



ESTUDIO  
DE MERCADO

---

2024



# El mercado de equipamiento HORECA en Grecia

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Atenas

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

10 de junio de 2024  
Atenas

Este estudio ha sido realizado por  
Pablo Luis Ferrer Alonso

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Atenas

<http://grecia.oficinascomerciales.es/>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240080



# Índice

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 1. Resumen ejecutivo                           | 4  |
| 2. Definición del sector                       | 6  |
| 3. Oferta – Análisis de competidores           | 9  |
| 3.1. Tamaño de mercado y producción local      | 9  |
| 3.2. Importaciones                             | 9  |
| 3.3. Exportaciones                             | 12 |
| 3.4. Tasa de cobertura                         | 13 |
| 4. Demanda                                     | 15 |
| 4.1. Sector turístico                          | 15 |
| 4.2. Sector hotelero                           | 16 |
| 5. Precios                                     | 18 |
| 6. Percepción del producto español             | 19 |
| 7. Canales de distribución                     | 21 |
| 8. Acceso al mercado – Barreras                | 23 |
| 8.1. Principales barreras de acceso al mercado | 23 |
| 8.2. Legislación, homologación y certificación | 23 |
| 8.3. Financiación e inversión                  | 23 |
| 9. Perspectivas del sector                     | 25 |
| 9.1. Turismo                                   | 25 |
| 9.2. Sector hotelero                           | 26 |
| 10. Información práctica                       | 27 |
| 10.1. Ferias                                   | 27 |
| 10.2. Asociaciones y organizaciones            | 27 |
| 10.3. Realidad económica del país              | 27 |
| 10.4. Importancia del país en la región        | 28 |
| 10.5. Cultura empresarial                      | 28 |

# 1. Resumen ejecutivo

El mercado del equipamiento HORECA es un mercado muy amplio que abarca diversos subsectores. Es por ello por lo que el presente estudio se ha delimitado mediante el estudio de los siguientes: equipos de cocina, equipos auxiliares de cocina, frío, lavado de vajilla, lavandería y tintorería, mobiliario e iluminación, menaje y servicio de mesa y textil.

En este contexto, en cuanto a la producción, el subsector de mobiliario experimentó un crecimiento del 4,51 %, el subsector textil aumentó un 16,15 %, y los productos electrónicos y ópticos registraron un aumento del 37 %. En conjunto, la producción aumentó un 18,10 % en 2022 con respecto a 2021.

Las importaciones totales de las partidas analizadas fueron 2.380,41 millones de euros, con un decrecimiento del 2,01 % entre los años 2023 y 2022. Se evidencia que el subsector predominante en términos de importaciones es el correspondiente al mobiliario e iluminación, representando un 40,03 % del valor total de las importaciones y registrando un incremento del 3,92 % en comparación con el año anterior. Le sigue el de lavandería y tintorería, frío y textil.

Las exportaciones griegas de las partidas arancelarias analizadas presentan una evolución positiva en los años comprendidos entre 2018 y 2022. Sin embargo, en el año 2023, se registra una disminución del 9,58 % en el total de exportaciones de equipamiento HORECA con respecto al año anterior.

Asimismo, el aumento significativo en el consumo aparente puede atribuirse no solo a una demanda en expansión tanto a nivel nacional como internacional, sino también a la inflación de los últimos años. En particular, la inflación interanual de 2022, que alcanzó el 10 %, elevó los precios generales. Este aumento en la inflación ha afectado al costo de producción y distribución de bienes y servicios en el mercado.

En el año 2023, Grecia recibió un total de 32,74 millones de turistas, lo que representa un incremento del 17,6 % en comparación con el año anterior. Simultáneamente, el gasto turístico ha experimentado un aumento progresivo en los últimos años, alcanzando la cifra de 20.460 millones de euros en 2023, con un crecimiento del 15,7 % respecto al año previo. Este incremento sitúa el gasto turístico en niveles cercanos a los registrados en 2019, antes del impacto de la pandemia por Covid-19.

Cabe destacar que los productos españoles que más penetración tienen en el mercado griego son: los de mobiliario e iluminación, con 18,41 millones de euros en 2023, con un decrecimiento del



4,57 % en comparación con el año 2022. Le sigue textil, con 8,86 millones de euros en 2023, y lavandería y tintorería con 9,13 millones de euros.

La evolución positiva de las cifras de turismo, el impulso inversor en unidades hoteleras y en su renovación, el crecimiento de las exportaciones de España a Grecia y el aumento del consumo aparente, hacen que el sector de equipamiento HORECA sea particularmente atractivo para las empresas españolas.

icex

## 2. Definición del sector

El mercado del equipamiento HORECA es un mercado muy amplio que abarca a muchos y diversos subsectores. Para la realización de este estudio de mercado se han tenido en cuenta los siguientes:

### PARTIDAS ARANCELARIAS ESTUDIADAS

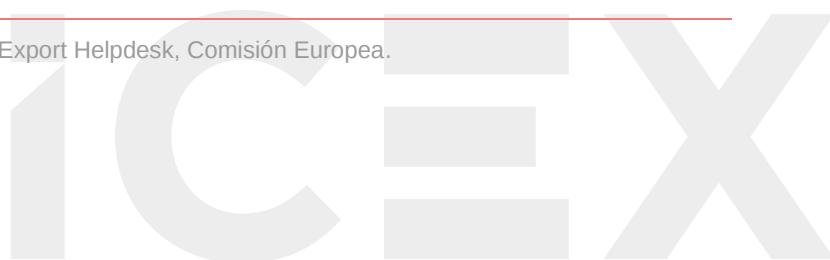
| Grupo                        | Código arancelario | Descripción                                                                                                                                             |
|------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Equipos de cocina            | 8514               | Hornos y partes de hornos                                                                                                                               |
|                              | 851640             | Planchas eléctricas                                                                                                                                     |
|                              | 851660             | Los demás hornos; cocinas, calentadores, incluidas las mesas de cocción, parrillas y asadores                                                           |
|                              | 851650             | Hornos microondas                                                                                                                                       |
| Equipos auxiliares de cocina | 8210               | Aparatos mecánicos acondicionados a mano de máx. 10 kg. Para preparar, acondicionar o servir alimentos o bebidas                                        |
|                              | 841981             | Aparatos y dispositivos, aunque se calienten eléctricamente, para la preparación de bebidas calientes o para la cocción o el calentamiento de alimentos |
|                              | 847982             | Máquinas y aparatos para mezclar, amasar, triturar, pulverizar, cribar tamizar, homogeneizar, emulsionar o agitar                                       |
|                              | 843510             | Prensas, estrujadoras y máquinas y aparatos análogos para la producción de vino, jugos de frutas o bebidas similares, con excepción de las partes.      |
|                              | 850940             | Trituradoras y mezcladoras de alimentos; extractoras de jugo de frutos u hortalizas                                                                     |
|                              | 851672             | Tostadores de pan                                                                                                                                       |
| Frío                         | 8418               | Refrigeradores y congeladores                                                                                                                           |
| Lavado de vajilla            | 8422               | Lavavajillas                                                                                                                                            |
| Lavandería y tintorería      | 8421               | Secadoras de ropa                                                                                                                                       |

|                           |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mobiliario e iluminación  | 8450 | Máquinas para lavar ropa, incluso con dispositivo de secado                                                                                                                                                                                                                            |
|                           | 8451 | Máquinas y aparatos para lavar, limpiar, escurrir, secar, planchar... tejidos y manufacturas textiles                                                                                                                                                                                  |
|                           | 9401 | Asientos de metal tapizados o sin tapizar, así como partes de asientos                                                                                                                                                                                                                 |
|                           | 9403 | Muebles de metal, plástico, madera etc.                                                                                                                                                                                                                                                |
|                           | 9404 | Somieres y artículos de cama                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                           | 8302 | Guarniciones, herrajes y artículos similares para edificios (excepto cerraduras, cerrojos y cierres)                                                                                                                                                                                   |
|                           | 9405 | Aparatos de alumbrado y sus partes                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Menaje y servicio de mesa | 6911 | Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de porcelana                                                                                                                                                                                                            |
|                           | 6912 | Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica                                                                                                                                                                                                             |
|                           | 7013 | Objetos de vidrio para el servicio de mesa, de cocina...                                                                                                                                                                                                                               |
|                           | 8211 | Cuchillos                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                           | 8215 | Cucharas, tenedores, cucharones, espumaderas y artículos similares                                                                                                                                                                                                                     |
| Textil                    | 5702 | Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil, tejidos (excepto los de mechón insertado y los flocados), aunque estén confeccionados, incluidas las alfombras llamadas "Kelim" o "Kilim", "Schumacks" o "Soumak", "Karamanie" y alfombras similares tejidas a mano |
|                           | 5703 | Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil, con mechón insertado, incluso confeccionados                                                                                                                                                                        |
|                           | 5704 | Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de fieltro (excepto los de mechón insertado y los flocados), incluso confeccionados                                                                                                                                                    |
|                           | 6301 | Mantas                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                           | 6302 | Ropa de cama, mesa, tocador o cocina                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                           | 6303 | Visillos y cortinas; guardamalletas y rodapiés de cama                                                                                                                                                                                                                                 |
|                           |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |



|      |                                                                                                                                                                                                                                   |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6304 | Los demás artículos de tapicería, excepto los de la partida 94.04.                                                                                                                                                                |
| 6305 | Sacos (bolsas) y talegas, para envasar.                                                                                                                                                                                           |
| 6306 | Toldos de cualquier clase; tiendas (carpas); velas para embarcaciones, deslizadores o vehículos terrestres; artículos de acampar.                                                                                                 |
| 6307 | Los demás artículos confeccionados, incluidos los patrones para prendas de vestir.                                                                                                                                                |
| 6308 | Juegos constituidos por piezas de tejido e hilados, incluso con accesorios, para la confección de alfombras, tapicería, manteles o servilletas bordados o de artículos textiles similares, en envases para la venta al por menor. |
| 6309 | Artículos de prendería.                                                                                                                                                                                                           |

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Export Helpdesk, Comisión Europea.



## 3. Oferta – Análisis de competidores

### 3.1. Tamaño de mercado y producción local

En la siguiente tabla podemos ver la producción diferenciada por subgrupos del estudio en los últimos años:

#### PRODUCCIÓN POR SUBSECTORES HORECA EN GRECIA

Millones de euros

| Subsector                         | 2021            | 2022            | Variación % 2022/2021 |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Mobiliario                        | 143,42          | 155,84          | 4,51 %                |
| Textil                            | 513,44          | 536,62          | 16,15 %               |
| Productos electrónicos y ópticos* | 439,95          | 602,72          | 37,00 %               |
| <b>Total</b>                      | <b>1.096,81</b> | <b>1.295,18</b> | <b>18,10 %</b>        |

Fuente: Hellenic Statistical Authority \* La categoría "Productos Electrónicos y Ópticos" incluye una variedad de productos, entre ellos electrodomésticos. No todos los productos incluidos en esta categoría son objeto de estudio.

La tabla muestra un aumento en la producción de los tres subsectores entre 2021 y 2022. El subsector de mobiliario experimentó un crecimiento del 4,51 %, el subsector textil aumentó un 16,15 %, y los productos electrónicos y ópticos registraron un aumento del 37 %. En conjunto, la producción aumentó un 18,10 % en 2022 con respecto a 2021.

### 3.2. Importaciones

A continuación, se presentan los datos de comercio exterior de los últimos 5 años para las partidas arancelarias previamente seleccionadas. En particular, la siguiente tabla muestra las importaciones de Grecia agrupadas por subsectores del sector HORECA.

## IMPORTACIONES DE GRECIA POR SUBSECTORES

Millones de euros

| Subsector                    | 2019            | 2020            | 2021            | 2022            | 2023            | Variación<br>% 23/22 |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------------|
| Mobiliario e iluminación     | 627,43          | 538,00          | 745,36          | 916,98          | 952,96          | 3,92 %               |
| Lavandería y tintorería      | 275,47          | 265,38          | 292,03          | 331,03          | 326,61          | -1,34 %              |
| Frío                         | 187,25          | 167,47          | 235,22          | 316,10          | 303,01          | -4,14 %              |
| Textil                       | 216,19          | 312,87          | 302,11          | 375,78          | 270,69          | -27,97 %             |
| Lavado de vajilla            | 124,25          | 141,59          | 169,31          | 161,10          | 198,33          | 23,11 %              |
| Equipos de cocina            | 109,80          | 93,71           | 123,91          | 135,23          | 147,79          | 9,29 %               |
| Menaje y servicio de mesa    | 88,42           | 63,76           | 73,66           | 116,98          | 105,32          | -9,97 %              |
| Equipos auxiliares de cocina | 67,28           | 64,70           | 76,02           | 76,06           | 75,69           | -0,48 %              |
| <b>Total</b>                 | <b>1.696,08</b> | <b>1.647,48</b> | <b>2.017,61</b> | <b>2.429,26</b> | <b>2.380,41</b> | <b>-2,01 %</b>       |

Fuente: Datacomex.

