

Presentación del PDM Países Bajos

Adder Ayllón Aliaga

aayllon@mincetur.gob.pe

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

Lima, Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio
de Comercio Exterior

INDICE

01

INFORMACIÓN GENERAL Y ESTADÍSTICA
PAÍSES BAJOS

02

LOGÍSTICA, ACUERDOS COMERCIALES Y CULTURA DE NEGOCIOS
PAÍSES BAJOS

03

ANÁLISIS COMERCIAL
PAÍSES BAJOS

04

PRODUCTOS PRIORIZADOS
PAÍSES BAJOS

05

PLAN DE ACCIÓN
PAÍSES BAJOS

Países Bajos



17 millones de habitantes



Moneda oficial: Euro (EUR)



PBI (ppp) en USD miles de millones: 937



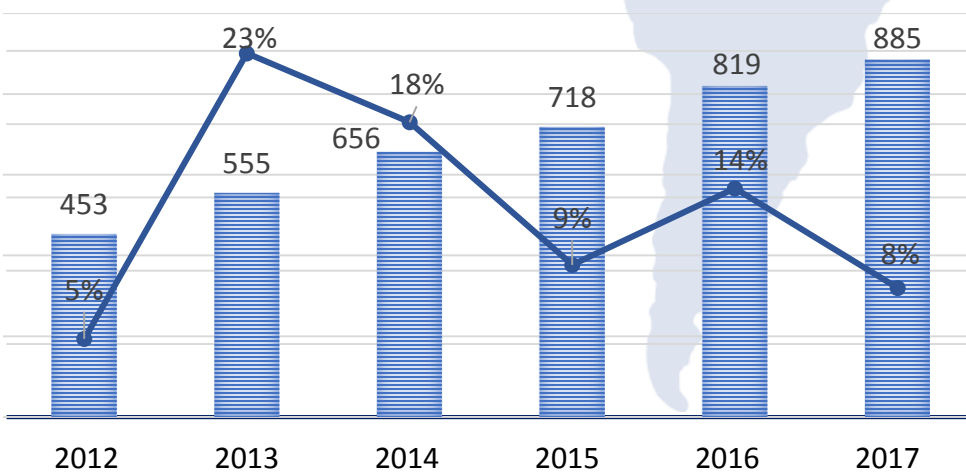
PBI per cápita (ppp) en USD: 54 732

Fuente: Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook Database, abril 2018

Comercio Exterior Perú – Países Bajos (USD millones)

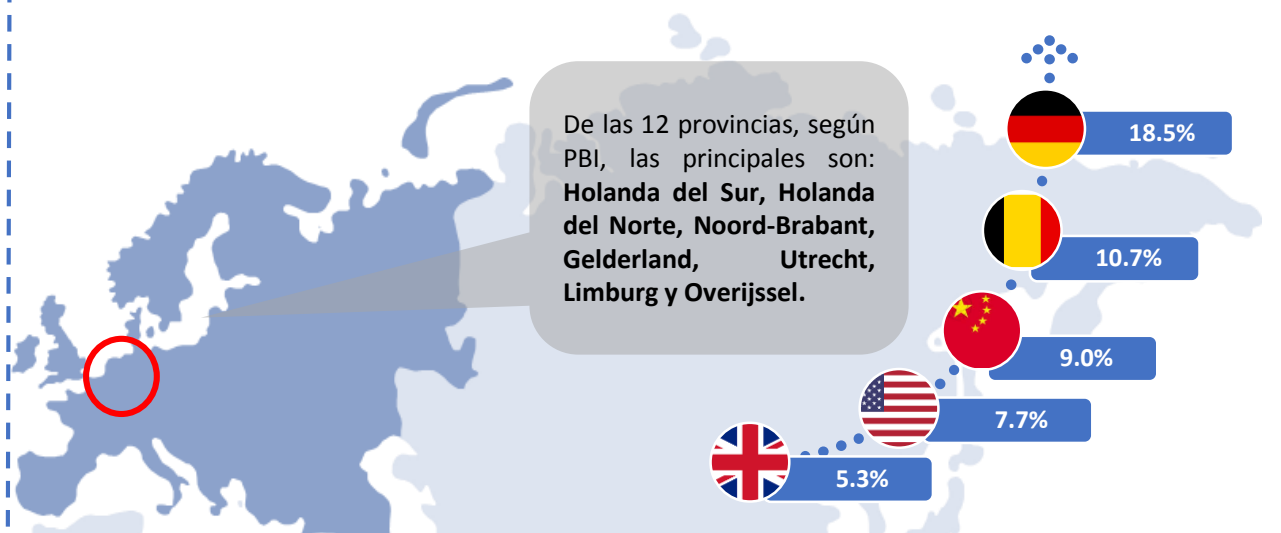


Exportaciones no tradicionales de Perú hacia Países Bajos (USD millones)



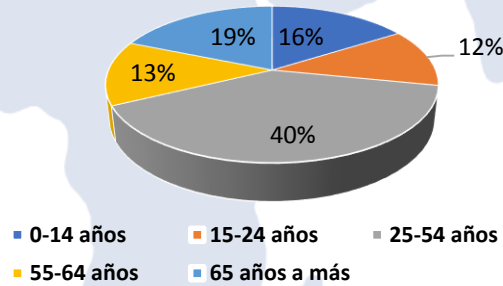
Fuente: SUNAT/Elaboración: VMCE

INFORMACIÓN GENERAL Y ESTADÍSTICAS



Fuente: CIA

Demografía



Fuente: CIA FACTBOOK, estimado 2017

- El Gasto promedio mensual por persona en el 2016 fue de EUR 1 221, donde la sexta parte se asigna a alimentos y bebidas no alcohólicas.
- La edad promedio del sexo masculino es de 40.6 años y del sexo femenino 42.3 años.
- El 22% de la población holandesa es extranjera, es decir 2.3 millones hab.

Exportaciones No Tradicionales peruanas hacia Países Bajos

81%



Fuente: SUNAT, 2018



Logistics Performance Index – LPI
puesto 2 de 167 países

- Vía marítima



90%

- Vía aérea



10%

Fuente: <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/home>

Requerimientos - Condiciones de Acceso al Mercado



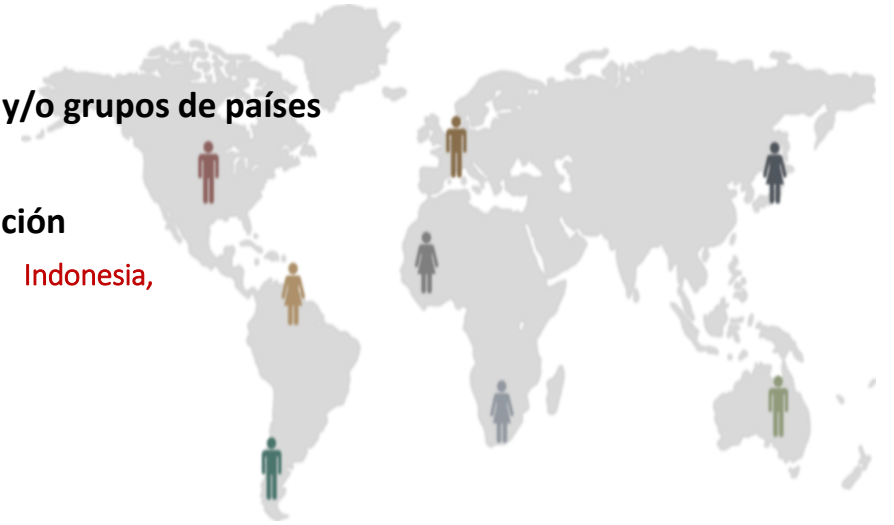
Fuente: Trade Help Desk - <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>
Fuente: CBI - <https://www.cbi.eu/market-information/>
Fuente: <https://sustainabilitymap.org/standard-identify>

+ 25 Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

+ 6 Acuerdos suscritos o en negociación

Japón, Filipinas, Malasia, India, Indonesia, Marruecos, Estados Unidos

Fuente: Comisión Europea y la OMC



Cultura de negocios

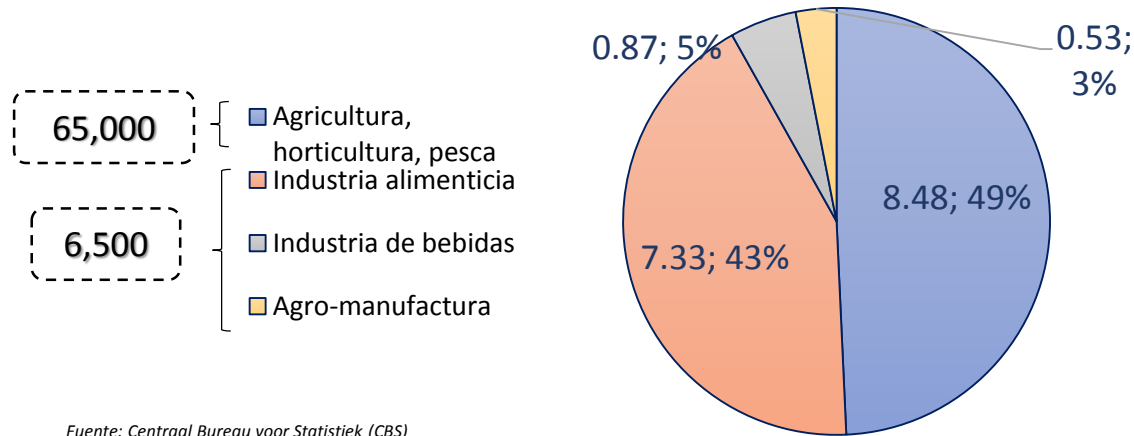
- El empresario de Países Bajos es **pragmático, directo, explícito, preciso, minucioso y negocia a largo plazo.**
- No es bien visto establecer **citas de negocio fuera del horario de trabajo habitual y menos los fines de semana.** Negocian en **inglés** y cumplen con las horas pactadas.
- Es preferible **compartir la mayor cantidad de información posible**, puesto que son partidarios de que todos los interesados deben exponer su propuesta, posición e impartir sus opiniones antes de tomar una decisión, considerándolo como pieza clave para construir la confianza.
- La **toma de decisiones**, a menudo está **a cargo de un grupo de ejecutivos que no necesariamente son los de mayor rango.** Una vez establecido el contrato de compra-venta internacional es inusual que éste se cancele o modifique.



