

RADIOGRAFÍA DE LA DEMANDA

Alemania



Alemania es el duodécimo país más poblado del mundo, con más de 83 millones de habitantes, y también es el décimo en cuanto a la mayor densidad poblacional del continente europeo.



Más del 91% de la población es de origen alemán. El grupo de origen étnico no-alemán más grande es el turco, el cual representa más del 3% de la población.



La inestabilidad del sistema financiero, luego de la caída en bolsa del Deutsche Bank, y la inflación son, actualmente, las mayores preocupantes financieras de los consumidores.



Alemania está especialmente comprometida con la agricultura sostenible, pero también muestra un fuerte respaldo a la investigación agrícola. El Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) invierte unos 2.000 millones de euros anuales en seguridad alimentaria e impulsa el desarrollo rural.



Entre 2020 (Pandemia) y 2022 (post pandemia) las preferencias alimenticias por segmentos no se vieron afectadas. En la cima aparecen las frutas y las verduras, seguidas por los lácteos. Cierran el el podio los dulces y los aperitivos.



Los consumidores valoran los productos que buscan preservar el medio ambiente, la biodiversidad y el desarrollo sostenible. Promueven y eligen productos cultivados y elaborados de manera sostenible, respetando el medio ambiente y los ecosistemas de cada país.



Alrededor del 90% de la población alemana cuenta con televisión por cable o satelital. Se estima que que, en promedio, pasan dos horas y medias al día frente al televisor. Mientras que el 88% de la población posee Internet.



Se sugiere implementar una distribución multicanal. No obstante, cuando se trata de alimentos, los jóvenes y los adultos prefieren comprarlos en tiendas físicas para elegirlos por sí mismos.

Fuente: Statista, Santander Trade, Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura, Deutsche Bundesbank, Banco Central Europeo, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú.