



GUÍA DE MERCADO
MULTISECTORIAL

Alemania

Índice

1.	Resumen ejecutivo.....	3
2.	Información general	3
3.	Situación económica y de coyuntura	4
3.1.	Análisis de las principales variables macroeconómicas	4
3.2.	Evolución de los principales sectores económicos	5
3.3.	Nivel de competitividad	6
4.	Comercio exterior de bienes	7
4.1.	Intercambio comercial de Alemania con el mundo	7
4.2.	Intercambio comercial de Alemania con Perú	8
5.	Acceso a mercado	9
5.1.	Medidas arancelarias y no arancelarias	9
6.	Oportunidades Comerciales	11
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	11
6.2.	Productos con potencial exportador	11
7.	Tendencias del Consumidor	16
8.	Cultura de Negocios	16
9.	Links de interés	17
10.	Eventos comerciales.....	17
11.	Bibliografía	18

1. Resumen ejecutivo

Alemania, la economía más grande de Europa y la cuarta a nivel mundial, sigue siendo un referente global en innovación, tecnología e industria manufacturera. Con una población estimada de 84 millones de habitantes en 2024, el país se caracteriza por su estabilidad económica, una sólida infraestructura y un entorno político favorable para los negocios. Su modelo económico se basa en la industria de alta tecnología, un sector automotriz líder y una importante capacidad exportadora, posicionándolo como un socio comercial clave a nivel global.

En términos económicos, Alemania experimentó un crecimiento moderado en 2023, estimado en un 0,7% según el FMI. Este desempeño se vio impulsado por un sólido sector exportador y la transición hacia energías renovables. Sin embargo, la economía enfrenta retos significativos como la crisis energética derivada de la dependencia previa del gas ruso, las presiones inflacionarias y la escasez de mano de obra calificada. Para mitigar estos desafíos, el gobierno alemán ha implementado medidas como subsidios para tecnologías verdes, incentivos fiscales y planes de digitalización en pequeñas y medianas empresas.

Socialmente, Alemania se distingue por su diversidad cultural, resultado de décadas de políticas de acogida a migrantes. Esto ha contribuido a una fuerza laboral amplia y multicultural, pero también ha generado desafíos en términos de integración y cohesión social. Además, el sistema educativo y de formación profesional alemán es considerado un modelo a seguir, garantizando un flujo constante de talento altamente calificado que respalda su competitividad global.

Geopolíticamente, Alemania mantiene su liderazgo en la Unión Europea, desempeñando un rol central en la formulación de políticas económicas, energéticas y climáticas del bloque. Es miembro del G7, G20 y la OTAN, con un enfoque en promover la paz y el comercio internacional.

Alemania sigue siendo un destino atractivo para las inversiones internacionales, especialmente en sectores como la automatización industrial, la inteligencia artificial, las energías renovables y la biotecnología. No obstante, su éxito futuro dependerá de su capacidad para abordar desafíos estructurales, como la transición energética, el envejecimiento poblacional y las brechas en la infraestructura digital.

2. Información general¹



Alemania, oficialmente conocida como la República Federal de Alemania, es una nación ubicada en el centro de Europa, con una superficie de aproximadamente 357,022 km². Limita al norte con Dinamarca y el Mar del Norte; al este con Polonia y la República Checa; al sur con Austria y Suiza; y al oeste con Francia, Luxemburgo, Bélgica y los Países Bajos.

Berlín, su capital, es conocida por su historia cultural y política, así como por ser un importante centro económico y tecnológico. Otras ciudades clave como Múnich, Hamburgo, Frankfurt y Colonia desempeñan roles destacados en la economía y la vida social del país.

Alemania es una república federal parlamentaria compuesta por 16 estados federados, cada uno con su propio nivel de autonomía. El alemán es el idioma oficial y predominante, pero se reconocen dialectos regionales y, en algunos casos, minorías lingüísticas como el sorabo. Con una población de alrededor de 84 millones de habitantes, asimismo es la nación más poblada de la Unión Europea y cuenta con una sociedad altamente urbanizada y multicultural, alimentada por décadas de inmigración.

¹ Fuente: CIA World Factbook (2024)

3. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

Alemania es la principal potencia económica en Europa y la cuarta a nivel mundial. Sin embargo, el país se vio severamente afectado por las consecuencias del conflicto entre Rusia y Ucrania: antes de la invasión, Alemania dependía en gran medida del gas, petróleo y carbón rusos, con alrededor de un tercio de su suministro de energía primaria proveniente de Rusia. Después de crecer un 1.8% en 2022, el PIB de Alemania se contrajo en un estimado del 0.5% en 2023 (FMI, -0.3% según las cifras de la Comisión Europea), a medida que la producción industrial extendió su declive en el tercer trimestre, tras un primer semestre lento. Además, la inflación elevada erosionó el poder adquisitivo, afectando negativamente al consumo privado, mientras que los volúmenes de exportación se contrajeron debido al debilitamiento de las condiciones económicas en los principales socios comerciales de Alemania. El país anticipa una modesta recuperación en 2024: se espera que la reactivación sea impulsada por un mayor crecimiento en el sector de servicios al consumidor interno, mientras que el panorama del sector manufacturero depende de la demanda extranjera. A pesar de los desafíos persistentes en las cadenas de suministro, su impacto notablemente disminuyó en 2023 y se proyecta que tenga un efecto limitado en la producción en 2024. Además, no se prevé que Alemania encuentre una crisis energética durante el invierno de 2023-2024, a diferencia del año anterior. En general, el FMI prevé un crecimiento del 0.9% este año y del 2% en 2025. En términos de demanda, se espera que la recuperación provenga del consumo personal, que constituye el 52% del PIB (Coface), como resultado del aumento salarial determinado por los acuerdos de negociación colectiva alcanzados a principios de 2023.

Las medidas sin precedentes tomadas para combatir la pandemia y estabilizar la economía, seguidas de varios paquetes de apoyo energético, impulsaron un aumento en el déficit presupuestario de Alemania en los últimos años. El FMI estimó el déficit del gobierno federal en el 2.4% del PIB en 2023 (frente al 2.1% del año anterior). En 2024, se espera que el déficit del gobierno disminuya al 1.1% del PIB (1.6% según la Comisión Europea). Además de la interrupción de las medidas relacionadas con la energía, la consolidación fiscal será apoyada por un crecimiento sólido de los ingresos gubernamentales. Sin embargo, varias iniciativas fiscales, incluida la abordar la "creep fiscal", aumentar las asignaciones familiares y apoyar a las empresas para el crecimiento, impactarán negativamente en los ingresos gubernamentales. La proyección para 2025 prevé una reducción adicional del déficit del gobierno al 0.6% del PIB (FMI). Sin embargo, la decisión de noviembre del Tribunal Supremo respecto al Fondo de Clima y Transformación (KTF) podría potencialmente impactar en la utilización de otros fondos especiales, lo que podría requerir financiamiento adicional para sus planes de gasto a través del aumento de los ingresos y recortes en otras áreas, lo que podría resultar en un mayor ajuste fiscal. La regla de la deuda nacional se restableció en 2023 después de la suspensión durante 2020-2022 (cuando la relación deuda-PIB se situaba en el 66.1%), con la relación disminuyendo al 65.9%. En general, se espera que la deuda gubernamental disminuya gradualmente durante el horizonte de previsión, hasta alcanzar alrededor del 59.9% para 2026 (FMI). Después de alcanzar su punto máximo en 2022, la inflación anual se desaceleró constantemente durante el último año, con un nivel general estimado del 6.3% por el FMI. La reducción fue influenciada principalmente por la caída de los precios mayoristas de la energía y la implementación de medidas energéticas. Mirando hacia el futuro, se espera que la desaceleración de la inflación persista, aunque a un ritmo más lento, alcanzando el 3.5% en 2024 y el 2.2% al año siguiente. Se anticipa un apoyo temporal a la inflación, particularmente en el sector de servicios, debido al continuo crecimiento de los salarios. Al mismo tiempo, se espera que el crecimiento de los precios de la energía juegue un papel relativamente menor. La disminución de la inflación y el aumento de los salarios deberían respaldar los ingresos reales y el consumo privado durante el horizonte de previsión.

El desempleo se estimó en el 3.3% en 2023 (FMI), frente al 3.1% del año anterior, con un crecimiento salarial promedio del 6.1% en términos anuales en el primer semestre. El FMI prevé que el desempleo se mantenga en su nivel actual en 2024, antes de disminuir al 3.1% en 2025. Para abordar la escasez de mano de obra cualificada, la OCDE recomienda mejorar los incentivos laborales para las mujeres, las personas mayores y aquellos con ingresos más bajos, lo que podría lograrse mediante la mejora de los programas de capacitación y aprendizaje para adultos y la simplificación del reconocimiento de calificaciones para migrantes y refugiados. Con un PIB per cápita (PPA) de USD 66,038, Alemania se encuentra entre los países más ricos del mundo (FMI, 2023). Sin embargo, según datos de Destatis, alrededor del 20.9% de la población del país está en riesgo de pobreza o exclusión social: en 2022, el 14.7%

de la población estaba en riesgo de pobreza, el 6.1% se vio afectado por la privación material y social severa y el 9.7% vivía en un hogar con una intensidad laboral muy baja.

Cuadro N° 01: Principales Indicadores Macroeconómicos

Indicadores Económicos	2020	2021	2022	2023*	2024*	2025*
Crecimiento del PBI (%)	-4,10	3,67	1,37	-0,26*	0,01*	0,79*
PBI per cápita (Miles de USD)	47 342	52 301	49 725	53 565*	55 521*	57 914*
Tasa de inflación (%)	0,37	3,21	8,67	6,03*	2,37*	2,03*
Tasa de desempleo (%)	3,63	3,58	3,07	3,03*	3,35*	3,15*

Fuente: FMI, Global Data (Consultado Diciembre 2024) Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU *Datos estimados²

En respuesta a los desafíos globales recientes, Alemania ha adoptado una estrategia basada en la transición energética y la digitalización para garantizar su competitividad económica. Las inversiones en tecnologías verdes, como energías renovables y movilidad eléctrica, son pilares fundamentales, junto con el fortalecimiento de la inteligencia artificial y la automatización industrial. Además, el país ha reforzado sus alianzas comerciales dentro de la Unión Europea y ha ampliado su colaboración con mercados clave en Asia y América del Norte, buscando diversificar sus relaciones económicas y asegurar un crecimiento sostenible a largo plazo.

La unidad monetaria de Alemania, es el Euro (EUR). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto.

1 USD = 0,955218 EUR
Dólar ↔ Euro
1 EUR = 1,046881 USD

1 PEN = 0,26925141 USD
Sol peruano ↔ Dólar
1 USD = 3,71400 PEN

3.2. Evolución de los principales sectores económicos³

El sector agrícola alemán es bastante limitado: contribuye apenas con un 0,9% al PIB y emplea al 1% de la fuerza laboral del país (Banco Mundial, datos más recientes disponibles). Para sostener una población que supera los 200 millones de animales de granja, aproximadamente el 50% del paisaje agrícola consiste en pastizales y tierras de cultivo designadas para fines de alimentación. Las principales áreas de producción dentro del sector agrícola, destinadas al consumo humano, abarcan no solo productos animales sino también cereales para pan, patatas, remolachas azucareras, semillas oleaginosas, frutas y verduras. Además, áreas específicas de pastizales y cultivos están asignadas para la producción de bioenergía y bio-recursos. Según la Oficina Estadística Nacional, Destatis, en Alemania existen alrededor de 262,776 explotaciones agrícolas, la mayoría de las cuales son empresas individuales, lo que significa que la mayoría de los agricultores gestionan sus negocios solos o con sus familias. En los últimos años, el número de explotaciones dedicadas a la agricultura orgánica ha ido creciendo constantemente, alcanzando las 26,133. La superficie agrícola utilizada asciende a 16.6 millones de hectáreas, con un tamaño promedio de 63.2 hectáreas (Destatis). En el período comprendido entre 2007 y 2022, la producción agrícola en Alemania creció un 9.1% (Comisión Europea). En 2022, casi el 14.2% del valor total de la producción agrícola de la UE provino de Alemania (76.2 mil millones de euros - Eurostat). El valor de la producción agrícola del país aumentó un 30% interanual, aunque el aumento del valor fue impulsado principalmente por el aumento de los precios.

El sector industrial representa aproximadamente el 26.9% del PIB y emplea al 28% de la fuerza laboral del país. Alemania es el país más industrializado de Europa y su economía está bien diversificada: la industria automotriz es el sector más grande del país, pero Alemania también retiene otros sectores especializados, incluyendo la ingeniería mecánica, equipos eléctricos y electrónicos, y productos químicos. En general, las actividades manufactureras por sí

² Fuente: Fondo Monetario Internacional (FMI) - 2024

³ Fuente: Informe Económico y Comercial de Alemania (2023)

solos representan el 18% del PIB. La actividad industrial está concentrada principalmente en los estados de Baden-Württemberg y Renania del Norte-Westfalia, donde se encuentran más de la mitad de las 1,600 empresas manufactureras alemanas identificadas como líderes mundiales en el mercado. Según los últimos datos disponibles de BDI, en los primeros nueve meses de 2023, la producción industrial disminuyó un 1% con respecto al mismo período del año anterior. En el sector manufacturero, la producción para el período entre enero y septiembre de 2023 experimentó un descenso interanual del 0.2%. Al examinar industrias específicas, se observó un crecimiento notable en la producción de vehículos (un aumento del 14.4%) y otros equipos de transporte (un aumento del 8.5%). Sin embargo, se registraron tasas de crecimiento más modestas en la industria eléctrica (un aumento del 2.8%) y la fabricación de maquinaria (un aumento del 0.5%). Es importante señalar que las industrias intensivas en energía redujeron significativamente las tasas de producción, con la industria química, papelera, vidrio y cerámica registrando todas reducciones de más del 14% en comparación con el mismo período del año anterior. La disminución fue menos pronunciada en la producción y procesamiento de metales (un -3.3%).

El sector de servicios de Alemania es un importante empleador (el 71% de la fuerza laboral) y contribuye con el 62.7% del PIB del país. El crecimiento del sector en los últimos años ha sido impulsado principalmente por una fuerte demanda de servicios relacionados con los negocios y por el desarrollo de nuevas tecnologías, que han contribuido a establecer nuevos sectores en el ámbito terciario. El sector de alojamiento y servicios de alimentación también juega un papel importante, con un volumen total de negocios de 104 mil millones de euros (Destatis). El sistema bancario de Alemania comprende tres pilares: bancos comerciales privados, bancos del sector público y bancos cooperativos. El segmento con la mayor participación de activos en el sistema bancario está compuesto por los bancos comerciales privados, que constituyen aproximadamente el 40% del total de los activos, mientras que los bancos cooperativos representan alrededor del 12% (Federación Bancaria Europea). En general, el modelo económico alemán depende en gran medida de una densa red de pequeñas y medianas empresas (PYMEs), a menudo muy abiertas al entorno internacional: según los últimos datos de Destatis, alrededor del 56% del total de personas empleadas trabajan en PYMEs, con la proporción de personas empleadas en microempresas que representan el 18%, mientras que el 21% trabaja en pequeñas empresas y el 17% en medianas empresas.

3.3. Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la "Facilidad de hacer negocios" (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para Alemania, Perú y otros países principales de exportación que integran el continente europeo ⁴.

Cuadro N° 02: Facilidad para hacer negocios 2020

Criterios	Alemania	Perú	Reino Unido	Países Bajos	Italia
Global Rank	22	76	8	42	58
Apertura de un negocio	125	133	18	24	98
Manejo permiso de construcción	30	65	23	88	97
Obtención de electricidad	5	88	8	58	38
Registro de propiedades	76	55	41	30	26
Obtención de crédito	48	37	37	119	119
Protección de los inversionistas minoritario	61	45	7	79	51
Pago de impuestos	46	121	27	22	128
Comercio transfronterizo	42	102	33	1	1
Cumplimiento de contratos	13	83	34	78	122
Resolución de la Insolvencia	4	90	14	7	21

Fuente: Doing Business. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ. (Consultado Diciembre 2024)

Del cuadro N° 02, se puede mencionar que el país de Alemania se encuentra en el puesto Nro. 22 del Ranking Global.

⁴ Fuente: Banco Mundial - Doing Business (2020)

De los cuales destaca en las posiciones de "Resolución de Insolvencia", "Obtención de electricidad", "Cumplimiento de contratos", "Manejo de permiso de construcción", entre otros.

4. Comercio exterior de bienes

4.1. Intercambio comercial de Reino Unido con el mundo⁵

El comercio representa el 100% del PIB de Alemania (Banco Mundial 2022, frente al 89% del año anterior), y el país es tanto el tercer mayor importador como exportador del mundo. Alemania es de lejos el mayor exportador de automóviles del mundo: los automóviles y sus partes representaron el 15,4% de las exportaciones, siendo su principal producto de exportación en 2022, con un valor de alrededor de EUR 245 mil millones (Destatis). Las máquinas (13,3%) y los productos químicos (10,3%) ocuparon el segundo y tercer lugar, respectivamente. En el mismo año, los principales productos importados fueron el gas de petróleo (4,6%), los vehículos y sus partes (4,4%) y los aceites de petróleo (4%).

En 2022, el principal destino de exportación de Alemania fue Estados Unidos, que representó el 9,8% del total, seguido de Francia (7,4%), los Países Bajos (7%) y China (6,7%). Las importaciones provinieron principalmente de China (12,8%), por delante de los Países Bajos y Estados Unidos (7,6% y 6,2%, respectivamente). En general, China fue el socio comercial más importante de Alemania en 2022 por séptimo año consecutivo (datos de Destatis). Alemania sigue siendo la economía "más abierta" de los países del G7.

El saldo comercial del país es estructuralmente positivo. Según las últimas cifras de la oficina estadística nacional Destatis, en 2022, Alemania registró un aumento notable tanto en las exportaciones como en las importaciones: las mercancías exportadas ascendieron a EUR 1,574 billones, marcando un aumento del 14,1%, mientras que las importaciones totalizaron EUR 1,494.4 billones, reflejando un aumento del 24,1% en comparación con 2021. El saldo comercial exterior para 2022 registró un superávit de EUR 79,7 mil millones, el más bajo desde 2000. Esta cifra representa una caída significativa (por sexto año consecutivo), con el superávit de exportación más que duplicándose en comparación con el superávit de EUR 175,3 mil millones en 2021, principalmente debido al aumento pronunciado en el costo de las importaciones de energía. Los principales superávits comerciales se registraron con Estados Unidos (EUR 62,8 mil millones), Francia (EUR 48,2 mil millones) y Reino Unido (EUR 33,4 mil millones). En cuanto al vasto superávit comercial de Alemania, desde 2014 la Comisión Europea ha instado al país a favorecer las dinámicas de la demanda interna en lugar de las exportaciones, para mitigar el "desequilibrio macroeconómico" existente en la UE (según las reglas de la Comisión, los países de la UE no deben tener un superávit comercial externo de más del 6% de su PIB). Alemania es generalmente un importador neto de servicios comerciales; sin embargo, la tendencia se revirtió en los últimos años. En 2022, Alemania tuvo el mayor valor de exportaciones de servicios (EUR 408 mil millones) e importaciones de servicios (EUR 438 mil millones) entre los Estados miembros de la UE (datos de Eurostat). Según cifras preliminares de Destatis, en el período de enero-octubre de 2023, Alemania exportó bienes por valor de EUR 1,304.6 billones, frente a EUR 596.8 mil millones en importaciones (-0,8% y -2,7% interanual, respectivamente). La UE representó el 54,3% del total de las exportaciones y el 66,6% de las importaciones. esterlinas.

Cuadro N° 03⁶: Intercambio Comercial Alemania – Mundo (Miles de Millones de USD)

Comercio Exterior	2019	2020	2021	2022	2023	TCP. %	Var. %
						2019-2023	2023/2019
Exportaciones	1 487	1 380	1 631	1 677	1 702	3,4	1,5
Importaciones	1 236	1 173	1 423	1 583	1 470	4,4	-7,1
Balanza Comercial	251	207	208	94	233	-1,8	148,2
Intercambio Comercial	2 723	2 553	3 054	3 260	3 172	3,9	-2,7

Fuente: TradeMap (Consultado, Diciembre 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU.

Según TradeMap (2024), las exportaciones del Reino Unido al mundo alcanzaron un valor superior a los USD 1 702 mil millones en el 2023, marcando un crecimiento del 1,5% con respecto al año anterior. Entre sus principales socios

⁵ Fuente: Informe Económico y Comercial de Alemania (2023)

⁶ Fuente: TradeMap (2024)

comerciales destacan Estados Unidos (10%), Francia (7%), Países Bajos (7%), China (6%) y Polonia (6%). Los productos más relevantes en las exportaciones incluyen productos farmacéuticos, además de destacar en vehículos automóviles, maquinaria industrial, equipos electrónicos y productos químicos, que reflejan el liderazgo del país en sectores de alta tecnología e ingeniería avanzada. Este panorama subraya la importancia de las exportaciones como motor clave de la economía alemana, apoyadas en su reputación de calidad e innovación.

En cuanto a las importaciones, Alemania registró un valor aproximado de USD 792 mil millones en 2023, reflejando un decrecimiento del -7,1% en comparación con el año previo. Sus principales proveedores incluyen China (12%), Países Bajos (7%), Estados Unidos (7%), Polonia (6%) e Italia (5%). Entre los productos más importados se encuentran bienes de consumo como aceites crudos de petróleo, gas natural, medicamentos, automóviles y electrónicos, además de productos industriales como maquinaria. Este panorama refleja la alta dependencia de Alemania de las cadenas de suministro globales, especialmente para sectores clave como la automoción y la energía.

4.2. Intercambio comercial de Alemania con Perú⁷

Las exportaciones de Perú al mercado de Alemania totalizaron un valor de USD 974 millones en el 2023, lo cual significó un decrecimiento de -12,0% en comparación a lo exportado en 2022. Para ese mismo año, el intercambio comercial entre ambos países fue de USD 2 056 millones, lo cual significó una disminución del -5,6% en relación al año anterior.

Cuadro N° 04: Intercambio Comercial Alemania – Perú (Millones de USD)

Indicadores	2019	2020	2021	2022	2023	TCP. % 19-23	Var. % 23/22
Exportaciones de Perú a Alemania	1 039	910	1 332	1 107	974	-1,6	-12,0
Importaciones de Perú desde Alemania	0	963	1 097	1 070	1 083	-	1,2
Balanza Comercial	1 039	-53	235	37	-109	-	197,0
Intercambio Comercial	1 039	1 873	2 428	2 177	2 056	18,6	-5,6

Fuente: TradeMap (Consultado, Diciembre 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU.

Un dato importante a señalar es que, en el año 2023, el mercado de Alemania se ubicó en el puesto N° 15 como destino de las exportaciones peruanas.

Solamente el sector no tradicional toma relevancia para este mercado, ya que totalizó el monto de los USD 246 millones, lo cual significó un decrecimiento de -6,1%, dónde este desempeño se vio sustentado principalmente por los menores envíos del sector Agro no tradicional (-1,4%), debido a las exportaciones de espárragos en conserva.

**Cuadro N° 05: Exportaciones por sectores económicos
(Miles de USD)**

SECTOR	2022	2023	Var% 23/22
Tradicional	845	727	-13,9
Minero	484	542	11,9
Agro	260	152	-41,6
Pesquero	101	34	-66,3
Petróleo y Gas Natural	0	0	-95,8
No Tradicional	262	246	-6,1
Agropecuario	106	105	-1,4
Metalúrgico	62	56	-8,7
Textil	55	40	-27,3
Químico	13	13	1,7
Minería No Metálica	3	12	311,1
Pesquero	14	11	-20,5
Varios (Incluye Joyería)	3	4	8,1
Metal Mecánico	3	3	-2,8
Siderúrgico	0	1	1 402,0
Maderas y Papeles	2	1	-68,2

⁷ Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPEORÚ

Piel y Cueros	0	1	37,4
Vidrios y sus manufacturas	0	0	7,9
Cerámicos	0	0	32,0
Artesanías	0	0	-64,0
TOTAL GENERAL	1 107	974	-12,0

Fuente: SUNAT. (Consultado, Diciembre 2024).

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

En el año 2023, se exportaron 760 productos (HS10) no tradicionales al mercado de Alemania. Entre estos principales productos destacan: Cinc sin alear (USD 38 millones), espárragos preparados o conservados (USD 12 millones), antracitas (USD 10 millones), óxido de cinc (USD 9 millones), mezclas de hortalizas, cortadas en trozos (USD 9 millones), entre otros. Cabe destacar que los cinco principales productos mencionados representan el 31% del total exportado del sector no tradicional en el 2023.

A continuación, se muestra el siguiente cuadro N° 6, el cual resume los 10 principales productos no tradicionales exportados al mercado de Alemania:

Cuadro N° 06: Exportaciones de los Principales Productos Peruanos No Tradicionales (Millones de USD)

Partida - Descripción	2019	2020	2021	2022	2023	TCP. % 23/19	Var. % 23/22	Part. % 2023
7901120000 - Cinc sin alear.	41	33	41	39	38	-2,3	-4,9	15
2005600000 - Espárragos preparados o conservados.	9	10	11	10	12	6,8	14,9	5
2701110000 - Antracitas.	1	0	0	0	10	81,1	-	4
2817001000 - Óxido de cinc (blanco o flor de cinc).	10	6	9	9	9	-1,3	6,2	4
0712909000 - Mezclas de hortalizas, cortadas en trozos.	5	5	7	7	9	13,8	20,8	4
2001909000 - Vegetales en vinagre en conserva.	9	9	7	6	8	-3,3	43,0	3
7408210000 - Alambre de cobre de aleaciones de cobre.	5	2	7	11	7	11,5	-30,7	3
1804001200 - Manteca de cacao con un índice de acidez.	10	16	15	3	7	-9,7	117,6	3
6109100039 - T-shirts de algodón, para hombre.	6	5	5	12	6	2,1	-47,5	3
6105100059 - Las demás camisas de punto algodón.	1	1	2	6	6	58,7	3,8	3
Resto	148	131	157	159	134	-2,4	-15,7	54
TOTAL, GENERAL	245	218	260	262	246	0,1	-6,1	100

Fuente: SUNAT. (Consultado, Diciembre 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU.

