

PERFIL DEL CONSUMIDOR

Alemania



Alemania es uno de los países cuya tasa de urbanización es de las más altas de Europa, con alrededor del 85%. Es un país polifacético, cuyas principales áreas metropolitanas son: Berlín, Hamburgo, Múnich, Colonia y por último, Fráncfort.



Los consumidores tienden a comparar precios, por lo que frecuentemente suelen comprar en tiendas de descuentos. Tienen criterios de selección muy estrictos según el producto que desean comprar. En el caso de los bienes duraderos, lo más importante es la seguridad y la calidad. Mientras que, para los productos diarios, el criterio dominante es el precio.



La demanda por bienes de lujo continúa en aumento y son las personas jubiladas las que más apuestan a este tipo de productos. Por otro lado, el segmento de jóvenes exitosos sin hijos, tiende a vivir en áreas metropolitanas y, por lo general, gasta una proporción muy alta de sus ingresos en ropa.



Se caracterizan por ser estrictos a la hora de seleccionar los productos que llevarán a su mesa. Cada día son más las empresas que incorporan certificaciones tales como CE, Sistema APPCC y Good Agricultural Practice, las cuales son importantes para acceder al mercado de la Unión Europea.



El comercio electrónico aumenta día tras día; los consumidores aprecian la comodidad sin que esto implique sacrificar calidad y precio. En cuanto al tamaño del mercado ecommerce alemán, rondó los 97 mil millones de dólares para el año 2022, según StackScales. De este modo, el país se ubica en la posición número 7 del ranking mundial de países con mayor volumen de negocios digitales, por detrás de China, de Estados Unidos, del Reino Unido, de Japón, de Corea del Sur y de India.

Fuente: Santander Trade, Oficina Federal de Estadística de Alemania, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú.