

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Mercado
Bélgica



Contenido

I.	Resumen Ejecutivo.....	3
II.	Información General	3
III.	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	5
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	5
4.1.	Intercambio Comercial Bélgica - Mundo	6
4.2.	Intercambio Comercial Bélgica – Perú.....	6
V.	Acceso al Mercado	8
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias	8
5.2.	Otros impuestos Aplicados al Comercio	10
VI.	Oportunidades Comerciales.....	10
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales.....	10
6.2.	Productos con Potencial Exportador.....	11
VII.	Tendencias del Consumidor.....	13
VIII.	Cultura de Negocios.....	14
IX.	Links de interés	15
X.	Eventos Comerciales.....	15
XI.	Bibliografía	15

I. Resumen Ejecutivo

Bélgica tiene una infraestructura excelente de negocios. Está clasificado como uno de los mejores países europeos para la industria y la logística. Como miembro de la Unión Europea crea una estructura sólida, innovadora legal, social y económicamente para la inversión. Cuenta con la presencia de numerosas instituciones de la Unión Europea, por lo que es el lugar donde se toman todas las decisiones políticas importantes de Europa. Acoge a las organizaciones internacionales como la OTAN, la AED, la Oficina Europea de Medio Ambiente y la OIT. Esto, combinado con su ubicación central, hace que Bélgica funcione como puerta de entrada al mercado europeo de 456 millones de clientes que está continuamente ampliándose.

La relación comercial entre Perú y la Unión Europea, de la cual Bélgica forma parte, se ha basado en la aplicación de preferencias arancelarias adjudicadas por la UE a algunos productos originarios peruanos enmarcados en el “Régimen Especial de Estímulo del Desarrollo Sostenible y la Gobernanza”, más conocido como SGP Plus. Este régimen estuvo vigente desde julio de 2005 hasta el 01 de marzo de 2013, fecha en que entró en vigor el Acuerdo Comercial Perú – UE.

En los últimos cinco años el comportamiento del intercambio comercial entre Perú y Bélgica ha experimentado una tendencia creciente, pasando de US\$ 741 millones en 2010 a US\$ 920 en 2014. Asimismo, la balanza comercial se ha mantenido favorable para el Perú; sin embargo, la diferencia se ha hecho más pequeña, sobre todo en el último año, como consecuencia de una ligera depresión en las exportaciones hacia este mercado así como un incremento continuo en las importaciones provenientes de ese país.

II. Información General



Bélgica limita al norte con Países Bajos y con el Mar del Norte, al este con Alemania y al sur con Luxemburgo y Francia. Junto a Países Bajos y Luxemburgo, Bélgica forma el Benelux. Tiene una superficie terrestre de 30.528 Km.², a los cuales se añaden 3.462 Km.² de superficie marítima en el Mar del Norte.

Gracias a su posición geográfica, la capacidad de sus puertos y a una extensa red de vías de comunicación Bélgica se ha convertido en un importante centro logístico europeo, por donde transita un gran volumen de mercancías. Al mismo tiempo, y a pesar que el sector secundario ha perdido peso en los últimos años, es todavía un gran polo industrial.

Se estima que hay un total de 11.132.269 habitantes censados, esto lo convierte en el quinto país más pequeño de la Unión Europea; pero ocupa, con más de 355 habitantes por Km.², el tercer puesto en densidad demográfica, por detrás de Países Bajos y Malta. El país está formado por tres regiones: Flandes, Valonia y Bruselas-Capital. Valonia ocupa un 55,2% del total del territorio belga, mientras que Flandes representa el 44,3%.

En el sur del país, la población es valona de habla francesa (32% de la población). En el norte, la población es flamenca de habla neerlandesa (58%). La región de Bruselas Capital es bilingüe por ley, mayoritariamente francófona, y representa el 10% de la población. En una pequeña zona del país, en la región de Eupen, se habla alemán (0,7%). La población extranjera representa alrededor de un 10% del total de la población, siendo la mayoría, por orden de importancia, de origen italiano, francés, holandés, marroquí, español, turco y alemán.