Agroalimentario

- El sector contribuye con el **10% del PBN de Países Bajos**. Segundo mayor exportador de productos agrícolas en el mundo, si se evalúa el valor del negocio (se debe principalmente a la importación, procesamiento y re-exportación).
- La producción agrícola propia de los Países Bajos está en la posición 22 en todo el mundo.
- Las industrias más importantes en los Países Bajos son la Industria de panadería, procesadores de carne y la industria láctea.

Ingresos agroexportadores por subsector, en EUR miles de millones



Fuente: Centraal Bureau voor Statistiek (CBS)

Certificaciones para el Sector Alimentos



Fuente: ITC - Standards Map



El valor del consumo del sector alcanzó los **EUR 57 mil millones**



Los principales alimentos importados son las frutas, aceites comestibles, cacao y preparaciones, con un valor de **EUR 16 mil millones**.



Los principales alimentos exportados son carnes, lácteos y hortalizas, con un valor de **EUR 24 mil millones**



Canales de distribución

- Importadores
- Procesadores
- Empacadores
- Supermercados y otras cadenas de autoservicios
- Tiendas especializadas
- HORECA y FoodService
- Venta en línea



Principales grupos

Supermercados	Importadores y Distribuidores
Ahold Coop Dekamart Plus	BUD Holland Eosta Acomo Unidex



Tendencias del mercado

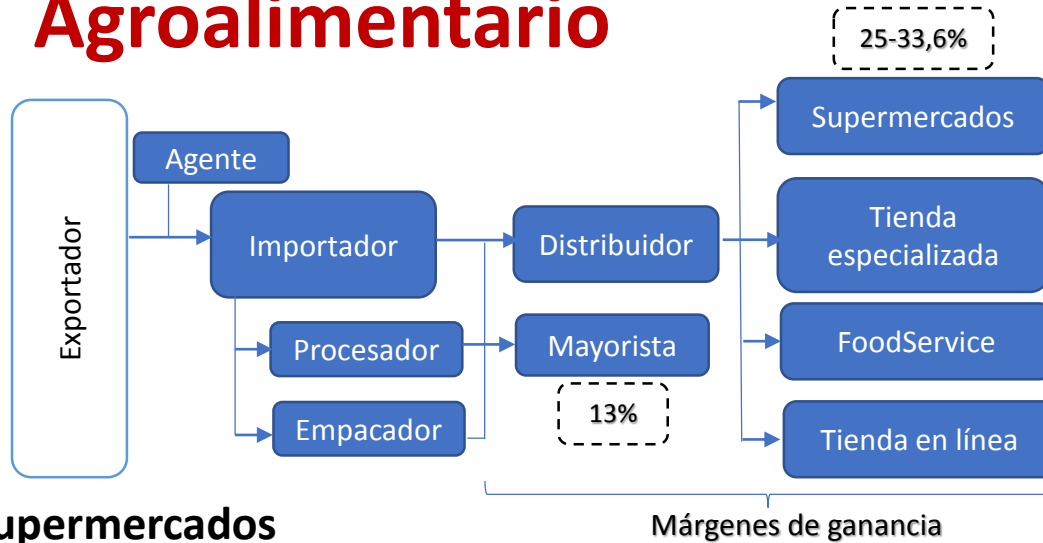
- El mercado ofrece oportunidades para marcas únicas y productos distintivos.
- El consumo de productos orgánicos (sostenibles), alimentos funcionales y nutraceúticos está aumentando.
- Se espera un crecimiento en los canales de supermercados y ventas en línea, mientras que la participación de los detallistas especializados es estable.



Segmento de mercado

- Principales zonas o regiones de consumo: Amsterdam, Rotterdam, La Haya, Utrecht, Haarlem, Leiden y Delft.
- La industria alimentaria se concentra en Gelderland (este) con 19% y Noord-Brabant (sur) con 16,6%.

Agroalimentario



Supermercados

- ☐ Ventas de aprox. EUR 36 miles de millones. Existen 4,300 puntos de venta.
- ☐ Ahold y Jumbo tienen su propio centro de distribución.
- ☐ Ellos usan el servicio de importadores y empacadores para productos extranjeros o compran directamente de marcas grandes.

Grupo	Ventas (EUR miles de millones)	% Part 2016
Ahold	13.0	35.2
Jumbo	6.7	18.4
Lidl	3.7	10.3
Aldi	2.5	7
Plus	2.3	6.2

Fuente: Distrifood basado en IRI, Nielsen y elaboración de Wageningen Economic Research, en Agrimate.nl

Procesadores

Grupo	Productos	Ventas (EUR miles de millones)
Hak	Conservas	0.08
Oerlemans	Frutas y verduras congeladas	0.14
Baltussen Konservenfabriek	Conservas	N.D.
W. Heemskerk	Verduras cortadas	N.D.
Hessing	Frutas y verduras procesadas	0.21

Fuentes: Distrifood, Rabobank, EVMF Food Top 100 y elaboración por ICI Business

Distribuidores y mayoristas

- ☐ La distribución en los Países Bajos está bien organizado y parcialmente integrado con cadenas detallistas o marcas de alimentos.

Empresa	Características
Van Tol http://www.vantolversunie.com	Van Tol Retail es el mayorista de servicios para más de 700 supermercados, tiendas de barrio, tiendas móviles y mercados recreativos.
Makro https://www.makro.nl	Mayorista con productos alimenticios, no-alimentos, gastronomía, y para la oficina.
VHC www.vhc.nl	Mayorista para proveedores de servicios alimenticios, restaurantes de empresa e instituciones, con productos como alimentos, no-alimentos, conceptos y fórmulas de franquicia.
Bidfood https://www.bidfood.nl	Mayorista, venta por mayor en línea para profesionales de la alimentación (antes DeliXL)
Hanos https://www.hanos.nl	Mayorista y proveedor total del mercado hotelero y comercial.
De Kweker https://dekweker.nl	Mayorista y proveedor de alimentos para minoristas y profesionales de la restauración de alimentos en el área de Amsterdam y provincia Noord-Holland.
SuperfoodsAndMore https://sam-wholesale.com	(SAM Wholesale) Distribuidor de superalimentos y productos relacionados.

Importadores

- ☐ Empresas con perfil de importación son los clientes más importantes de proveedores no-europeos

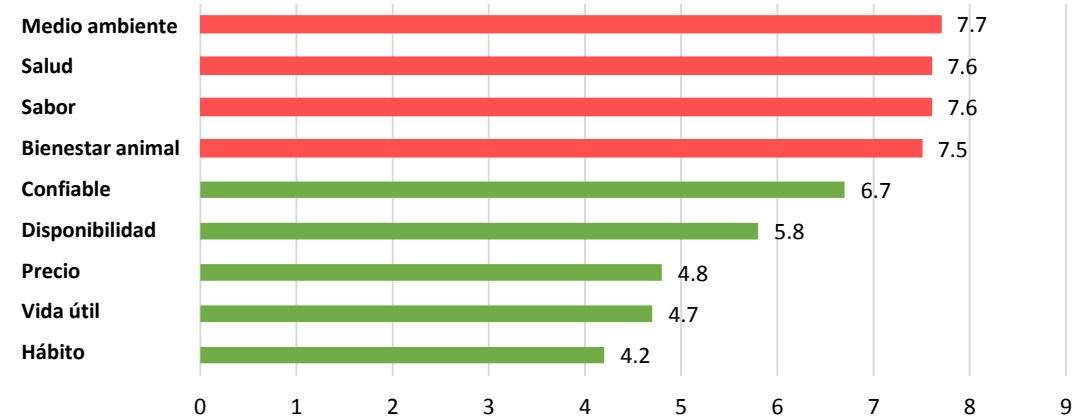
Ingredientes frescos	Ingredientes secos	Productos procesados
Hillfresh: Uvas, frutas y verduras diversas	Olam Europe: Cacao, nueces y especias	Engel Foreign Food Alimentos étnicos
Nature's Pride: Palta, mango, exóticos	Acomo: Frutas secas, nueces y semillas	Terrasana Marcas y productos orgánicos
BUD Holland: Frutas y verduras exóticas	Simon Lévelt: Café y té	Unidex Marcas étnicas
Eosta: Frutas y verduras orgánico	Tradin: Ingredientes orgánicos a granel	Sidhu Food Alimentos étnicos, carne, pescado, bebidas

Elaborado por ICI Business

Alimentos orgánicos

- La facturación total de productos orgánicos en el 2016 aumentó más de un 10%, con un total de EUR 1,400 millones.
- En los Países Bajos los alimentos orgánicos tienen una participación estimada del mercado entre 3 y 4%. Con esto mantienen una posición promedia en Europa, atrás de países como Alemania, Dinamarca, Suecia, Suiza y Austria, donde orgánico está entre 4 y 8% del mercado.
- El consumo interno de alimentos orgánicos en Países Bajos fue de aproximadamente EUR 1,171 millones en el 2016. Y, su consumo orgánico per cápita fue de EUR 69.
- El área agrícola orgánica en los Países Bajos ha fluctuado durante algunos años entre 3 y 4% del total, con un área de cultivo de 61,765 ha.
- El comercio y el procesamiento de alimentos orgánicos tienen mayor presencia cerca de Ámsterdam y Rotterdam y en las provincias de Noord-Branant (sur) y Gelderland (este). Ingresar a la fuente [SKAL](#).