Las ventas totales de las partidas analizadas fueron 2.380,41 millones de euros, con un decrecimiento del 2,01 % con respecto al año anterior. Se evidencia que el subsector predominante en términos de importaciones es el correspondiente al mobiliario e iluminación, representando un 40,03 % del valor total de las importaciones y registrando un incremento del 3,92 % en comparación con el año anterior. Es notable dentro de este subsector la partida arancelaria 9403, que engloba "Los demás muebles y sus partes", constituyendo el 56 % del total del subsector y experimentando un aumento del 19 % en sus importaciones durante el último año. Le sigue el de lavandería y tintorería, frío y textil. Entre los subsectores destacados por su crecimiento durante el último año se incluyen el de lavado de vajilla, que registra un incremento del 23,11 %, y el de equipos de cocina, que experimenta un aumento del 9,29 %, destacando el crecimiento particular de la partida arancelaria 851660 "Los demás hornos; cocinas y hornillos".

En la tabla siguiente se recogen las importaciones griegas las partidas mencionadas según el país de origen:

## IMPORTACIONES DE GRECIA POR PAÍS DE ORIGEN

Millones de euros

| País          | 2019         | 2020         | 2021         | 2022         | 2023         | Variación %<br>23/22 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------------|
| China         | 391,14       | 439,32       | 548,90       | 647,93       | 617,64       | -4,67 %              |
| Italia        | 292,09       | 285,48       | 338,45       | 348,71       | 358,36       | 2,77 %               |
| Alemania      | 179,52       | 153,50       | 186,41       | 218,54       | 232,10       | 6,20 %               |
| Turquía       | 164,02       | 146,48       | 196,61       | 257,88       | 224,80       | -12,83 %             |
| Bulgaria      | 62,92        | 79,67        | 108,14       | 118,82       | 119,62       | 0,67 %               |
| Polonia       | 82,34        | 63,68        | 81,96        | 99,63        | 111,08       | 11,48 %              |
| Francia       | 46,71        | 45,70        | 64,60        | 58,45        | 85,75        | 46,70 %              |
| Rumanía       | 30,69        | 27,18        | 36,74        | 72,35        | 74,63        | 3,16 %               |
| Países Bajos  | 39,47        | 38,37        | 49,72        | 70,01        | 64,25        | -8,22 %              |
| <b>España</b> | <b>40,36</b> | <b>34,58</b> | <b>56,20</b> | <b>60,59</b> | <b>61,68</b> | <b>1,80 %</b>        |

Fuente: Datacomex.

En el año 2023, China lideró las exportaciones a Grecia en el sector, seguida por Italia, Alemania y Turquía. Destaca el notable crecimiento de las exportaciones francesas hacia Grecia, con un aumento del 46,7 % con respecto al año anterior.

En cuanto a las importaciones por parte de Grecia a China, el subsector de mobiliario e iluminación constituye el grupo más significativo, especialmente las partidas 9405 “Aparatos de alumbrado, incluidos los proyectores” y 9404 “Somieres; artículos de cama y similares”. La partida 8418 “Refrigeradores, congeladores y equipos similares” también representa una parte considerable del flujo de importaciones.

Italia destaca principalmente en el subgrupo de mobiliario, con la partida 9403 “Otros muebles y sus partes” como la más relevante, seguido por lavado de vajilla y productos de frío.

En el caso de Alemania, el subgrupo más importado es el de lavandería y tintorería, con la partida 8421 “Centrifugadoras, incluidas secadoras” como líder, seguido por mobiliario y frío.

Desde Turquía, se importan principalmente productos del subgrupo de mobiliario e iluminación y frío.

España ha experimentado un aumento del 1,8 % en sus exportaciones con respecto a 2022 y se sitúa como el décimo país exportador en este sector, destacando en los subsectores de mobiliario e iluminación, textil y lavandería y tintorería.

### 3.3. Exportaciones

A continuación, se presenta la tabla con la evolución de las exportaciones griegas de las partidas relacionadas con el sector HORECA:

#### EXPORTACIONES DE GRECIA POR SUBSECTORES

Millones de euros

| Subsector                    | 2019          | 2020          | 2021          | 2022          | 2023          | Variación<br>% 23/22 |
|------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------------|
| Mobiliario e iluminación     | 202,18        | 195,41        | 268,38        | 346,86        | 404,45        | 16,60 %              |
| Lavandería y tintorería      | 177,82        | 177,59        | 201,92        | 238,68        | 154,49        | -35,28 %             |
| Textil                       | 71,40         | 108,49        | 143,44        | 174,24        | 111,80        | -35,83 %             |
| Frío                         | 47,23         | 37,38         | 50,27         | 62,82         | 59,43         | -5,40 %              |
| Equipos de cocina            | 43,11         | 40,68         | 27,07         | 32,77         | 35,08         | 7,06 %               |
| Lavado de vajilla            | 15,19         | 15,16         | 16,72         | 20,58         | 20,06         | -2,55 %              |
| Equipos auxiliares de cocina | 8,71          | 9,81          | 14,80         | 15,26         | 18,92         | 24,01 %              |
| Menaje y servicio de mesa    | 7,40          | 5,74          | 9,74          | 10,89         | 11,48         | 5,39 %               |
| <b>Total</b>                 | <b>573,04</b> | <b>590,26</b> | <b>732,35</b> | <b>902,10</b> | <b>815,70</b> | <b>-9,58 %</b>       |

Fuente: Datacomex.

Las exportaciones griegas de las partidas arancelarias analizadas presentan una evolución positiva en los años comprendidos entre 2018 y 2022. Sin embargo, en el año 2023, se registra una disminución del 9,58 % en el total de exportaciones de equipamiento HORECA con respecto al año anterior. Se observa una notable reducción en categorías que anteriormente mostraban un crecimiento constante, como los subsectores de lavandería y tintorería, así como el textil. Las principales partidas exportadas están relacionadas con el subsector de mobiliario e iluminación.

En la siguiente tabla se muestran las exportaciones griegas del sector HORECA según el país de destino:

## EXPORTACIONES DE GRECIA POR PAÍSES

Millones de euros

| País                   | 2019        | 2020         | 2021         | 2022         | 2023         | Variación %<br>23/22 |
|------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------------|
| Chipre                 | 79,75       | 86,35        | 113,55       | 133,24       | 133,47       | 0,18 %               |
| Alemania               | 63,45       | 68,78        | 71,41        | 77,06        | 80,62        | 4,62 %               |
| Italia                 | 23,86       | 30,47        | 53,66        | 69,29        | 73,54        | 6,13 %               |
| Bulgaria               | 31,27       | 31,70        | 45,59        | 47,47        | 63,31        | 33,37 %              |
| Rumanía                | 17,73       | 17,39        | 25,53        | 34,75        | 27,69        | -20,30 %             |
| <b>España</b>          | <b>6,48</b> | <b>10,63</b> | <b>12,93</b> | <b>15,56</b> | <b>26,08</b> | <b>67,57 %</b>       |
| Emiratos Arabes Unidos | 16,49       | 15,61        | 22,31        | 19,98        | 23,85        | 19,37 %              |
| China                  | 60,52       | 62,72        | 54,45        | 48,81        | 23,81        | -51,22 %             |
| Hungría                | 3,46        | 7,90         | 14,22        | 30,06        | 23,37        | -22,25 %             |
| Estados Unidos         | 8,75        | 12,94        | 15,44        | 19,59        | 22,45        | 14,61 %              |

Fuente: Datacomex.

Chipre encabeza la lista de los países de destino de las exportaciones griegas, seguida de Alemania e Italia.

España ocupa el sexto puesto de la lista de países importadores de productos griegos en el sector, registrando un incremento del 67,57 % en el último año.

### 3.4. Tasa de cobertura

En la siguiente tabla se aprecia la tasa de cobertura por subsector analizado:

#### TASA DE COBERTURA POR SUBSECTORES (2023)

| Subsector                | Importación (millones de euros) | Exportación (millones de euros) | Tasa de cobertura |
|--------------------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Mobiliario e iluminación | 952,96                          | 404,45                          | 42,44 %           |
| Lavandería y tintorería  | 326,61                          | 154,49                          | 47,30 %           |
| Frío                     | 303,01                          | 59,43                           | 19,61 %           |



|                              |                 |              |                |
|------------------------------|-----------------|--------------|----------------|
| Textil                       | 270,69          | 111,8        | 41,30 %        |
| Lavado de vajilla            | 198,33          | 20,06        | 10,11 %        |
| Equipos de cocina            | 147,79          | 35,08        | 23,74 %        |
| Menaje y servicio de mesa    | 105,32          | 11,48        | 10,90 %        |
| Equipos auxiliares de cocina | 75,69           | 18,92        | 25,00 %        |
| <b>Total</b>                 | <b>2.380,41</b> | <b>815,7</b> | <b>34,27 %</b> |

Fuente: Datacomex.

La tasa de cobertura de Grecia en las partidas analizadas asciende al 34,27 %, lo que indica su dependencia del comercio internacional para el suministro de estos productos. Ninguno de los subgrupos exhibe tasas de cobertura iguales o superiores al 100 %, lo que sugiere la ausencia de preferencia por las marcas nacionales.

ICEX

## 4. Demanda

En la siguiente tabla podremos analizar la demanda de los principales subsectores analizados en este estudio:

### CONSUMO APARENTE DEL SECTOR EN EL MERCADO GRIEGO

(Millones de euros)

|                         | 2021            | 2022            | 2022/2021 (%)  |
|-------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Producción              | 1.096,81        | 1.295,18        | 18,10 %        |
| Importaciones           | 2.017,61        | 2.429,26        | 20,40 %        |
| Exportaciones           | 732,35          | 902,10          | 23,18 %        |
| <b>Consumo aparente</b> | <b>3.846,77</b> | <b>4.626,54</b> | <b>20,27 %</b> |

Fuente: Datacomex; Statista.

El aumento de alrededor del 20 % en producción, importaciones y exportaciones refleja un crecimiento del consumo aparente entre 2021 y 2022 notable. Este incremento puede atribuirse no solo a una demanda en expansión tanto a nivel nacional como internacional, sino también a la inflación de los últimos años. En particular, la inflación interanual de 2022, que alcanzó el 10 %, elevó los precios generales. Este aumento en la inflación ha afectado al costo de producción y distribución de bienes y servicios en el mercado, lo cual se traduce en un aumento en el consumo aparente, ya que los valores monetarios de estos movimientos económicos se incrementan.

Se procede a analizar en los siguientes apartados tanto el sector hotelero como el sector turístico, del que el primero depende en gran medida, con el objetivo de determinar la demanda de productos de equipamiento hotelero en Grecia.

### 4.1. Sector turístico

En el año 2023, se estima que el sector turístico aportó entre 62.800 millones y 75.600 millones de euros a la economía nacional, lo que representa una proporción del Producto Interno Bruto (PIB) del país que oscila entre el 28,5 % y el 34,3 %. La contribución directa del turismo en ese mismo

año se calcula en 28.500 millones de euros, equivalente al 13 % del PIB, marcando así un récord histórico en el sector. En comparación, en el año 2022, esta cifra fue de 23.900 millones de euros, representando el 11,6 % del PIB, mientras que, en 2019, año anterior a la crisis ocasionada por la pandemia de COVID-19, se ubicó en 23.100 millones de euros, lo que equivalió al 12,6 % del PIB.

En la siguiente tabla se puede observar la evolución del número de llegada de turistas en los últimos años.

### NÚMERO Y GASTO TOTAL DE TURISTAS EN GRECIA

*Datos en millones de turistas y millones de euros*

|                          | 2021   | 2022     | 2023     | Variación %<br>23/22 |
|--------------------------|--------|----------|----------|----------------------|
| Número total de turistas | 14,7   | 27,84    | 32,74    | 17,6 %               |
| Gasto turístico          | 10.503 | 17.676,0 | 20.460,0 | 15,7 %               |

Fuente: INSETE.

En el año 2023, Grecia recibió un total de 32,74 millones de turistas, lo que representa un incremento del 17,6 % en comparación con el año anterior. Simultáneamente, el gasto turístico ha experimentado un aumento progresivo en los últimos años, alcanzando la cifra de 20.460 millones de euros en 2023, con un crecimiento del 15,7 % respecto al año previo. Este incremento sitúa el gasto turístico en niveles cercanos a los registrados en 2019, antes del impacto de la pandemia por Covid-19.

