



Reino de los Países Bajos

## *Como hacer negocios con Holanda*

Promo UE, Lima, 2 de Marzo 2011

LIM-EA@minbuza.nl



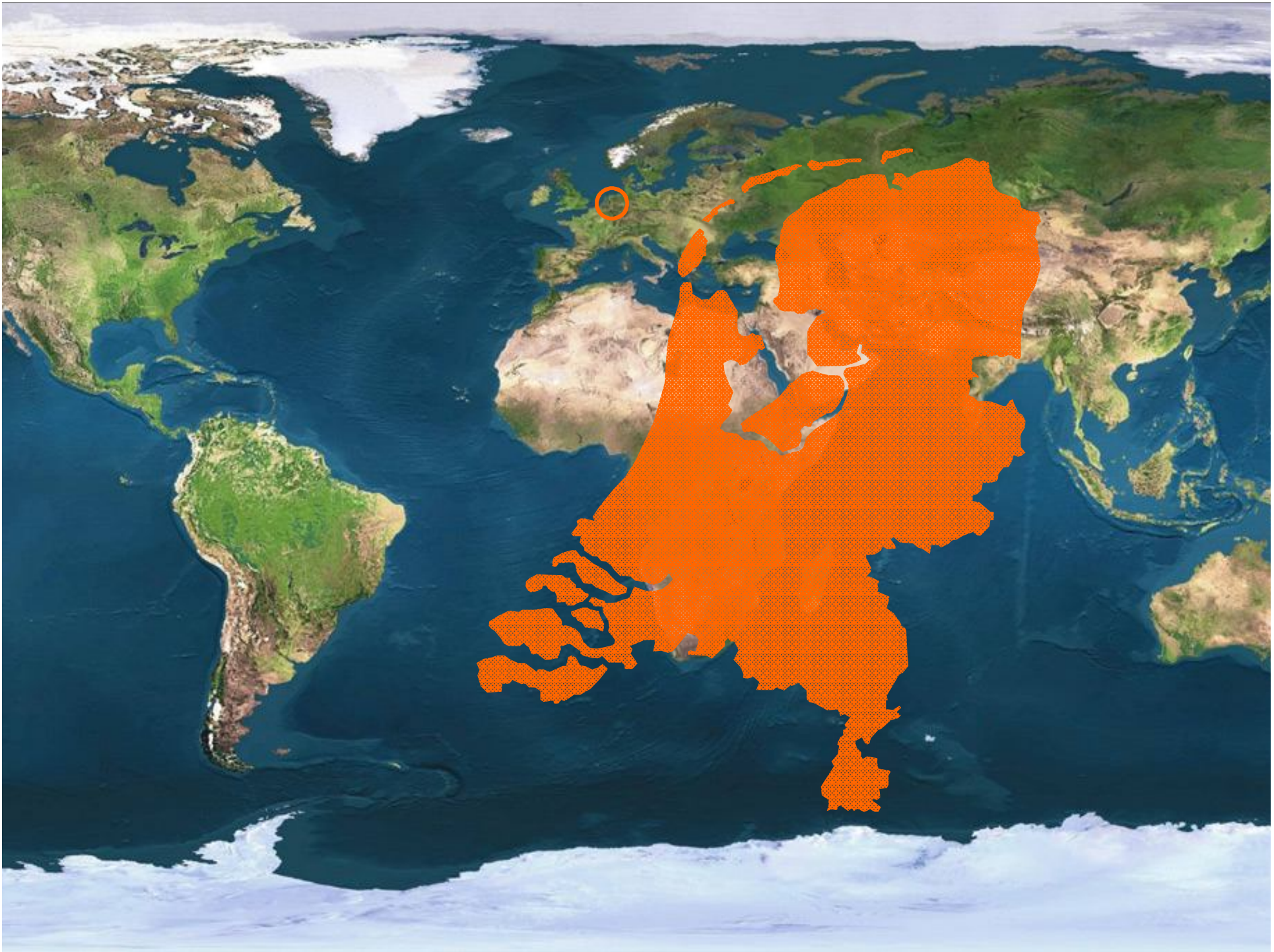
*Pioneers in international business*

## *Programa*

1. El Reino de los Países Bajos
2. Relaciones comerciales con el Perú
3. Programa de cooperación empresarial de Holanda para el Perú
4. La oferta de Holanda
5. Como hacer negocios con Holanda
  - frutas y verduras
  - moda
6. Instrumentos para encontrar importadores y exportadores