Motivos de compra del consumidor "orgánico"



Fuente: LEI Wageningen UR, Winkelkeuze van biologische kopers



Los principales alimentos orgánicos comercializados son las frutas secas, frutas y verduras y productos lácteos. Se ha convertido en importador neto de lácteos, cereales y frutas.

La estadística de [Bionext](#) muestra que los **comestibles secos, frutas y verduras** tienen el mayor valor de facturación como orgánico.



Canales de distribución

- Importadores
- Procesadores
- Empacadores
- Supermercados
- Tiendas especializadas
- HORECA y FoodService
- Tiendas en línea
- Tiendas independientes



Principales grupos

Supermercados	Importadores y Distribuidores
Albert Heijn Jumbo Aldi Lidl Marqt	OTC Nutland Terrasana



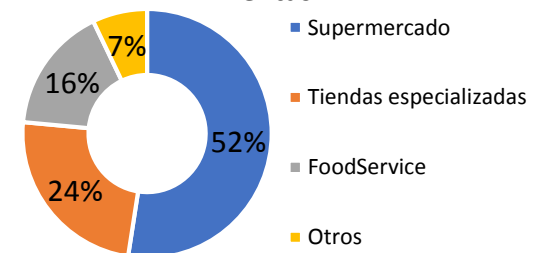
Tendencias del mercado

- Se estima que el sector orgánico continuará aumentando en los próximos años con porcentajes entre 5 y 10%.
- Alimentos híbridos compuestos por ingredientes orgánicos y convencionales serán los que impulsen el sector.
- Incrementa el nicho de productos convencionales "RTE", como snacks, barras, cereales, chocolates y frutas secas.



Segmento de mercado

Segmentación por canal de ventas



Perfil del consumidor holandés de alimentos orgánicos

Las mujeres son consumidoras más activas, así como hogares (sin hijos). Relacionan a lo orgánico como 'puro', 'natural', 'sostenible', 'regional', 'artesanal' y 'auténtico'



Supermercados y tiendas especializadas



Clase media-alta y alta



Entre 36-45 años de edad; y 46-55 años de edad.



Del 65% son consumidores con estilo de vida saludable, 5% son leales, 20% frecuente y 40% eventuales.



Por lo menos una vez a la semana



Certificaciones para alimentos orgánicos



Etiqueta holandesa



Agricultura biodinámica



Procesados orgánicos



Frutas y hortalizas orgánicas

 <p>EUR 1.99 / 5 u</p>	 <p>EUR 3.19 / 125 g</p>	 <p>EUR 1.09 / 130 g</p>	 <p>EUR 2.39 / 300 g</p>
---	--	---	---



Alimentos orgánicos

Participación del mercado, por canal-producto

Canal	Características	Frutas & verduras	Carne	Lácteos	Pan	Café, cacao, té
Supermercados	Cadenas con surtidos mixtos	58,6%	59,3%	51,5%	30,2%	18,1%
Tiendas especializadas	Panaderías, carnicerías, tiendas orgánicas, tiendas de alimentos naturales / saludables	25,1%	36,3%	16,9%	46,5%	40,9%
Servicio / fuera de casa	Restaurantes, catering, hospitales, instituciones de salud, gasolineras y recreación	3%	2%	28,4%	19,2%	41%
Otro	En línea, delivery, mercados, tiendas de granjas	13,3%	2,4%	3,2%	4,1%	0%

Fuente: Monitor Duurzaam Voedsel

Tiendas especializadas



674 empresas

Empresa / Enlace	Descripción
Ekoplaza www.ekoplaza.nl	70 filiales. Supermercado especializado en productos orgánicos
G&W www.gezondheidswinkel.nl	100 filiales. Productos de salud
Holland & Barrett www.hollandandbarrett.nl	190 filiales (Antes bajo el nombre De Tuinen). Surtido de suplementos dietéticos y deportivos
DIO www.diodrogist.nl	220 filiales. Droguería especializada en productos de salud (alimentos y no-alimentos)
Ekonom www.ekonom.nl	Supermercado en línea. Supermercado especializado en productos orgánicos (2500 productos)

Distribuidores y mayoristas

Empresa / Enlace	Descripción
UDEA www.udea.nl	Mayorista, casa de marcas, importadora y exportadora de productos alimenticios orgánicos y franquicia de la cadena de supermercado ecológico Ekoplaza.
Natudis www.natudis.nl	Mayorista de productos naturales, 6,500 productos, 300 proveedores, orgánico, biodinámico y marcas propias; Franquiadora de la fórmula de Natuurwinkel.
Terrasana http://terrasana.nl	Distribuidor, productor y proveedor de marca de productos orgánicos. TerraSana atiende a más de 400 minoristas dentro del canal especializado de alimentos naturales a nivel nacional, con más de 900 productos orgánicos en los segmentos comestibles secos y cosmética natural
De Nieuwe Band www.nieuweband.nl	Mayorista cooperativo en alimentos orgánicos con 3,000 productos. En Enero del 2018 decidieron hacer una fusión con la cadena cooperativa de supermercados ODIN. De Nieuwe Band se enfocará en los comestibles secos.
Vehgro www.vehgro.nl	VehGro se especializa en la importación, exportación y distribución de alimentos orgánicos de alta calidad.
Nutriboost https://nutriboost.nl	Mayorista de superalimentos