5. Acceso a mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias⁸

Alemania, como miembro de la Unión Europea, aplica el Arancel Aduanero Común (TARIC), que estandariza los derechos de importación para bienes provenientes de terceros países. Este sistema busca facilitar el comercio dentro del mercado único europeo, protegiendo al mismo tiempo a sectores estratégicos mediante aranceles específicos. Las tasas arancelarias varían dependiendo del tipo de producto, con exenciones o tarifas reducidas para bienes esenciales como medicamentos, productos agrícolas básicos y tecnologías sostenibles. En contraste, productos como textiles, vehículos y ciertos bienes de lujo pueden estar sujetos a tasas más elevadas, generalmente en un rango del 0% al 12%.

Además, Alemania participa en acuerdos comerciales multilaterales y bilaterales negociados por la Unión Europea, que otorgan beneficios arancelarios preferenciales a países socios clave, como Japón, Canadá (CETA) y varios estados del Mercosur. Para productos provenientes de Perú y otras naciones, la base de datos Access2Markets (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/>) ofrece información detallada sobre aranceles, reglas de origen y requisitos de importación, facilitando el acceso al mercado alemán. Estas medidas buscan equilibrar la apertura comercial con la protección de sectores estratégicos y la promoción de una economía sostenible.

A continuación, se muestra un cuadro de preferencias arancelarias de los principales productos no tradicionales exportados al mercado de Alemania.

⁸ Germany Country Commercial Guide

Cuadro N° 07: Aranceles para los Principales Productos Peruanos No Tradicionales exportados hacia Alemania

Alemania: Preferencias arancelarias para Perú para principales productos No Tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales Competidores (% Part. 2023)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	790112	Cinc sin alear	-	Finlandia (50%) Polonia (21%) Noruega (11%)	2,50%	0,00%
2	200560	Espárragos preparados o conservados	2	China (60%) Países Bajos (5%) España (3%)	17,60%	0,00%
3	270111	Antracitas	3	Rusia (32%) Bélgica (26%) Estados Unidos (9%)	0,00%	0,00%
4	281700	Óxido de cinc	4	Austria (20%) Países Bajos (16%) Polonia (16%)	5,50%	0,00%
5	071290	Mezclas de hortalizas, cortadas en trozos	6	China (28%) España (14%) Polonia (12%)	10,20%	0,00%
6	200190	Vegetales en vinagre en conserva	6	Turquía (27%) Grecia (13%) Sudáfrica (9%)	0,00%	0,00%
7	740821	Alambre de cobre	4	Vietnam (36%) Francia (19%) China (11%)	4,80%	0,00%
8	180400	Manteca de cacao	11	Países Bajos (51%) Costa de Marfil (21%) Nigeria (5%)	7,70%	0,00%
9	610910	T-shirts de algodón para hombre	20	Bangladesh (43%) Turquía (14%) India (8%)	12,00%	0,00%
10	610510	Las demás camisas de punto algodón	6	Bangladesh (39%) Turquía (15%) Vietnam (8%)	12,00%	0,00%

Fuente: TradeMap – Market Access Map (Consultado, Diciembre 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU.

Medidas No Arancelarias⁹

En Alemania, como parte de la Unión Europea, las medidas no arancelarias son esenciales para garantizar la calidad, seguridad y sostenibilidad de los productos importados. Estas medidas incluyen regulaciones estrictas en sectores como alimentos, productos farmacéuticos, equipos médicos y productos químicos. Los bienes deben cumplir con los estándares establecidos en la normativa europea, incluyendo la obtención de certificados de conformidad, sanitarios o de seguridad, que deben ser aprobados antes de su ingreso al mercado. Por ejemplo, los alimentos deben cumplir con los requisitos del Reglamento (CE) 178/2002 sobre seguridad alimentaria, mientras que los dispositivos médicos están regulados por el Reglamento (UE) 2017/745.

El etiquetado también es obligatorio y debe incluir información detallada como el país de origen, composición, alérgenos y fechas de vencimiento, según el Reglamento (UE) 1169/2011. Para productos como medicamentos y productos químicos, es obligatorio incluir instrucciones precisas de uso, advertencias de seguridad y fichas técnicas

⁹ Fuente: GMM Germany

según corresponda. Además, Alemania pone énfasis en requisitos medioambientales, como los relacionados con el empaquetado y la sostenibilidad, regulados bajo la Directiva 94/62/CE sobre envases y residuos de envases.

Estas medidas no solo buscan proteger la salud y seguridad de los consumidores, sino también promover la sostenibilidad y la transparencia en el mercado. Para información específica sobre requisitos, se puede consultar la base de datos Access2Markets de la Comisión Europea (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/>), que ofrece detalles actualizados sobre normativas y estándares aplicables en Alemania.

6. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Alemania, como miembro de la Unión Europea, se beneficia de una amplia red de acuerdos comerciales negociados por el bloque, que facilitan el acceso preferencial a mercados clave alrededor del mundo. Entre los acuerdos más destacados están el Acuerdo Económico y Comercial Global (CETA) con Canadá, el Acuerdo de Asociación Económica con Japón y el tratado comercial con Corea del Sur, que ofrecen reducciones arancelarias, eliminación de barreras no arancelarias y condiciones favorables para el comercio de bienes y servicios. Estos acuerdos han fortalecido sectores estratégicos alemanes como la industria automotriz, la maquinaria y los productos químicos.

En relación con Perú, el comercio entre ambas naciones se rige por el Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea y Perú, vigente desde 2013. Este acuerdo permite el acceso preferencial para productos peruanos como frutas frescas, café y espárragos, mientras que las exportaciones alemanas de maquinaria, productos farmacéuticos y vehículos ingresan al mercado peruano con aranceles reducidos o eliminados. Este tratado ha promovido un incremento significativo en el comercio bilateral, beneficiando a sectores industriales y agrícolas de ambos países.

Adicionalmente, Alemania se beneficia de acuerdos de libre comercio con otros mercados emergentes en América Latina, como los del Mercosur, que se encuentran en fase de ratificación. Estos tratados buscan diversificar las exportaciones alemanas y fortalecer su competitividad global en un entorno comercial dinámico. La base de datos Access2Markets de la Comisión Europea (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/>) ofrece información detallada sobre las preferencias comerciales específicas y las oportunidades disponibles en el mercado alemán bajo estos acuerdos.

6.2. Productos con potencial exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se han identificado productos con potencial exportador dentro de cada uno de los sectores al mercado de Alemania. Esta metodología requiere el cálculo de las tasas promedio de participación y variación estandarizadas de las importaciones de Alemania (del periodo comprendido durante los años 2019 al 2023).

De este modo, se concluye que, si tanto las tasas promedio de participación y variación son positivas, se clasifica como un producto "estrella"; si la participación es positiva y la variación negativa se clasifica como "consolidado". Por otra parte, si la participación es negativa y la variación es positiva se clasifica como "prometedor" y si los promedios de la participación y variación son negativos se clasifica como un producto "estancado".

Sector agropecuario

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2023 (Millones de USD)	Arancel Perú	Participación Competidores
090111	Café sin tostar ni descafeinar	Estrella	3 593	0,00%	Brasil (39%) Vietnam (15%) Honduras (10%)

220210	Agua, incl. el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante.	Estrella	1 178	0,00%	Austria (52%) Dinamarca (12%) Francia (8%)
080390	Plátanos frescos o secos	Estrella	1 147	0,00%	Ecuador (34%) Colombia (25%) Costa Rica (17%)
080610	Uvas frescas	Estrella	947	0,00%	Italia (28%) Sudáfrica (19%) India (9%)
220299	Bebidas no alcohólicas	Estrella	882	0,00%	Austria (29%) Países Bajos (18%) Irlanda (13%)
180620	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en barras	Estrella	659	0,00%	Bélgica (64%) Países Bajos (15%) Polonia (7%)
200290	Tomates, preparados o conservados	Estrella	531	0,00%	Austria (29%) Países Bajos (18%) Irlanda (13%)
080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	Estrella	523	0,00%	Chile (11%) Colombia (10%) Israel (9%)
180631	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en tabletas	Estrella	523	0,00%	Países Bajos (30%) Croacia (17%) Austria (17%)
080510	Naranjas, frescas o secas	Estrella	488	0,00%	España (72%) Sudáfrica (11%) Italia (6%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Diciembre 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

El sector agrícola en Alemania, aunque representa aproximadamente una proporción significativa del PIB nacional y emplea al 1,3% de la población activa, es fundamental para garantizar la seguridad alimentaria y respaldar la sostenibilidad económica del país. Alemania es líder en Europa en la producción de cultivos como trigo, cebada, maíz y colza, además de destacarse por su ganadería eficiente, especialmente en porcinos, bovinos y aves de corral. Aunque el país produce frutas y hortalizas, depende de las importaciones para satisfacer la demanda interna de productos como frutas tropicales, café y cacao.

La agricultura alemana es altamente mecanizada y adopta tecnologías avanzadas, incluidas herramientas de agricultura de precisión que optimizan los rendimientos y reducen los impactos ambientales. Sin embargo, enfrenta desafíos como el aumento de los costos de insumos, restricciones regulatorias para reducir emisiones y proteger la biodiversidad, y la creciente presión para adaptarse a las expectativas de sostenibilidad de los consumidores y las políticas de la Unión Europea.

En respuesta, el gobierno alemán fomenta prácticas agrícolas sostenibles a través de iniciativas como el Plan Estratégico de la PAC 2023-2027, que prioriza la transición hacia métodos respetuosos con el medio ambiente, como el manejo eficiente de los recursos hídricos y el uso de energías renovables en la producción agrícola. Estas medidas son respaldadas por la innovación tecnológica y una infraestructura robusta que facilitan la competitividad del sector.

Además, Alemania es un importante exportador de productos agrícolas y alimentos procesados, destacando en mercados internacionales con productos de alto valor agregado como lácteos, carnes, vinos y cervezas. En el mercado interno, la demanda de alimentos orgánicos y de origen sostenible continúa creciendo, impulsada por un consumidor consciente que valora la calidad, la trazabilidad y el impacto ambiental.

Sector pesquero

Sector Pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2023 (Millones de USD)	Arancel Perú	Participación Competidores
160414	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito, enteros o en trozo	Estrella	437	0,00%	Papua Nueva Guinea (22%) Ecuador (13%) Países Bajos (12%)
030489	Filetes de perico (mahi mahi) congelados	Estrella	168	0,00%	Kazajstán (29%) Países Bajos (15%) Rusia (10%)
030314	Truchas congeladas	Estrella	41	0,00%	Turquía (59%) Dinamarca (29%) España (9%)
160554	Sepia y el calamar, preparados o conservados	Estrella	39	0,00%	España (50%) Francia (12%) Italia (11%)
030499	Porciones de perico (mahi mahi) congelado	Estrella	32	0,00%	Islandia (24%) Países Bajos (20%) Polonia (15%)
030752	Pulpo Congelado	Estrella	23	0,00%	España (47%) Italia (21%) Marruecos (10%)
030482	Filetes congelados de trucha	Prometedor	22	0,00%	Turquía (35%) Dinamarca (30%) Países Bajos (11%)
030391	Ovas de pez volador congelados	Prometedor	18	0,00%	Estados Unidos (72%) Rusia (16%) Canadá (4%)
030539	Filetes de anchoa, secos, salados en salmuera	Prometedor	17	0,00%	Polonia (63%) Países Bajos (10%) Lituania (8%)
030442	Filetes frescos de trucha.	Prometedor	6	0,00%	Polonia (31%) Dinamarca (22%) Países Bajos (15%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Diciembre 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

El sector pesquero y acuícola en Alemania, aunque modesto en comparación con otros países europeos, desempeña un papel clave en la seguridad alimentaria y en el apoyo a las comunidades costeras. Las principales especies importadas incluyen salmón, atún, bacalao y arenque, productos que son esenciales tanto para el consumo interno como para la industria alimentaria. En cuanto a la producción nacional, la acuicultura es el principal motor del sector, centrada en el cultivo de trucha y carpa, especialmente en Baviera y Sajonia, y complementada con mejillones en las regiones costeras del norte.

Alemania depende en gran medida de las importaciones para satisfacer su demanda de productos del mar, siendo los principales proveedores Noruega, Países Bajos y Polonia. Esta dependencia se ve equilibrada por estrictos estándares de sostenibilidad y trazabilidad, alineados con las regulaciones de la Unión Europea, como la Política Pesquera Común (PPC), que garantiza prácticas responsables en toda la cadena de suministro.

El sector enfrenta desafíos como el cambio climático, que afecta la disponibilidad de ciertas especies, y la creciente demanda de productos certificados y sostenibles. En respuesta, el gobierno y la industria han adoptado iniciativas como la promoción del etiquetado ecológico bajo el Marine Stewardship Council (MSC) y la implementación de tecnologías innovadoras en la acuicultura para aumentar la eficiencia y minimizar el impacto ambiental.

El consumo interno en Alemania muestra un interés creciente por productos pesqueros de alta calidad, sostenibles y con certificación de origen. Los consumidores alemanes están dispuestos a pagar más por productos que cumplan con estos criterios, lo que fomenta la inversión en prácticas responsables. La infraestructura avanzada del país, incluyendo cadenas de frío y sistemas logísticos eficientes, posiciona a Alemania como un mercado clave para productos pesqueros sostenibles y de alto valor agregado en Europa.

Sector textil y confecciones

Sector Textil y Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2023 (Millones de USD)	Arancel Perú	Participación Competidores
610910	"T-shirts" y camisetas, de punto, de algodón	Estrella	2 958	0,00%	Bangladesh (43%) Turquía (14%) India (8%)
620342	Pantalones largos, con peto, cortos "calzones" y "shorts", de algodón	Estrella	2 792	0,00%	Bangladesh (32%) Pakistán (14%) Turquía (13%)
611020	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares de punto, de algodón	Estrella	2 358	0,00%	Bangladesh (29%) Turquía (19%) China (15%)
611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares de punto, de fibras	Estrella	2 128	0,00%	China (30%) Bangladesh (26%) Turquía (12%)
610990	"T-shirts" y camisetas, de punto, de materia textil	Estrella	1 260	0,00%	Turquía (20%) China (17%) Bangladesh (14%)
610462	Pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de algodón, para mujeres	Estrella	909	0,00%	Bangladesh (40%) China (11%) Turquía (8%)
610463	Pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de fibras sintéticas	Estrella	854	0,00%	China (26%) Camboya (12%) Bangladesh (11%)
610510	Camisas de punto, de algodón, para hombres o niños	Estrella	580	0,00%	Bangladesh (39%) Turquía (15%) Vietnam (8%)
611430	Prendas de vestir especiales, para usos específicos como para uso profesional, deportivo, etc.	Estrella	473	0,00%	China (32%) Turquía (13%) Bangladesh (12%)
611120	Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón, para bebés	Estrella	448	0,00%	Bangladesh (35%) China (16%) India (12%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Diciembre 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

La industria textil y de moda en Alemania es una de las más relevantes de Europa, caracterizada por su enfoque en calidad, innovación tecnológica y sostenibilidad. Aunque destaca como líder en la producción de textiles técnicos y funcionales, Alemania es un gran importador neto de textiles y prendas de vestir, debido a la alta demanda de su mercado interno.

En términos de importaciones, Alemania ocupa uno de los primeros lugares en Europa, abasteciéndose principalmente de textiles y prendas de vestir provenientes de China, Turquía, Bangladesh y Vietnam. Estos países suministran tanto materiales básicos como productos terminados, respondiendo a la creciente demanda alemana de moda rápida y asequible, así como de textiles especializados para industrias clave como la automotriz y médica. En 2023, el valor de las importaciones textiles alcanzó más de 37 mil millones de euros, según datos de Destatis, reflejando su importancia como hub de distribución en Europa.

A pesar de la alta dependencia de las importaciones, el sector alemán ha integrado la sostenibilidad como un requisito esencial para los productos que ingresan al país. Materiales reciclados, procesos certificados y el cumplimiento de estrictos estándares medioambientales, como los establecidos por la Unión Europea, son cada vez más demandados por consumidores y reguladores.

En el ámbito de las exportaciones, Alemania se posiciona como un proveedor de textiles técnicos y productos de alto valor agregado. Los mercados europeos, así como Estados Unidos y China, son los principales destinos de exportación, lo que refleja su liderazgo en innovación textil y manufactura avanzada.

El mercado interno alemán, con consumidores cada vez más conscientes, prioriza productos sostenibles y de calidad. Este dinamismo hace de Alemania un actor clave en las cadenas globales de valor textil, tanto como importador estratégico como exportador de productos innovadores.

Sector manufacturas diversas

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2023 (Millones de USD)	Arancel Perú	Participación Competidores
392690	Artículos de plástico y manufacturas de materias de las partidas 3901 a 3914	Estrella	6 552	0,00%	China (17%) Polonia (9%) Suiza (8%)
401110	Neumáticos nuevos de caucho, de los tipos utilizados en automóviles	Estrella	4 813	0,00%	República Checa (9%) Polonia (9%) China (9%)
382499	Productos químicos y preparaciones de las industrias químicas o afines	Estrella	2 809	0,00%	Estados Unidos (15%) Bélgica (13%) Irlanda (12%)
401120	Neumáticos nuevos de caucho, de los tipos utilizados para autobuses y camiones	Estrella	1 810	0,00%	Eslovaquia (12%) Luxemburgo (11%) Turquía (10%)
711319	Artículos de joyería y sus partes, de metales preciosos distintos de la plata	Estrella	1 304	0,00%	Suiza (38%) Francia (13%) Italia (12%)
392010	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de etileno	Estrella	1 124	0,00%	Polonia (17%) Italia (11%) Países Bajos (9%)
710691	Plata, incl. la plata dorada y la platinada, en bruto	Estrella	935	0,00%	Zona Nep (29%) Polonia (23%) Suiza (12%)
790111	Cinc en bruto, sin alear, con un contenido de cinc >= 99,99% en peso	Estrella	904	0,00%	España (37%) Finlandia (30%) Noruega (7%)
392321	Sacos "bolsas", bolsitas y cucuruchos, de polímeros de etileno	Estrella	810	0,00%	Polonia (19%) Vietnam (13%) China (10%)
392310	Cajas, cajones y artículos similares para el transporte o envasado, de plástico	Estrella	798	0,00%	Países Bajos (16%) Polonia (16%) Francia (10%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Diciembre 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

El sector manufacturero en Alemania, que representa aproximadamente el 20% del PIB nacional, es un pilar fundamental de su economía y un referente mundial en calidad e innovación. Aunque Alemania destaca como uno de los mayores exportadores globales, las importaciones son esenciales para sostener su capacidad productiva en sectores estratégicos como el químico, siderúrgico, metalmecánico, de maderas y electrónico. Los principales mercados de origen para sus importaciones son China, Países Bajos, Estados Unidos, Francia e Italia, lo que refleja la fuerte integración del país en las cadenas de suministro globales.

Alemania importa una amplia gama de productos manufacturados que incluyen insumos químicos básicos, como polímeros y componentes farmacéuticos, provenientes principalmente de China, Bélgica y Estados Unidos, los cuales son cruciales para su extensa industria química y farmacéutica. En el sector siderúrgico, el país adquiere aceros especializados y otros materiales esenciales para la construcción y maquinaria de mercados clave como China, Turquía y Suecia. Asimismo, en el ámbito de las maderas, Alemania importa maderas aserradas y contrachapadas de Suecia, Finlandia y Polonia, utilizadas en la fabricación de muebles y proyectos de construcción sostenibles.

El sector metalmecánico se beneficia de componentes y herramientas de precisión procedentes de Italia, Japón y República Checa, que son fundamentales para mantener la excelencia en la producción de maquinaria y automóviles. Por otro lado, el país es un gran importador de tecnología avanzada, incluyendo chips semiconductores y equipos electrónicos de Taiwán, Corea del Sur y Estados Unidos, que alimentan sectores clave como el automotriz y el electrónico. Esta alta dependencia de insumos tecnológicos ha llevado a Alemania a diversificar sus proveedores y explorar nuevas alianzas comerciales en regiones como América Latina, África y el Indo-Pacífico.