*1. El Reino de los  
Países Bajos  
(Holanda)*

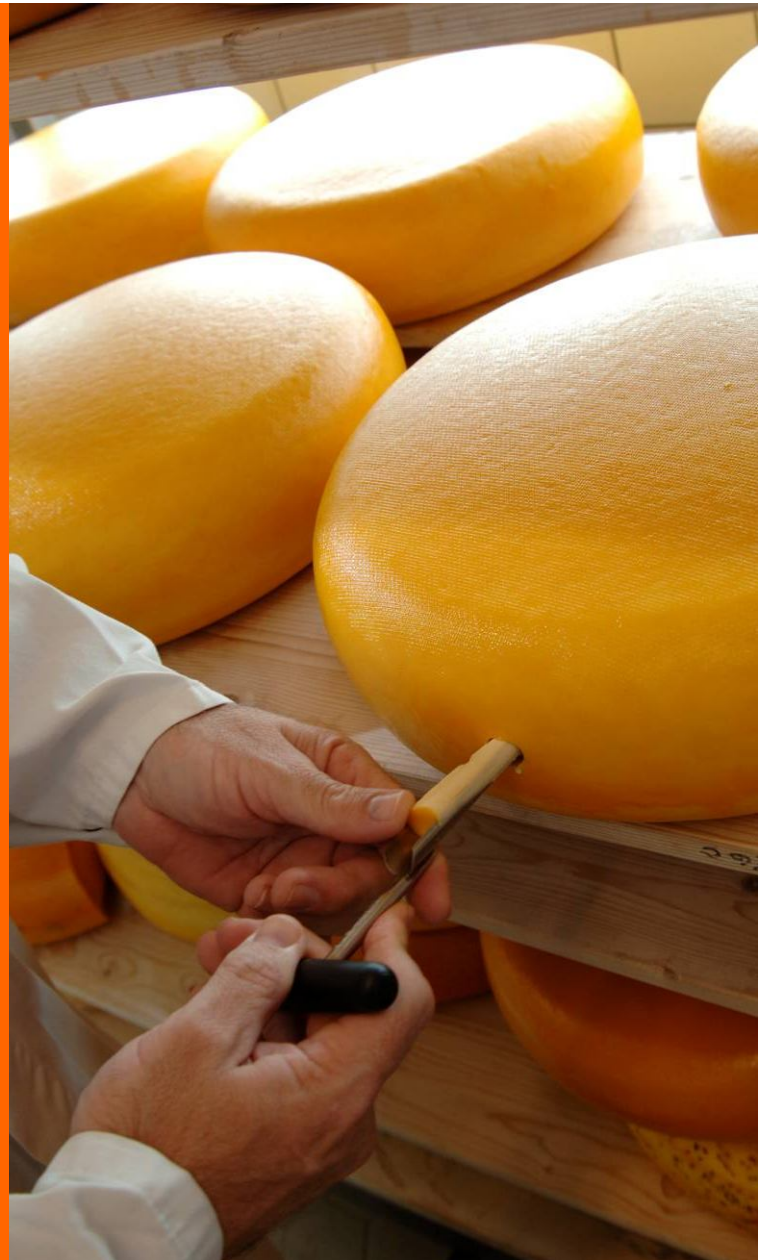
















# *¿Qué hace que funcionen los Países Bajos?*

Vacas, queso,  
tulipanes y  
molinos.....

No son todo lo que  
hay en los Países  
Bajos.



Source: NL Agency

## *Construyendo una nación, al estilo holandés*

- Construir contra todo pronóstico
- Dando forma a nuestro entorno
- Las restricciones naturales son simplemente interesantes desafíos
- Convertirse en un gigante económico



## Demografía

- 16 586 415 habitantes (Marzo 2010)
- Densidad media 489/km<sup>2</sup>, solo más baja que el Vaticano y Bangladesh
- En algunas partes (Randstad): ¡5000/km<sup>2</sup>!



Source: NL Agency

## *Rasgos culturales neerlandeses*

- Mentalidad abierta, internacional y emprendedora
- Cooperativa e inclusiva
- Pragmáticos y llenos de recursos



Source: NL Agency







Source: Amsterdam Airport Schiphol

## *Vista general de nuestra economía*

- Crecimiento continuado del PBI y baja inflación a pesar de la recesión internacional
- Desempleo relativamente bajo (4,9% en el 2009) a pesar de la recesión
- Las exportaciones neerlandesas están mostrando un crecimiento otra vez más





## *Ranking en el mundo*

- 16 economía (PBI)
- 5 exportador de productos
- 2 agroexportador
- 10 exportador de servicios
- 7 importador de productos
- 11 importador de servicios
- 6 inversionista

## Sectores

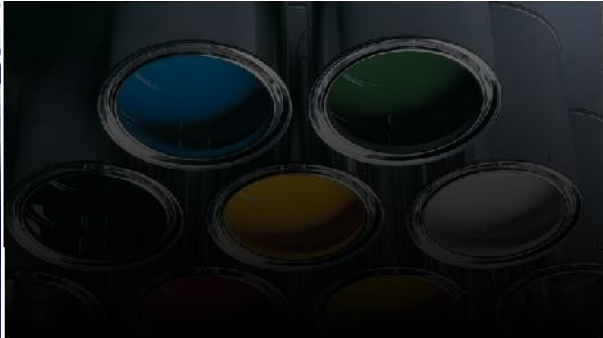
- Líderes empresariales internacionales
  - En dragado, FMCG, producción de chips equipos, alimentación, soluciones de navegación GPS...
- Dominio en los mercados
  - Logística, industria química, flores, semillas...