Procesadores



990 empresas

Empresa	Descripción
Wessanen www.wessanen.com	Empresa listado y productor de marcas de alimentos orgánicos y naturales
De Halm https://meestersvandealm.nl	Productor de granos orgánicos, hojuelas de cereales y muesli
De Smaakspecialist www.desmaakspecialist.nl	Desarrolla, produce y distribuye alimentos sostenibles y orgánicos con marcas propias (Smaakt, BioToday y RAW Organic Food)
Oerlemans www.oerlemans-foods.nl	Productor de verduras y frutas congeladas

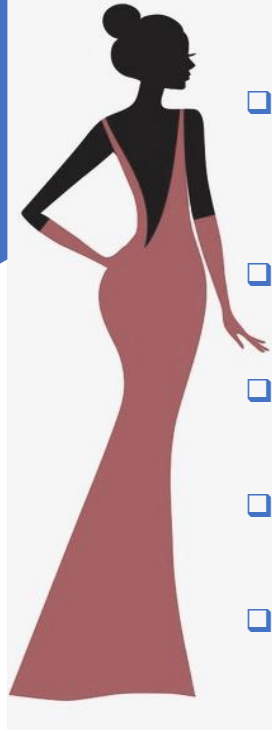
Importadores



364 empresas

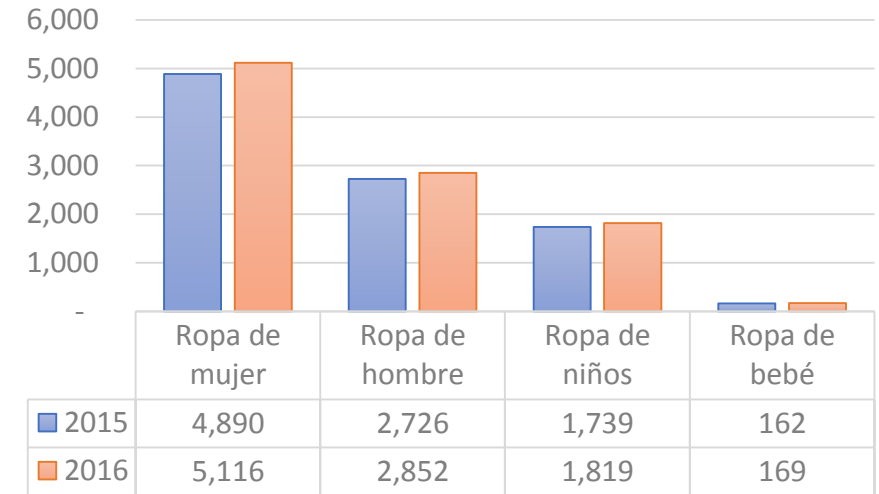
Ingredientes frescos	Ingredientes secos	Productos procesados
OTC - frutas y verduras orgánico	Nutland - frutas secas, nueces, semillas	Terrasana - marcas y productos orgánicos
Eosta - frutas y verduras orgánico	Doens Food - ingredients diversos a granel	UDEA - marcas y productos orgánicos
Fairtrasa - frutas y verduras orgánico	Tisco - materias primas sin alérgenos	-
Bio World - frutas y verduras orgánico	Do-it - ingredients orgánicos a granel	-

Moda y diseño



- En 2016, el valor del mercado interno de la industria de la moda fue USD 13 mil millones que representan el 1,68% del PBI empresas. Es fuente de empleo con 90 mil puestos de trabajo.
- Industria de moda y diseño sólida, reconocidas academias de moda, con participación de empresas extranjeras.
- Ámsterdam es la ciudad que más acoge matrices de moda, como G-Star, Karl Lagerfeld, Tommy Hilfiger, Calvin Klein y Nike.
- Los 5 principales proveedores, en 2017, fueron China con 19%, Alemania (19%), Bangladesh (10%), Turquía (7%) y Bélgica (5%).
- Los principales productos importados fueron suéteres, t-shirts, trajes, medias, prendas interiores femenina y masculino, camisas de punto, prendas deportivas y prendas para bebés.