El gobierno alemán promueve activamente la transición hacia una manufactura más sostenible y digitalizada, alineada con las metas de la Industria 4.0 y la economía circular. Estas políticas buscan no solo fortalecer la competitividad del sector manufacturero, sino también garantizar que las importaciones cumplan con altos estándares de eficiencia y sostenibilidad ambiental. Esto posiciona a Alemania como un actor clave en el comercio internacional, capaz de adaptarse a los desafíos y demandas del mercado global.

7. Tendencias del Consumidor¹⁰

En Alemania, las tendencias de consumo para 2023-2024 reflejan un fuerte enfoque en sostenibilidad, digitalización y salud. Los consumidores alemanes valoran la calidad y la durabilidad, y muestran un interés creciente en productos sostenibles, éticos y responsables. Existe una alta demanda de bienes con certificaciones ambientales, envases reciclables y trazabilidad, impulsada por políticas gubernamentales alineadas con la economía circular y la transición energética.

El comercio electrónico sigue siendo un componente esencial del comportamiento de compra, con un 99% de los adultos alemanes utilizando plataformas en línea y un 39% realizando compras semanalmente, según Reuters. En 2024, las ventas de comercio electrónico en Alemania alcanzaron los 80,6 mil millones de euros, marcando un crecimiento del 1,1% respecto al año anterior (Reuters). Aunque las tiendas físicas siguen siendo relevantes, los consumidores alemanes prefieren una experiencia híbrida que combine lo digital y lo presencial. Categorías como tecnología, moda sostenible y alimentos saludables son las de mayor demanda, y los servicios de suscripción, como entregas de alimentos frescos, siguen ganando popularidad.

En el ámbito alimentario, se observa un interés por productos saludables, orgánicos y locales. Los consumidores buscan alternativas veganas, sin gluten y bajas en azúcar, destacando la importancia de etiquetas claras y transparentes para generar confianza en el mercado alemán.

Las redes sociales, aunque no son tan influyentes como en otros mercados europeos, juegan un rol importante, especialmente entre los consumidores más jóvenes. Instagram y YouTube son plataformas clave, mientras que las reseñas en línea y el boca a boca también influyen significativamente en las decisiones de compra. Este panorama subraya la importancia de la autenticidad y la calidad en la comunicación para conectar con el exigente consumidor alemán.

8. Cultura de Negocios¹¹

En Alemania, la cultura de negocios se distingue por su formalidad, planificación meticulosa y enfoque en la eficiencia. Los alemanes valoran la puntualidad de manera extrema; llegar tarde a una reunión puede ser percibido como una

¹⁰ Germany: Consumer Profile (2023)

¹¹ Culture in Germany (2023)

falta de profesionalismo. Las reuniones están estructuradas con objetivos claros y se espera que sigan una agenda previamente acordada.

La comunicación en el ámbito empresarial alemán es directa y basada en hechos. Los alemanes prefieren un enfoque honesto y transparente, evitando ambigüedades o excesos de diplomacia que puedan interpretarse como falta de claridad. Las decisiones se toman de manera racional, basadas en datos sólidos, análisis detallados y un enfoque lógico. Aunque el proceso puede ser lento debido al énfasis en la revisión minuciosa y la consulta con todas las partes involucradas, las decisiones finales tienden a ser definitivas.

El código de vestimenta es formal, especialmente en industrias tradicionales como la automotriz, financiera o manufacturera. Los hombres suelen usar trajes oscuros con corbata, mientras que las mujeres optan por trajes de negocios sobrios y conservadores. En sectores tecnológicos o creativos, el vestuario puede ser más casual, pero siempre es recomendable investigar el contexto específico.

Las relaciones personales tienen un papel secundario en los negocios alemanes, donde la confianza se construye principalmente a través de la competencia profesional y el cumplimiento de compromisos. No obstante, los alemanes valoran la honestidad y la coherencia en las interacciones, lo que contribuye a establecer relaciones comerciales a largo plazo.

El intercambio de tarjetas de presentación es una práctica común y profesional, pero no se le da una relevancia ceremonial. Las reuniones y almuerzos de negocios son eficaces, pero el ámbito personal suele estar separado del profesional. En general, los alemanes aprecian un enfoque respetuoso, puntual y orientado a resultados, lo que les permite construir relaciones comerciales sólidas basadas en la confianza y el cumplimiento de objetivos compartidos.

9. Links de interés

- Oficina Federal de Aduana de Alemania
https://www.zoll.de/EN/Home/home_node.html
- Oficina de Promoción del Comercio y la Inversión
<https://www.gtai.de/en/invest>
- Oficina Federal de Estadística
https://www.destatis.de/DE/Home/_inhalt.html
- Banco Central de Alemania
<https://www.bundesbank.de/en>
- Federación Central de Asociaciones de Agentes y Representantes de Comercio Internacional
<https://handelsvertreter.de/de/>

10. Eventos comerciales

Cuadro N° 13. Ferias en Alemania

Nombre Oficial de la Feria	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Spielwarenmesse 2025	Manufacturas	Nuremberg	28 de enero al 01 de febrero 2025	https://www.spielwarenmesse.de/de/
JAGD & HUND 2025	Manufacturas	Dortmund	28 de enero al 02 de febrero 2025	https://www.jagdundhund.de/en-gb
IPM Essen 2025	Agroindustria	Essen	28 al 31 de enero 2025	https://www.ipm-essen.de/world-trade-fair/
DCONex 2025	Manufacturas	Muenster	28 de enero al 01 de febrero 2025	https://www.dconex.de/
Trendset 2025	Manufacturas	Múnich	31 de enero al 02 de febrero 2025	https://www.messe-muenchen.de/de/
Baummesse Chemnitz 2025	Manufacturas	Chemnitz	31 de enero al 02 de febrero 2025	https://www.baummesse-chemnitz.de/

Fuente: Nferias.com. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

11. Bibliografía

- Acuerdos Comerciales del Perú: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
- CIA, The World Factbook: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/>
- Doing Business: <https://www.doingbusiness.org/en/doingbusiness>
- Euromonitor International: <https://www.euromonitor.com/>
- Fondo Monetario Internacional (FMI): <https://www.imf.org/en/Home>
- Market Access Map: <https://www.macmap.org/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: <https://www.gob.pe/mincetur>
- Portal Ferias: <https://www.portalferias.com/>
- Santander Trade Portal: <https://santandertrade.com/es/portal>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: <https://www.sunat.gob.pe/>
- Trading Economics: <https://es.tradingeconomics.com/>
- TradeMap: <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>
- World Trade Organization: <https://www.wto.org/indexsp.htm>