Source: FloraHolland



Source: AkzoNobel



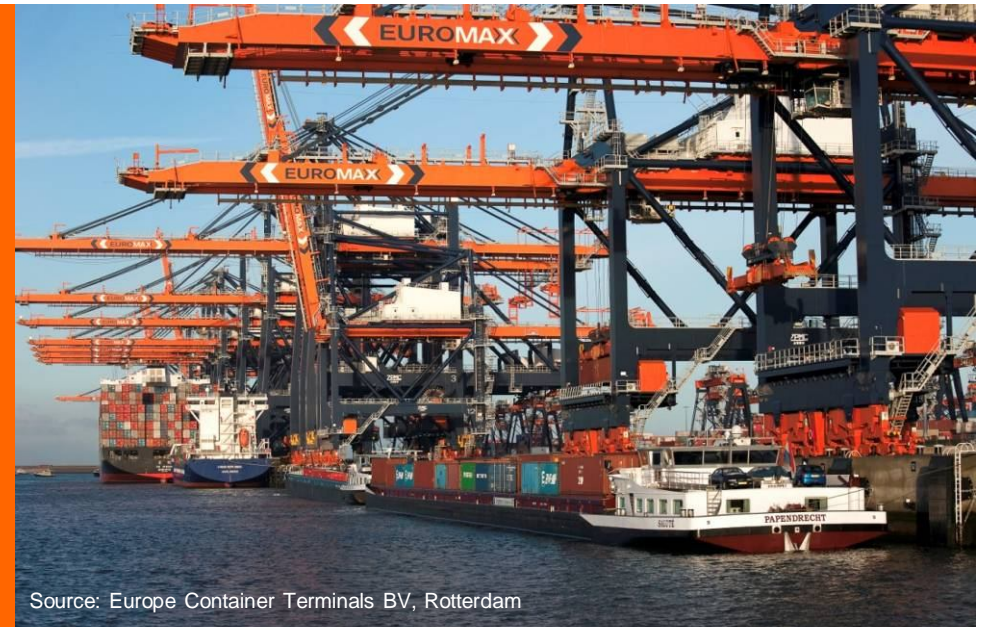
# *Soluciones neerlandesas a problemas internacionales*

- Cambio climático
  - Gestión de agua
  - Energía
  - Planificación urbanística
  - Medio ambiente
- Crecimiento de la población
  - Sanidad
  - Agricultura



## *Comercio internacional*

- Conjunto de exportaciones para recuperar la siguiente recesión
- Exportaciones valoradas en un total de €430 000 millones en el 2009
- Segundo exportador europeo después de Alemania (2010)



Source: Europe Container Terminals BV, Rotterdam



Source: Amsterdam Airport Schiphol

## *Principales Sectores de exportaciones*

- Maquinas y vehiculos de transportación
- Química
- Agropecuario
- Combustibles
- Manufacturas

## *Lugar de origen de*

- Philips, Heineken, Shell, ING, AkzoNobel y Ahold.





Source: Heineken

## *Puerta de acceso a Europa*

- 14% de todo el transporte europeo por carretera
- 57% de todos los centros de distribución europeos
- El transporte por ferrocarril conecta puertos y plantas industriales con el interior de la UE
- 25 000 kilómetros de vías acuáticas interiores a la punta de sus manos
- 60 millones de toneladas de productos (petro)químicos transportados por oleoductos construidos para tal fin