Gasto de consumo en prendas de vestir, en EUR millones



Fuente: Statista

- El tamaño de mercado del sector fue de **USD 41 mil millones**
- Del total, su valor importado fue de aprox. **USD 15 mil millones**
- Del total, su valor exportado fue de aprox. **USD 13 mil millones**



Canales de distribución

- Importadores/distribuidores/mayoristas
- Industria (fábricas locales y europeas)
- Intermediarios (incl. centros de compra)
- Tiendas por departamentos (grandes al.)
- Supermercados
- Tiendas de descuento (incl. Outlets)
- Cadenas de minoristas multinacionales
- Casa de moda y diseño
- Tiendas independientes
- Tiendas en línea
- Ferias locales (Street Markets)



Principales grupos

Tiendas especializadas

- C&A
- Jack & Jones
- Coolcat
- H&M
- Jeans Centre
- Zara
- Calvin Klein
- Tommy Hilfiger

Tiendas no especializadas

- Grandes almacenes: HEMA, Bijenkorf
- Tiendas de descuento: Action, Makro, Lidl.
- Supermercados: Aldi, Jumbo, Albert Heijn
- Tiendas deportivas: Nike, Adidas, Bever, Perry Sport

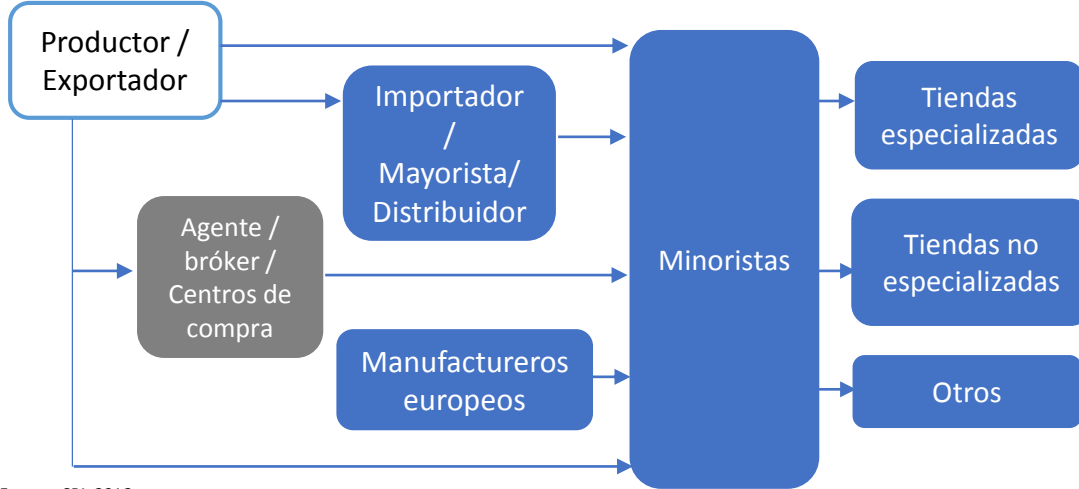


Tendencias del mercado

- La tendencia más importante en el evento más representativo de Países Bajos ([Amsterdam Fashion Week](#)) fue la sostenibilidad y desperdicio cero. Por lo cual, el mercado demandará más prendas ecoamigables.
- Continuará la tendencia fast fashion, por lo que las producciones son en pequeños lotes, de alta rotación, y con diseños novedosos. En lugar de 4 colecciones pueden presentar 12 por temporada.
- Empresas de moda de mediano y pequeño tamaño también buscan integración vertical hacia atrás y adelante.
- Las empresas apostarán más por el canal online, las innovaciones entran a tallar, como prendas a medida e inteligentes centrados en la industria de salud.



Moda y diseño



Fuente: CBI, 2016

- El 70% de las ventas se concentran en los grandes minoristas, y entre el 10% y 12% en grandes almacenes.
- Las mujeres y hombres prefieren los tiendas especializadas, con el 76% y 72%.
- Entre las tiendas no especializadas prefieren los grandes almacenes, tiendas de descuento y tiendas en línea.

Empresas de moda líderes en los Países Bajos

Holandés	Internacional	Tienda en línea
C&A	Jack & Jones	Wehkamp
America Today	Vero Moda	Zara
Cool Cat	Zara	H&M
G-Star Raw	Only	
Hunkemöller	H&M	

Fuente: Terra y Statista

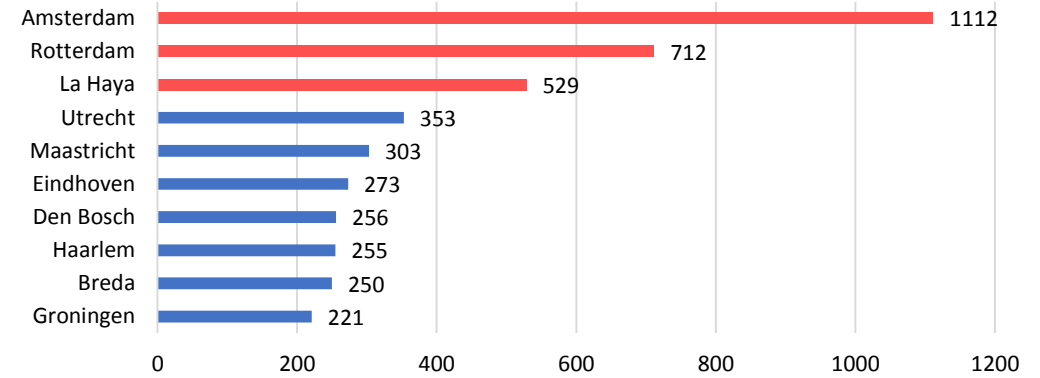
Venta de moda en línea

Empresa	EUR millones (2016)
Wehkamp	540
Zalando	530
H&M	205

Fuente: Terra y Statista

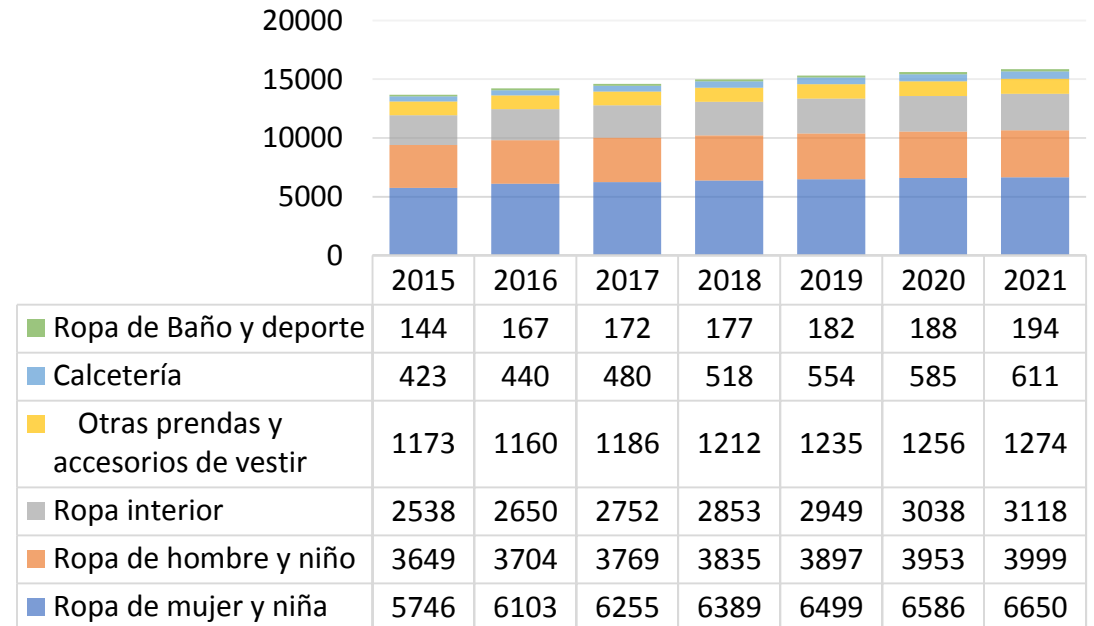
Zonas o regiones de mayor consumo

Número de tiendas de moda por ciudad



Fuente: Statista 2015

Ingresos del mercado holandés de prendas, y proyecciones hasta el 2021, en USD millones



Fuente: Statista



Jengibre



Pimiento



Cacao y derivados



Langostino



Pota en anillas



Filete de merluza
congelada



Aceites esenciales



Ropa para bebés y
niños

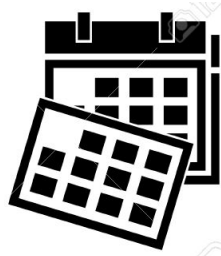


Prendas de alpaca

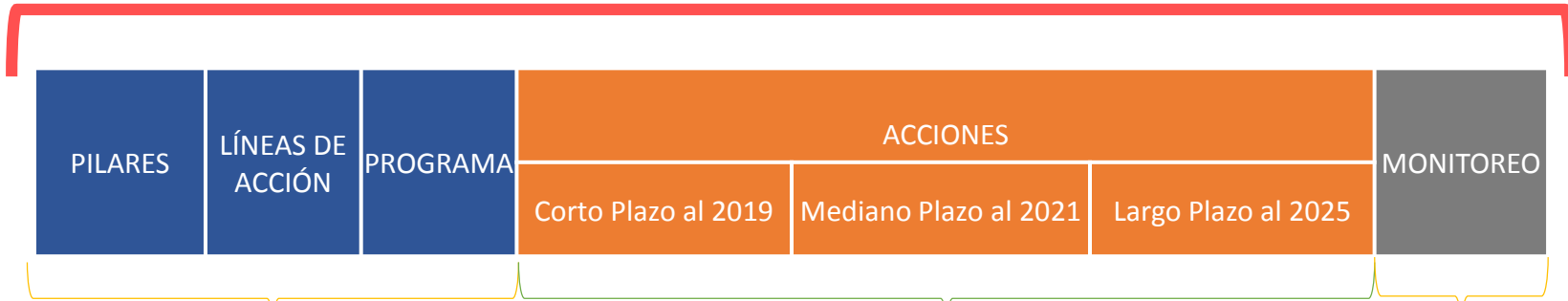


Aceites de sacha inchi

Países Bajos



PLAN DE ACCIÓN



PENX 2025

DESARROLLADO SEGÚN ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS POR PAÍS

INSTITUCIONES INVOLUCRADAS



Listado de ferias

2019

Ferias comerciales del Países Bajos y Europa

Anuga, Fruit Logistic, SIAL, [Biofach](#), [Bio-beurs](#)

Fuentes de información