El turismo en Grecia exhibe una marcada concentración geográfica, siendo Alemania, Reino Unido, Bulgaria y Francia los principales países de origen de los visitantes. La modalidad predominante de turismo es la de sol y playa, con Atenas, Xania (Creta) y Corfú como destinos más populares. Es importante destacar que este tipo de turismo muestra una marcada estacionalidad, con una significativa afluencia de visitantes durante la temporada estival.

En lo que respecta al gasto turístico, se destaca la inversión en ocio y alojamiento, los cuales representan conjuntamente el 96 % del gasto total en turismo.

## 4.2. Sector hotelero

Según datos de la cámara de hoteles griega, la oferta hotelera en Grecia contaba en 2023 con 10.101 hoteles, 918.544 habitaciones y un total de 1.818.374 camas, lo que supone incrementos respecto a 2019 del 1,38 %, el 111,80 % y el 112,28 %, respectivamente.

El mercado hotelero heleno, al igual que el turismo presenta una gran concentración. El 77 % de las camas disponibles en Grecia, y el 65,8 % de las unidades hoteleras, se encuentran en 5 regiones: Sur del Egeo, Creta, Islas Jónicas, Macedonia Central y Ática. Estas regiones también son en las que se concentra la mayor parte del turismo en Grecia.

Otro factor destacable es que en los destinos principales los hoteles suelen tener un mayor tamaño, con una media de 53 habitaciones y 103 camas por cada unidad, frente a la media del país, que es de 42 habitaciones y 82 camas.

En cuanto a la distribución de las camas según el tipo de hotel, destaca que la mayoría se concentra en los hoteles de 4 estrellas (26 %), 2 estrellas (25 %) y 3 estrellas (23 %). Le sigue de cerca los hoteles de 5 estrellas (19 %) y, ya a cierta distancia, los hoteles de una estrella (6 %).

Como muestra del dinamismo en el desarrollo de este sector, en 2023 se anunciaron varios proyectos hoteleros de envergadura en Grecia. Six Senses lanzó su segundo proyecto en Grecia, Six Senses Porto Heli. Radisson Blu renovó el histórico Lakonis Hotel en Gythio. Ikos preparó su primer hotel en Chania, Ikos Kissamos. Elounda Hills en Creta inició la construcción de un megaproyecto con residencias y un resort de lujo. Además, Invel Real Estate y Prodea Investments adquirieron el hotel White Coast Pool Suites en Milos. Estos proyectos reflejan el creciente interés en el mercado hotelero griego y señalan un futuro prometedor para la industria turística del país.

Reflejo de este interés inversor en Grecia, las transacciones hoteleras en 2023 alcanzaron un valor de 300 millones de euros, posicionándose como el tercer mayor índice de crecimiento en Europa. El valor de las transacciones hoteleras realizadas el año pasado experimentó un incremento del 23 % en comparación con los 200 millones de euros registrados en 2022.

## 5. Precios

En el mercado del equipamiento hotelero, cada fabricante cuenta con sus propios catálogos de productos en los que muestra el precio recomendado para la posterior venta al hotel. Este precio variará en función del volumen del pedido y del poder negociador de cada parte. Tras un proceso de negociación, ambas partes llegarán a un acuerdo en el que se establecerá el descuento sobre el precio fijado.

Para la determinación del precio, además de volumen de pedido y poder de negociación de cada parte, es necesario atender a las características de cada producto, calidad y origen. Una parte significativa del equipamiento hotelero importado en Grecia corresponde a productos de una calidad media-alta, especialmente en los productos importados de la Unión Europea (de países como Alemania o Italia principalmente). Como ya se ha visto anteriormente, la importación de productos procedentes de fuera de la Unión Europea es también bastante elevada: suelen ser productos de calidad media-baja, con un precio inferior a los importados desde la Unión Europea. Entre los principales importadores que no son de la Unión Europea se encuentran Turquía, por sus precios competitivos y su cercanía con respecto a Grecia, y China, debido a sus productos de precios competitivos.

Cabe mencionar en este punto que, dado que las principales cadenas hoteleras, principales artífices de las renovaciones de hoteles, buscan reposicionarlos con dichas renovaciones en un segmento alto del mercado, por lo que el factor precio, pese a ser relevante, pierde peso frente al factor calidad, demandándose productos que contribuyan a la diferenciación de su oferta.

## 6. Percepción del producto español

La percepción del producto español y de las empresas españolas es positiva para la mayor parte de los sectores de la economía griega. Sin embargo, hay que partir de la idea de que los países más cercanos geográficamente, especialmente Italia y Turquía, gozan de una posición privilegiada en el mercado gracias a las sinergias comerciales y a la mayor facilidad respecto a los aspectos logísticos. Entre los principales puntos fuertes a la hora de elegir a las empresas españolas destaca fundamentalmente la experiencia y el *know-how*.

El producto español se identifica como un producto de calidad, aunque cuenta con menor presencia y es menos conocido que el de sus competidores europeos. La calidad superior a la media ofrecida por el producto español ha permitido que su entrada en el mercado del equipamiento hotelero griego, a pesar de los obstáculos adicionales que supone la importación desde un mercado más lejano geográficamente. Además de la venta directa, muchas de las empresas españolas comercializan sus productos a través de socios locales, ya que estos pueden proporcionar una entrada más rápida, económica y menos arriesgada al mercado, aprovechando el conocimiento y los recursos ya existentes. Los socios locales tienen una red de contactos bien establecida, comprenden mejor las regulaciones y requisitos legales, y pueden manejar la comunicación en el idioma del país, lo que facilita las interacciones comerciales y el entendimiento mutuo. Además, su familiaridad con las preferencias culturales permite adaptar mejor las estrategias de marketing y ventas, ofreciendo un servicio y soporte al cliente más eficiente y personalizado, un aspecto sumamente importante en este sector. Ejemplos de estas empresas son Actiu, Azkoyen, Arilex, Grupo Forma 5, Jemi, Qualityfry, RS Barcelona, Sencotel, Frucosol, Vidrios San Miguel, SAMMIC o Fagor Electrodomésticos.

La siguiente tabla muestra el valor total de las exportaciones españolas realizadas a Grecia en los últimos años.

### EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS ESPAÑOLES A GRECIA

Millones de euros

| Subsector                | 2019  | 2020 | 2021  | 2022  | 2023  | Variación<br>% 23/22 |
|--------------------------|-------|------|-------|-------|-------|----------------------|
| Mobiliario e iluminación | 11,76 | 9,21 | 18,21 | 19,29 | 18,41 | -4,57 %              |
| Textil                   | 7,91  | 6,74 | 7,89  | 10,00 | 9,13  | -8,67 %              |
| Lavandería y tintorería  | 5,46  | 3,50 | 3,88  | 6,60  | 7,10  | 7,59 %               |



|                              |              |              |              |              |              |               |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Lavado de vajilla            | 3,61         | 3,61         | 7,04         | 4,06         | 7,11         | 74,93 %       |
| Equipos auxiliares de cocina | 1,65         | 2,42         | 2,97         | 1,84         | 3,19         | 72,84 %       |
| Equipos de cocina            | 4,55         | 4,26         | 6,39         | 7,63         | 8,11         | 6,36 %        |
| Menaje y servicio de mesa    | 2,79         | 2,04         | 2,93         | 5,02         | 4,95         | -1,47 %       |
| Frío                         | 2,62         | 2,80         | 6,86         | 6,62         | 3,69         | -44,20 %      |
| <b>Total</b>                 | <b>40,36</b> | <b>34,58</b> | <b>56,20</b> | <b>61,06</b> | <b>61,68</b> | <b>1,02 %</b> |

Fuente: Datacomex.

Entre los productos que más penetración tienen en el mercado griego son: los de mobiliario e iluminación, con 18,41 millones de euros en 2023, con un decrecimiento del 4,57 % en comparación con el año 2022. Le sigue textil, con 8,86 millones de euros en 2023, y lavandería y tintorería con 9,13 millones de euros.

Entre los mayores incrementos destacan el lavado de vajilla, con un 74,93 % y los equipos auxiliares de cocina, con un 72,84 %. El mayor descenso es el experimentado por el grupo de frío, con un -44,2 % respecto al año 2022.

En total se han realizado importaciones por valor de 61,68 millones de euros de las diferentes agrupaciones de productos analizadas en el año 2023. Esto representa un aumento del 1,02 % con respecto al año 2022. Del crecimiento ininterrumpido de las exportaciones españolas desde el año 2020, se puede extrapolar la buena valoración que tienen los productos españoles, la recuperación de la pandemia y el aumento del turismo, así como una expansión del sector en los últimos años.

## 7. Canales de distribución

En Grecia, la manera más común para poder llegar a las empresas del sector como cliente final es a través de un distribuidor local. Para la empresa extranjera, un distribuidor es fundamental a la hora de introducirse y estar presente en el mercado heleno. El motivo principal reside en la necesidad del cliente de obtener un servicio técnico postventa que es más difícil de ofrecer por aquellas empresas que no están establecidas de forma permanente en el mercado. También existe la opción de implantarse directamente en el mercado, ya sea mediante una oficina de representación o una tienda propia, señal de gran compromiso de la compañía con Grecia. Sin embargo, esta opción implica una mayor inversión de tiempo y recursos.

Las empresas que decidan operar mediante distribuidor podrán contar con más información sobre el mercado por parte de este, quien lo conocerá en profundidad y probablemente contará con su propia red de contactos y clientes. Además, podrá ocuparse del servicio postventa, muy valorado en este sector, dada la necesidad constante de contacto entre usuarios y fabricantes.

En el caso de las grandes cadenas de hoteles, parte del suministro de equipamiento está establecido por parte de la central de compras en el país de la matriz de la cadena. Generalmente, parte de este suministro es determinado por la central. El resto suelen ser adquiridas a distribuidores locales.

Para poder entrar en el mercado local es recomendable acudir a las ferias de equipamiento para hostelería, ya que en estas ferias es donde se es más fácil encontrar posibles distribuidores locales y poder así entablar una futura relación con ellos.

### MERCADOS ELECTRÓNICOS

El índice de Economía y Sociedad Digital 2022 (DESI), publicado por la Comisión Europea, sitúa a Grecia en el 25.º puesto de los 27 países de la UE en relación con el desarrollo de la economía digital en la sociedad, con una puntuación del 38,9 %, muy por debajo de la media europea, situada en un 52,3 %.

La mayor parte de las compras en línea se piden a través de comerciantes de terceros, o marketplaces, como Ebay. Según datos de 2022, las tres empresas con mayor cuota de mercado fueron [Amazon](#) y [eBay](#), seguidas de [PublicWorld](#) con un 12,5 %, un 4 % y un 3,2 % respectivamente.

En cuanto a las principales categorías de compras *e-commerce*, se muestran a continuación las cifras de las ventas online de 2023, su evolución en porcentaje con respecto a 2022 y en el periodo de estimación 2023-2028.

## VALOR DE LAS VENTAS ONLINE POR CATEGORIAS

Millones de euros

| Categoría                       | 2023           | Δ 2022/2023 (%) | Δ 2023/2028 (%) |
|---------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Otros                           | 1,896.9        | 6,87 %          | 57,91 %         |
| Productos del hogar             | 987.1          | 8,68 %          | 34,62 %         |
| Ropa y calzado                  | 974.1          | -4,72 %         | 19,72 %         |
| Electrodomésticos y electrónica | 711.7          | 10,09 %         | 32,25 %         |
| Bebida y tabaco                 | 185.1          | 6,01 %          | 29,82 %         |
| Salud y belleza                 | 174.0          | 10,27 %         | 39,02 %         |
| Comida                          | 134.1          | 12,88 %         | 73,38 %         |
| <b>Total</b>                    | <b>5,063.0</b> | <b>5,40 %</b>   | <b>41,15 %</b>  |

Fuente:Euromonitor.

En la tabla, se puede observar que el comercio electrónico en Grecia alcanzó los 5.603 millones de euros en 2023, un 5,4 % más que el año anterior.

Por su parte, las previsiones para los próximos años son positivas. El mercado del e-commerce en Grecia está en etapa de crecimiento y desarrollo. Una prueba de esto es la tendencia al alza de las proyecciones de ventas en línea, que se espera pasen de los 5.063 millones de euros en 2023 a un total de 7.146,42 millones de euros en 2028, un incremento del 41,15 %.

Al realizar un análisis por categoría, se observa una evolución favorable tanto en la categoría de "Productos del Hogar" como en la de "Electrodomésticos y Electrónica". Durante el último año, ambas han experimentado un aumento del 8,68 % y 10,09 %, respectivamente. Asimismo, las proyecciones futuras son positivas para ambas categorías, con una estimación de crecimiento del 34,62 % en productos del hogar y del 32,25 % en electrodomésticos en los próximos cinco años.