Source: Europe Container Terminals BV, Rotterdam







**El mercado  
está en  
nuestro AND**

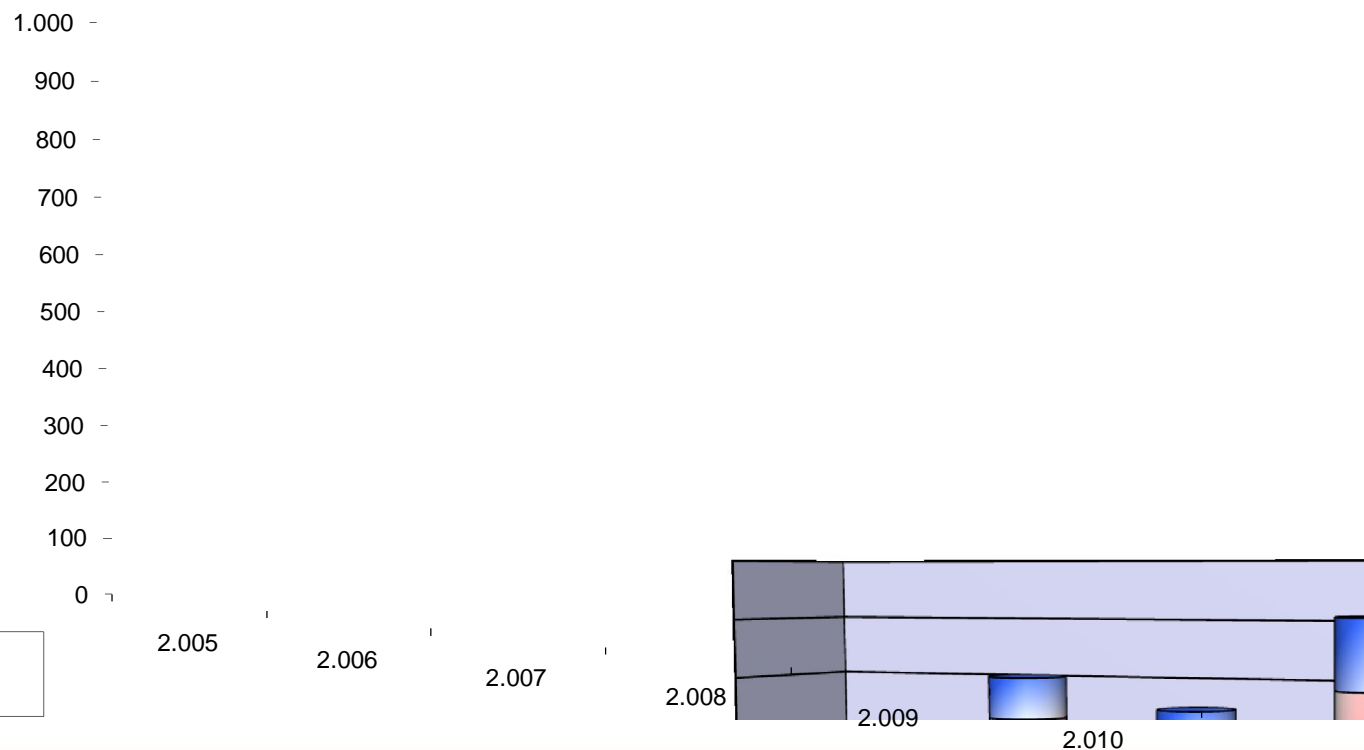
Esa es la  
razón  
por la que  
somos  
*Pioneros en  
el negocio  
internacional*



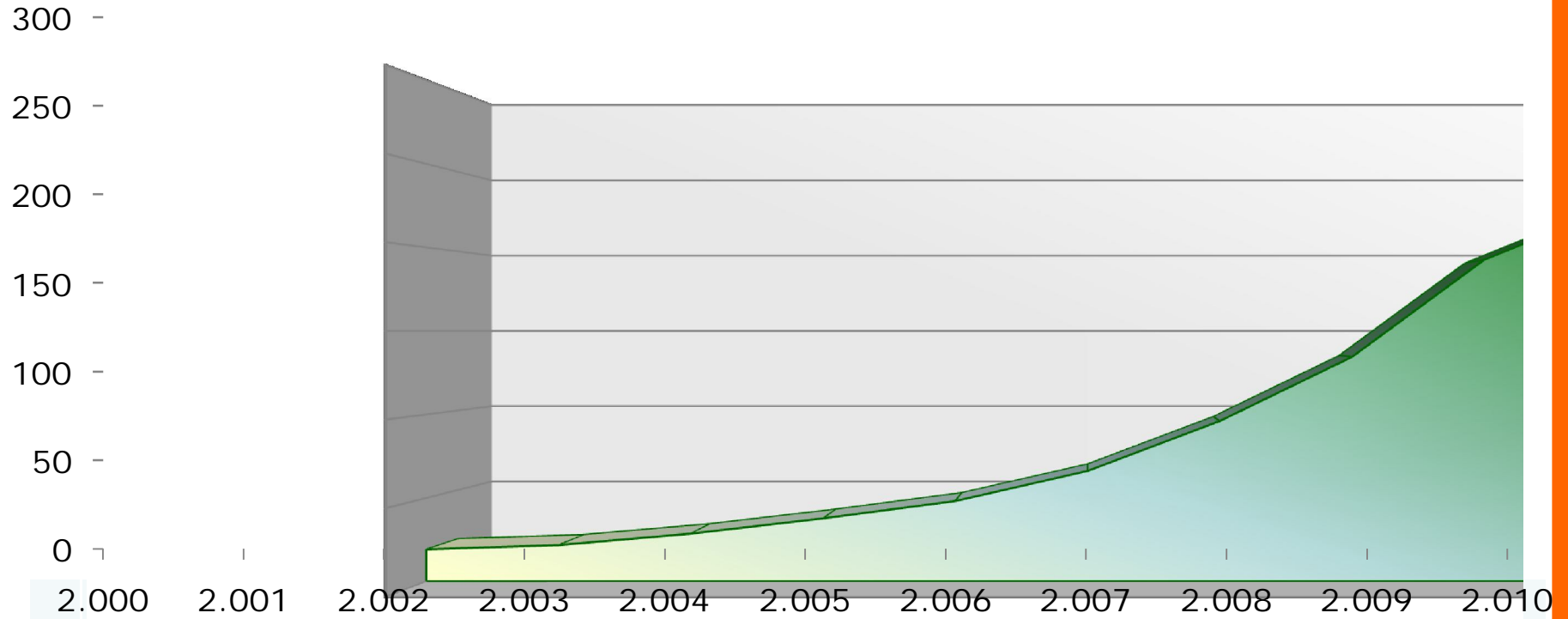
Source: Netherlands Board of Tourism & Conventions

# Balanza Comercial Perú - Holanda

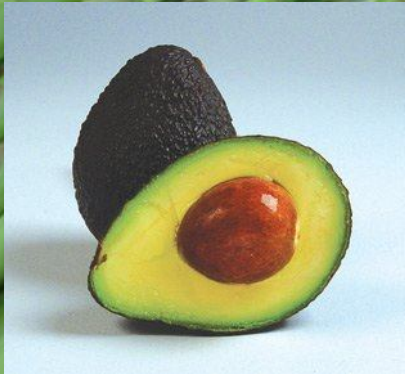
In mln. USD	2,005	2,006	2,007	2,008	2,009	2,010
Exportaciones	558	735	668	791	549	622
Importaciones	68	70	86	118	74	98
Balanza comercial	490	665	582	673	475	524



de 19,2 mln. USD en 2000 a 266 mln. USD en 2010 (13,9x)



6





### *3. Programa de cooperación empresarial de Holanda para el Perú*



<http://www.nlgovlim.com>

## *Programa de Cooperación Empresarial*

- Estimular actividad económica
- Iniciativa privada
- Generar empleo
- Aliviar la Pobreza
- Promover la transferencia de conocimientos
- Poner a disposición recursos financieros de bajo costo
- Responsabilidad social corporativa

## *Los Programas*

- PSI
- Servicio de Emparejamiento de Empresas
- PUM
- CBI
- ORIO
- FMO
- Apoyo de diferentes ONGs

## *Programa de Inversión del Sector Privado (PSI)*

- Cooperación entre empresa holandesa y empresa local
- Actividad innovadora (no competencia desleal)
- En escala pequeña, prueba
- Inversiones en medios de producción: maquinaria y asistencia técnica (no capital de trabajo)
- Efectos 'spin-off': más inversiones y ventas
- Efectos en términos de desarrollo

## *Servicio de Emparejamiento de Empresas*

- Emparejar a empresas locales con empresas holandesas
- A fin de atraer inversiones a Perú.

### *¿Qué tipo de proyectos ?*

Cooperación entre empresa local y empresa holandesa

- Una inversión conjunta (puede pero no debe ser PSI)
- Una relación comercial para aumentar las ventas
- La transferencia de conocimientos y experiencia

## *¿Quién puede participar?*

- Pequeñas y medianas empresas (entre 10 y 250 empleados)
- Una compañía:
  - Que apoya el principio de la sostenibilidad
  - Que ha probado su derecho a la existencia
  - Con ventas substanciales
  - Capaz de autoanalizarse y presentar un plan empresarial fundamentado

## *¿Cómo funciona?*

1. Su solicitud
2. Evaluación por la Embajada
3. En busca de un socio holandés
4. Viaje a Holanda (por su cuenta), consultor organiza programa de visitas y despues hace un plan (por cuenta MMF)
5. Evaluación (consultor) para decidir si hay una base lo suficiente sólida para una cooperación

## *Mas información y el formulario de inscripción*

Sitio Web de la Embajada

<http://www.nlgovlim.com>

Noticias:

<http://www.nlgovlim.com/noticia.php?id=590>

Dirección electrónico para pedir información y enviar el formulario: [LIM-EA@minbuza.nl](mailto:LIM-EA@minbuza.nl)

<http://www.nlgovlim.com/spanish/commatch.html>



## *PUM Asesores Holandeses*

- Consultorio internacional directo por expertos con mucha experiencia a pedido
- Donde hay la mayor necesidad
- Breve e intensivo: 2 – 4 semanas
- Expertos independientes y voluntarios
- A través de su consejo para asuntos técnicos y administrativos ayudan a mejorar la posición competitiva y el desarrollo de una economía social responsable y sostenible



## *Requisitos para postular*

- Pertener al Grupo objetivo PYMES/sector privado
- No formar parte de una empresa extranjera o multinacional
- Carecer de medios financieros para contratar asesorías
- Tener un problema por resolver
- Solicitante cubre gastos locales (alojamiento, alimentación)
- PUM cubre los preparativos, pasajes aéreos y dinero para pequeños



[www.pum.nl](http://www.pum.nl) [www.nl.govlim.com/compum.htm](http://www.nl.govlim.com/compum.htm)

## *4. La oferta de Holanda*

<http://www.nl.govlim.com>

## *Maquinaria para el procesamiento de alimentos*

- Holanda parte importante del mercado mundial
- 80% de maquinaria para procesamiento de aves de corral
- 70% de la maquinaria para la producción de queso
- 50% de la maquinaria para el procesamiento de papa
- Continua innovación y estrecha colaboración con los clientes y instituciones de conocimientos
- Puntas de lanza: diseño higiénico y integrado
- Para mas alto nivel de seguridad alimentaria
- De forma mas rentable (ahorro de gastos)
- Diferenciación y especialización



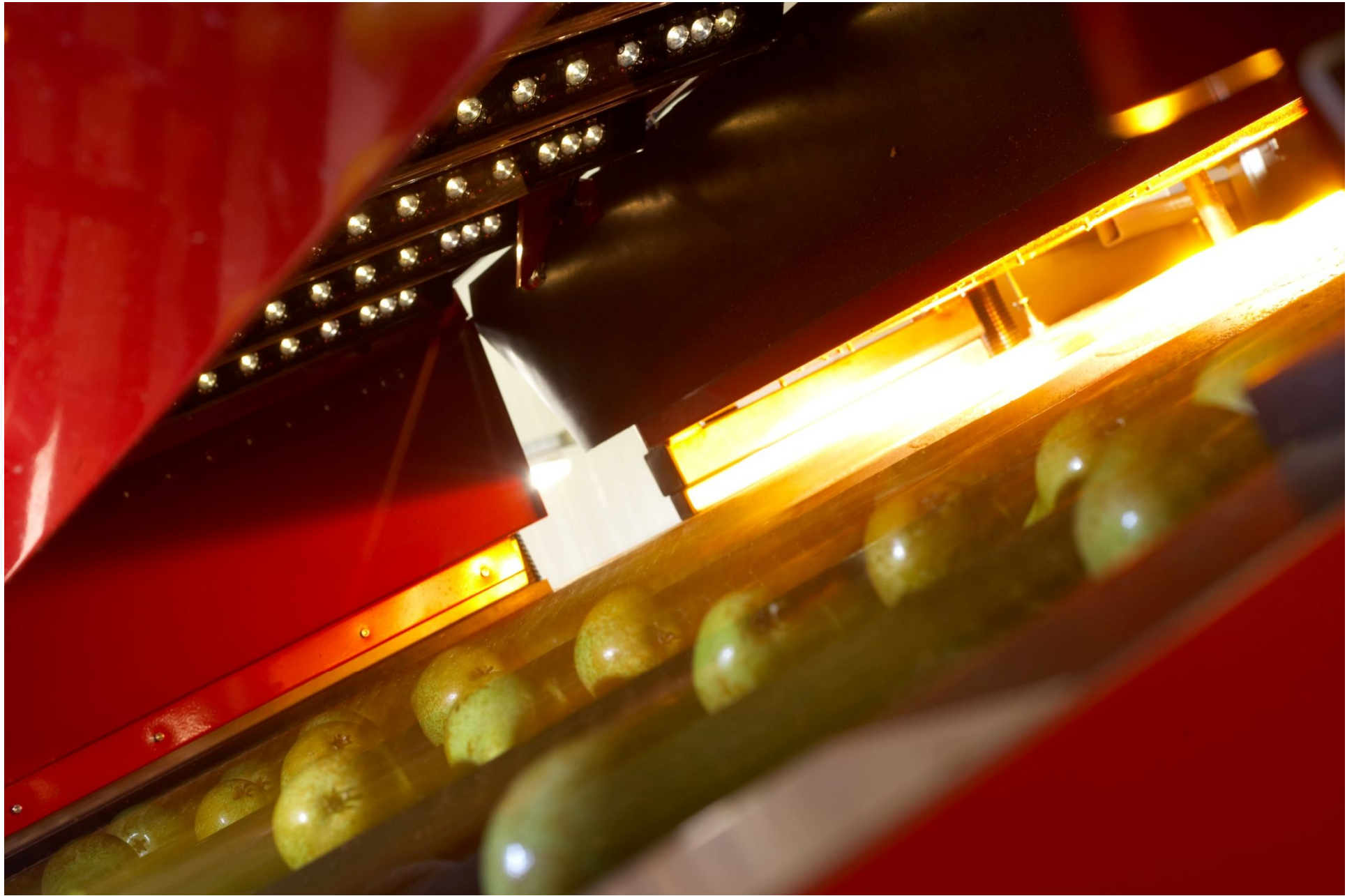














































## *6. Como hacer negocios con Holanda*

## *Tendencias consumo*

- Conciencia del consumidor
  - importancia del bienestar: productos orgánicos
  - comercio justo
- Suelen tener éxito productos:
  - Saludables - superfruit
  - Afuera de temporada
  - Ricos
  - Exotico
  - Prácticos
  - Cortado fresco
  - Variados
  - Sostenibles p.e. [www.natureandmore.com](http://www.natureandmore.com)

## *Exigencias*

- Cumplir con las regulaciones normativas de calidad y seguridad/salubridad
- Exigencias del mercado (mas estricto)
  - Control del impacto social y ambiental
  - Calidad de nivel constante, conforme a especificaciones acordadas
  - Trazabilidad
  - Salubridad
  - Máximo nivel de residuos de pesticidas

Formalizado en por ejemplo GlobalGAP

- Productos procesados: HACCP (obligatorio)
- Y cada vez mas: BRC (British Retail Consortium)

## *Tendencias importación*

- General:
  - Contratos con pocos proveedores a largo plazo
  - para grandes cantidades
  - con abastecimiento constante
- Externalización de la producción (offshore outsourcing)
  - Bajo costo de producción
  - Capacidad de generar valor agregado en lugar de origen
  - Seguridad de abastecimiento fuera de temporada

