[www.diw.de](http://www.diw.de)
- Meininger Weinwirtschaft:** <https://www.meininger.de/es>
- Ministerio de Educación e Investigación (Bundesministerium für Bildung und Forschung):** [www.bmbf.de](http://www.bmbf.de)
- Oficina Federal Alemana de Estadística:** <https://www.destatis.de/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD):** <http://www.oecd-ilibrary.org/>

Portal de Estadísticas *statista*: <http://de.statista.com/>

Portal de Alemania - La actualidad de Alemania: [www.deutschland.de](http://www.deutschland.de)

Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas: <http://hdr.undp.org/en/>

Unión Europea: <http://europa.eu/>

United Nations, Department of Economic and Social Affairs:

<https://www.un.org/development/desa/es/>

Zukunftsinstitut (Instituto del Futuro): <https://www.zukunftsinstitut.de>