Entre las principales cadenas de cada subsector podemos encontrar Madame Coco en textil, Public + Home y Kotsovolos en el caso de los electrodomésticos y en el caso del mobiliario, IKEA, Praktiker y Leroy Merlin.

Es importante señalar que, en el año 2019, Public adquirió Media Markt en Grecia, estableciendo así la marca Public + Home. De manera similar, en noviembre de 2023, Public Power Corporation (PPC) adquirió la prestigiosa marca de productos de electrónica Kotsovolos.

## 8. Acceso al mercado – Barreras

### 8.1. Principales barreras de acceso al mercado

La introducción de mercancías originarias de otros países comunitarios o comunitarizadas (mercancía con estatuto aduanero de mercancía comunitaria), está exenta del pago de aranceles. Sin embargo, las mercancías procedentes de terceros países quedan sometidas a los derechos del Arancel Comunitario.

En la última reforma de los tipos del IVA, cuya entrada en vigor el 1 de junio de 2016, se establecieron tres tramos diferentes. El tipo reducido del 6 %, aplicado a medicamentos, libros y teatro. El tipo intermedio del 13 %, aplicado a alimentos frescos, hoteles, factura de la luz y agua. Por último, el tipo superior del 24 % para el resto (donde se incluyen los productos objeto de este estudio).

### 8.2. Legislación, homologación y certificación

En cuanto a certificaciones y homologaciones, como Grecia forma parte de la Unión Europea, no es necesario ningún requisito especial diferente de los que tienen que cumplir cualquier país miembro.

En Grecia, el organismo dedicado a la aplicación de esta normativa es la [Agencia de Acreditación de Grecia](#) (Hellenic Accreditation System E.SY.D.) es una institución pública independiente, que actúa como servicio nacional de acreditación en la República de Grecia. ESYD se fundó con el fin de implementar y supervisar la aplicación de la normativa técnica de la Unión Europea, asegurando la coordinación con todos los países miembros.

### 8.3. Financiación e inversión

En cuanto a los instrumentos que provee España para el apoyo financiero a la internacionalización, entre los de origen público, CESCE (seguro de crédito y avales), CARI (seguro de tipo de interés) y FIEM (cofinanciación) serían las líneas principales de ayuda para la exportación. En relación con el apoyo a la inversión, destacan COFIDES y FIEM (financiación), CESCE (seguros) y ENISA (innovación) Para más información sobre las diferentes opciones presentadas, se puede visitar la página web del ministerio o solicitar asesoramiento a ICEX.



Además, Grecia proporciona diversos estímulos financieros a la inversión, tales como desgravaciones fiscales, subvenciones y créditos blandos, contemplados en la legislación vigente. En los últimos años, el país ha promulgado diversas leyes con el propósito de fomentar las inversiones directas en su territorio.

Destaca la Ley de Desarrollo 4887/2022 (Boletín Oficial del Gobierno A/16/04.02.2022), que ha surgido como la principal herramienta de desarrollo e inversión en Grecia. Su objetivo es lograr una intervención integral y sistemática en todos los ámbitos y sectores de la economía, generando beneficios en el ámbito financiero, la convergencia regional y la cohesión social.

Esta legislación busca mejorar la competitividad en sectores de alto valor añadido, proporcionar productos y servicios innovadores mediante el uso de tecnologías y sistemas avanzados. Asimismo, establece incentivos específicos para respaldar y desarrollar empresas, con el fin de ejecutar planes de inversión consolidados en todo el territorio griego. Con el propósito de alcanzar estos objetivos, se incorporan disposiciones que agilizan el proceso de evaluación, aprobación, revisión y verificación de los planes de inversión respaldados por este esquema.

Para obtener información más detallada, puede consultar la Guía de incentivos a la implantación en Grecia, disponible en la página web de la [Oficina Económica y Comercial de España en Atenas](#).

## 9. Perspectivas del sector

### 9.1. Turismo

Grecia es uno de los destinos turísticos más populares del mundo debido a su rica historia, su patrimonio cultural, sus hermosas islas y su clima mediterráneo. A lo largo de los años, el turismo ha sido un componente vital de la economía griega, contribuyendo significativamente al PIB del país y generando empleo. Es probable que Grecia siga atrayendo a una gran cantidad de turistas en el futuro debido a sus atractivos naturales y culturales.

El Plan Estratégico Nacional para el Desarrollo del Turismo para 2021 a 2030 se centra en mejorar y reforzar aún más la competitividad del producto turístico del país y junto con el Plan de Recuperación y Resiliencia de Grecia, «Grecia 2.0», que destinará y movilizará un total de 12.627 millones de euros para proyectos de inversión privada y transformación económica, entre los que se incluirán inversiones destinadas al sector turístico, como el caso del plan de Mejora de las Inversiones Turísticas para PYMEs, con el que ya se están desarrollando proyectos de mejora y renovación de alojamientos turísticos en islas como Thasos o Poros que prometen suponer un gran salto adelante en la modernización y dinamización del sector.

Gracias a esta situación se espera que el sector HORECA en Grecia experimente también una rápida recuperación. Los visitantes internacionales juegan un papel crucial en el sector HORECA, ya que su gasto en alojamiento, restaurantes y servicios de catering impulsa la economía turística del país.

#### PROYECCIONES DE LLEGADAS Y GASTO TOTAL DE TURISTAS

*Datos en millones de turistas y millones de euros*

|                          | 2023*    | 2024     | 2025     | 2026     | 2027     | 2028     | Variación<br>2023/2028 |
|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------------------|
| Número total de turistas | 32.930,2 | 39.356,9 | 41.431,0 | 43.141,7 | 44.621,1 | 46.070,5 | 39,9 %                 |
| Gasto turístico          | 17.429,4 | 21.387,9 | 22.907,4 | 25.227,3 | 26.497,3 | 27.390,9 | 57,15 %                |

Fuente: Euromonitor \* Las cifras difieren del apartado 4.1 debido a que se han obtenido de fuentes diferentes.

Se anticipa un aumento del 39,9 % en el número total de turistas en Grecia durante el periodo comprendido entre 2023 y 2028. Asimismo, se proyecta un incremento del 57,15 % en el gasto turístico durante el mismo periodo, si bien se nota una desaceleración en el ritmo de aumento del gasto en los últimos años examinados.

## 9.2. Sector hotelero

Con respecto al sector hotelero, en la tabla a continuación se presentan algunos datos de las proyecciones esperadas.