## *Comunicación*

- Importante comunicar claramente
- Evaluar bien el contraparte
- Acuerdos claros – contrato
- En el inicio: con consultor o agente de confianza
- Control en la llegada
- Agruparse

## *Análisis FODA frescas Perú*

### **Fortalezas**

- Buen nivel de calidad (producto y empaque etc.)
- Sistemas establecidas (fitosanitario etc)
- Buena ventana de llegada al mercado
- Estatus preferido en la UE (SGP)
- Logísticas (internas / externas)
- Bajos costos
- Subsidias de exportación (drawback)

## *Análisis FODA frescas Perú*

### **Debilidades**

- Subsidias de exportación (drawback)
- Muchos pequeños exportadores
- Exportadores que no son dueños del producto
- Conducta oportunista y inexperto
- Falta de conocimiento del mercado
- No todos con GlobalGap y control de MRL (residuos)
- Idioma



## *Análisis FODA frescas Perú*

### **Oportunidades**

- Exportación a mas destinos
- Diversificación de productos
- Estirar la estación de exportación
- Agregar valor
- Aumentación de escala (producción/exportación)
- Joined ventures con empresas de marketing

# *Análisis FODA frescas Perú*

## **Amenazas**

- Tipo de cambio
- Subida de costos
- Sobreproducción
- Alto nivel de interés
- Escasez de agua

## *Factores críticos*

- Increased scale of production
- Focus on food Safety protocols
- Quality as basis
- Increasing level of professionalism
- Improvement of communication

# *Las Posibilidades del Mercado de Confecciones para el Perú en Holanda y la UE*



## *Mercado*

Tejidos de punto - la UE y Holanda

- De 2004-2008 crecimiento por año de 2%
- Desde junio de 2008 se siente fuerte el crisis, el mercado se disminuye, recién está comenzando una estabilización. Numero de artículos todavía aumentan pero precios bajan.
- Mas importantes en el mercado: Alemania, Reino Unido, Italia, Francia y Espana, juntos 74% del consumo de tejidos



## *Mercado*

- En Alemania y Austria gastan mas por persona, los nuevos estados miembros menos que el mediano (240euro), Holanda 264euro
- Población mas variada, mas mayores, otras tallas: nuevas demandas
- Holanda 7mo. importador de la UE, abastecedores mas importantes: China, Alemania, Bangladesh y Turquía (64%)
- Mas cadenas y franquicias, menos independientes, efectos de hipermercados con áreas de ropa
- Demanda cambia rápidamente, muy dinámica, preferencias se modifiquen, mas temporadas, plazos mas cortos, volúmenes mas pequeños



## *Tendencias de moda*

- Enfoque a ropa casual y de deporte sigue para varones y niños, para mujeres algo menos, mas al femenino
- En Holanda mas sencillo, no mucho brillo etc.
- Chompas de punto gruesos populares (como en Escandinava y Alemania)
- También túnicas y chompas largas
- Mas tallas grandes – mujeres mas altas y mas grandes
- Mantenimiento mas fácil: tratamiento al hilo para que se puede lavar en maquina etc.



## *Tendencias importantes*

- Se requiere alta calidad
- Sostenibilidad: tomar en cuenta el medio ambiente, condiciones laborales justas, garantía que no había labor infantil etc.
- la búsqueda por productos con 'historia', algo especial
- preferencias por lo natural: mas fibras naturales, algodón y mezclas con algodón, pero al costo de las fibras industriales
- preferencias por lo hecho a mano
- querer saber de dónde viene el producto



## *Oportunidades*

- Cada vez menos producción en la UE misma > países con costos mas bajos
- Los importadores se especialicen en diseño y otras funciones como preparación de muestras, logísticos, marketing
- Movimientos:
  - la producción afuera ya también con mas enfoque en diseño
  - aperturas en el segmento intermedio
  - las empresas fuera también asumen parte de las otras funciones
- Empresas europeas buscan productores que pueden hacer private labels
- Tener su propia marca puede representar valor agregado
- Marcas europeas diseñan varias colecciones al año; no solo verano e invierno, cambian estilos cada 2 meses
- El plazo de entrega (desde la producción hasta la entrega final) tiene que ser lo más corto posible

## *Competición*

- No intenta competir con los productos asiáticos de bajo precio. (Pero ojo los productos Peruanos entran Europa con 0 aranceles, de India si pagan aranceles).
- Perú es en el nivel de Turquía y Tunesia al respecto de costos laborales, planificación de la producción y nivel del producto pero no está tan cerca de la UE
- Tejidos en plano: si tienen que importar las materiales ya pagan 25-30% mas para su materia prima que lo hace imposible a vender comparando con Asia
- En Perú poca disponibilidad de acabados como cierres, botones, cintas, perchas, polybags, aplicaciones, cartón etc.