### PROYECCIONES DEL SECTOR HOTELERO

|                                                              | 2023*   | 2024    | 2025    | 2026    | 2027  | Variación<br>2023/2027 |
|--------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|-------|------------------------|
| Número de habitaciones hoteleras (miles)                     | 402,1   | 422,5   | 436,7   | 446,5   | 454,8 | 13,11 %                |
| Número de establecimientos hoteleros                         | 8.618   | 9.594   | 9.658   | 9.643   | 9.666 | 12,16 %                |
| Valor de las ventas del mercado hotelero (millones de euros) | 7.152,3 | 8.621,9 | 9.029,9 | 9.290,9 | 9.477 | 32,5 %                 |

Fuente: Euromonitor \* Las cifras difieren del apartado 4.2 debido a que se han obtenido de fuentes diferentes.

El sector hotelero en Grecia está experimentando un crecimiento significativo y sostenido, según las proyecciones para los próximos años. Se espera que el valor de las ventas del mercado hotelero supere los 9.477 millones de euros en 2027, lo que representa un aumento del 32,5 % con respecto al año 2023. Este incremento refleja un aumento en la demanda de alojamiento y servicios relacionados con el turismo en el país.

Además, se prevé un aumento del 12,16 % en el número de establecimientos hoteleros, que pasarán de 8.618 en 2023 a 9.666 en 2027. Este crecimiento en la oferta hotelera se acompaña de un incremento del 13,11 % en el número total de habitaciones disponibles, lo que indica una expansión significativa en la capacidad de alojamiento del país.

Estos datos reflejan un panorama prometedor para el sector hotelero griego, donde se observa una clara tendencia hacia el crecimiento y la mejora de la infraestructura turística. Este aumento en la oferta de alojamiento no solo impulsará el desarrollo económico en la industria del turismo, sino que también generará oportunidades de inversión y empleo en todo el país. La evolución proyectada del sector refleja un mercado en crecimiento que está respondiendo a las crecientes demandas y expectativas de los turistas que visitan Grecia.

La evolución favorable de las cifras de turismo, el incremento de la inversión en unidades hoteleras y su renovación, el crecimiento de las exportaciones de España a Grecia y el aumento del consumo aparente, sugieren que el sector de equipamiento HORECA tiene buenas perspectivas de futuro y ofrece oportunidades de desarrollo y consolidación en los próximos años.

## 10. Información práctica

### 10.1 Ferias

- HORECA Expo: feria sobre el sector de hoteles, restauración y catering.
  - Localización: Metropolitan Expo Exhibition Centre (Atenas)
  - Última edición: 9 – 12 de febrero de 2024
  - Próxima edición: 8 – 10 de marzo de 2025
  - Página web: <https://horecaexpo.gr/>
  - [Informe de feria Horeca 2024](#)
- XENIA: feria sobre el equipamiento del sector hotelero
  - Localización: Metropolitan Expo Exhibition Centre (Atenas)
  - Última edición: 25-27 de noviembre de 2023
  - Próxima edición: 23-25 de noviembre de 2024
  - Página web: <https://www.xenia.gr/en/>
  - [Informe de feria Xenia 2023](#)

### 10.2 Asociaciones y organizaciones

- Asociación hotelera griega: <https://www.hhf.gr/>
- Página de turismo de Grecia: <http://www.visitgreece.gr/>
- Organización nacional de turismo griego: <http://www.gnto.gov.gr/>
- Asociación de turoperadoras y agencias de viaje: <http://www.hatta.gr/>

### 10.3 Realidad económica del país

Tras varios años de recesión, a partir de 2017 la economía griega volvió a registrar tasas de crecimiento positivas, tendencia que se interrumpió abruptamente en 2020 por la crisis provocada por la pandemia del COVID-19, que causó una contracción del PIB del 9,3 % en dicho año. El crecimiento del PIB en 2023 alcanzó el 2 %. Las previsiones de la Comisión Europea sitúan el crecimiento del PIB en el 2,3 % para 2024 (Winter Economic Forecast 2024), mientras que el FMI

estima un crecimiento para 2024 del 2,1 %. Por otra parte, el FMI sitúa la tasa de crecimiento para 2025 en el 1,6 % y la Comisión Europea en un 2,3 %.

Los datos de empleo son tradicionalmente negativos en Grecia, con tasas de desempleo de dos dígitos y superiores al 15 %. Desde el pico del 24,9 % alcanzado en 2015, la tasa de desempleo se ha ido reduciendo en los últimos años hasta alcanzar el 12,5 % en 2022. Las medidas de apoyo al empleo adoptadas por Grecia han permitido por el momento continuar con esta tendencia, alcanzado la tasa de paro de 11,1 % en 2023.

En lo que respecta a los precios, tras un periodo de estancamiento o incluso deflacionario, el HIPC volvió al terreno positivo desde 2017, volviendo a la situación deflacionaria en 2020 (HIPC **-1,3 %**). En 2021 el HIPC presentó un incremento de 0,6 %, de 9,3 % en 2022 y de 4,2 % en 2023.

## 10.4. Importancia del país en la región

Grecia, en el contexto de su área geográfica, se posiciona como el tercer país con mayor población, exhibiendo un Producto Interno Bruto (PIB) total que se acerca al 30 % del PIB turco y guarda similitudes significativas con el rumano. Se destaca especialmente en el PIB per cápita, superando en 1,4 veces al país que le sigue, Turquía. La ubicación geográfica de Grecia la sitúa en el epicentro de una región conformada por países que recientemente han superado el comunismo, coexistiendo con Turquía, una nación que avanza rápidamente hacia el estatus de desarrollo europeo. Este posicionamiento ha convertido a Grecia en un inversor de relevancia en toda su área de influencia. La disparidad en el desarrollo económico con sus países vecinos ha impulsado, asimismo, un notable fenómeno de deslocalización de empresas griegas hacia estas naciones.

## 10.5. Cultura empresarial

- El idioma extranjero más utilizado es el inglés, aunque en sociedades de cierta significación no es extraño encontrar personas que hablen francés o alemán.
- Para una primera toma de contacto, en general, el griego preferirá el contacto telefónico al escrito (carta o correo electrónico).
- Es muy aconsejable la ayuda de representantes o agentes locales, ya que este es un mercado bastante cerrado en el que la competencia puede ser limitada.
- El cliente griego es especialmente sensible al buen servicio y a la consistencia en la calidad a lo largo del tiempo.
- Es importante elegir con detenimiento el medio de transporte de la mercancía.



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