## *Productores pueden ganar mostrando:*

- Una actitud pro-activa en la comunicación y respuesta rápidas (1 día)
- Enfoque a cantidades menores (100-300 piezas por estilo/color) para pedidos (muestras)
- Flexibilidad en el uso de diferentes colores para cantidades menores
- Contactos frecuentes con el cliente (p.e. mandando muestras de nuevos diseños de vez en cuando; mandar muestras pedidas rápidamente y bien acabadas)
- Follow-up/seguimiento de ultima importancia
- El uso de materiales locales en las muestras (significa que hay)
- Que se produce y diseña siempre pensando en el cliente y los estilos que busca el europeo
- Con algodón pima y algodón orgánico se tiene que dirigirse al nivel intermedio y alto, en realidad al nivel mas alto del mercado. Quiere decir: se tiene que incrementar el nivel de la moda y el diseño

## *Es importante mostrar el valor agregado en:*

- la calidad de los productos (etiquetas, diseños, acabados, modelos)
- mostrar la responsabilidad social de la empresa. Condiciones laborales justas. Comunicar si están en proceso de certificar para SA8000 y ISO 14000 etc.
- la disponibilidad de algodón orgánico (u otras fibras certificadas)
- mostrar posibilidades de diferenciar precios por el uso de otras (combinaciones o mezclas de) materiales



## *Entrar al mercado*

- estudiar el mercado intensivamente, no precipitarse
- prepararse bien, con ayuda de profesionales
- juntarse y cooperar para lograr el nivel deseado
- entender los gustos y estilos de los clientes holandeses y europeos
- comprender las demandas según las temporadas
- identificar las tallas y preferencias exactas de los clientes potenciales (trabajando con profesionales de la industria en Europa)
- tener buenos contactos en el país del destino
- planificación y seguimiento
- elaborar planes de comercialización
- saber de las regulaciones, certificaciones, tendencias

## *Errores*

- Demasiado enfoque en los EEUU, otras reglas, estilos y gustos
- Tiempos de producción largas
- Falta de eficiencia y medida del tiempo; realización en momento oportuno (en Perú se necesita mas tiempo que en países competidores)
- Rotación rápida de personal
- Producción en temporadas: se come la utilidad – enfocar en varios mercados
- Falta de conocimiento y experiencia con calculación de costos de atribución, p.e. calculación en minutos de producción

## *Conclusión*

Oportunidades en:

- Ropa tejido en punto (chompas y chaquetas, de mezclas de algodones y alpaca y mezclas con alpaca)
- Ropa de tejido plano con fibras orgánicas (tricot)

Tener en cuenta siempre:

- la competencia mundial
- los productores peruanos no son los únicos que quieren entrar al mercado europeo
- ya hay bastantes productores establecidos en el mercado
- Para que las empresas cambien de productor y elijan a un productor peruano, necesitan muy buenas razones.

**Perú tiene mucho para convencerles!!!!**



## *7. Instrumentos para encontrar importadores y exportadores*

## *Apoyo a empresas exportadores: el CBI*

- Apoya a mejorar su capacidad de exportación
- Ayuda a desarrollar las oportunidades de exportación al mercado europeo

Información sobre el mercado

<http://www.cbi.eu/marketinfo/>

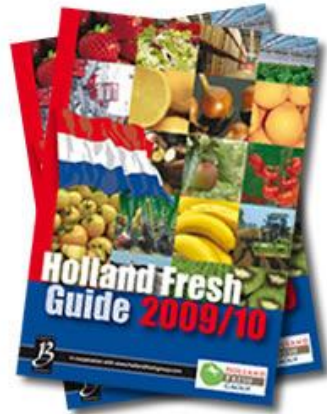
Para el Peru:

- <http://www.cbi.eu/peru/>



[www.cbi.eu](http://www.cbi.eu), [www.cbi.eu/peru](http://www.cbi.eu/peru)

# Exportadores e importadores de frutas y verduras



<http://www.hollandfreshguide.com/>

En general

<http://www.hollandexports.com>



<http://www.freshplaza.es/>

FreshPlaza: Noticias del sector de frutas y verduras



## *Pescado*



Importadores y exportadores de pescado en Holanda

Buscador por clase de pescado o region

<http://www.dutchfish.nl/es/search.asp>

Lista completa

<http://www.dutchfish.nl/es/az.asp>

## Papas

<http://www.aardappelpagina.nl/es> - Netherlands Potato Consultative Foundation

## Margarina, grasa y aceite

<http://www.mvo.nl> - Gremio intrasectorial de Margarinas, Grasas y Aceite

## Semillas

[www.plantum.nl](http://www.plantum.nl) – Gremio de cultivadores de material de base vegetal

## Productos biológicos

<http://www.organictradeguide.com> – Importadores de productos orgánicos

## Maquinaria

<http://www.gmv-fme.nl> - Asociación de fabricantes de maquinaria para el procesamiento y envase de productos alimenticios

<http://www.resale-holland.com> – Maquinas usadas

<http://www.avag.nl> – Gremio de constructores de invernaderos, con listas de proveedores

*Muchas gracias!*



Reino de los Países Bajos

Carla Brokking

Embajada del Reino de los Países Bajos

Larco 1301, piso 13

Miraflores, Lima

Telf. 01 - 2139800

E-mail: [LIM-EA@minbuza.nl](mailto:LIM-EA@minbuza.nl)

Web: [www.nlgovlim.com](http://www.nlgovlim.com)