El nivel de urbanización de la población de Bélgica llega al 97% del total. La Región de Flandes tiene mayor número de habitantes (6,38 millones) y densidad de población que la Región Valona (3,56 millones). Bruselas posee algo más de un millón de habitantes y es sin ninguna duda la que posee una mayor densidad de población, ya que la región abarca casi en exclusividad zonas urbanizadas.

La Constitución belga en su artículo 1º declara que Bélgica es un Estado Federal compuesto por comunidades y regiones. Sin embargo, el poder de decisión no pertenece sólo al Gobierno y al Parlamento Federal, sino que la administración del país está asegurada por diversas instancias que ejercen de manera autónoma sus competencias en las materias que le son propias.

También se debe indicar que este mercado es miembro de la Unión Europea, cuyas instituciones principales radican en el país, así como de muchas otras organizaciones internacionales, tales como la OCDE, el Consejo de Europa o Naciones Unidas.

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N° 1: Principales Variables Macroeconómicas

Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014	2015*
Crecimiento del PBI (%)	1,6	0,1	0,3	1,0	1,3
PBI per cápita (US\$)	47 802	44 818	46 927	47 517	-
Tasa de inflación (%)	3,4	2,6	1,2	0,5	0,1
Tasa de desempleo (%)	7,3	7,7	8,4	8,5	8,4

Fuente: FMI Statistics, Santander Trade. Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

(*) Proyectado

a. Producto Bruto Interno total y sectorial

Después de haberse contraído, el crecimiento económico de Bélgica volvió a crecer, llegando a 1% en 2014, gracias a la reanudación de las exportaciones, el consumo privado y las medidas tomadas para contrarrestar la crisis de la zona euro.

b. Nivel de empleo

Estimada en 8,5% en 2014, la tasa de desempleo es bastante elevada y afecta principalmente a los jóvenes. Aun así, Bélgica es un país próspero, con un PIB per cápita que figura entre los más elevados del mundo.

c. Tipo de cambio

La divisa oficial es el Euro (EUR). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y los nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	0,915810 EUR
US Dollar		Euro
1 USD = 0,915810 EUR	↔	1 EUR = 1,09193 USD
1,00 PEN	=	0,287259 EUR
Peruvian Nuevo Sol		Euro
1 PEN = 0,287259 EUR	↔	1 EUR = 3,48118 PEN

Fuente: XE.com / 22.07.2015 Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

d. Inflación

El nivel de inflación ha ido descendiendo en los últimos años hasta alcanzar una tasa de 0,5% en 2014, debido a las medidas gubernamentales como el congelamiento de los salarios y una baja de la carga que los empleadores deben asumir.

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

La economía belga se basa en la producción de servicios, este sector representa casi tres cuartas partes de la riqueza nacional y emplea una proporción similar de la población activa. Bruselas, capital de Bélgica, alberga las principales instituciones europeas, numerosas representaciones diplomáticas y diversos grupos de intereses, y ha basado su economía principalmente en los servicios.

El sector industrial representa casi una cuarta parte del PIB. Existen diferencias significativas entre las tres regiones belgas en este sector. Flandes ha desarrollado con éxito la segunda industria petroquímica más grande del mundo, Valonia se encuentra en plena reestructuración tras el cierre de las minas de carbón y un gran número de industrias siderúrgicas. Bruselas se distingue en el sector de las telecomunicaciones, la creación de software, la industria farmacéutica y la industria automotriz.

El sector agrícola representa una parte mínima de la economía belga y emplea 1,2% de la población activa.

3.3. Nivel de Competitividad¹

De acuerdo al Ranking Doing Business 2015 elaborado por el Banco Mundial (BM), Bélgica se encuentra ubicada en el puesto cuarenta y dos (42), cayendo dos posiciones en comparación con el año previo. Esto debido a la caída de los siguientes rubros: pago de impuestos, obtención de electricidad y obtención de crédito.

Cuadro N° 2: Ranking Facilidad para Hacer Negocios 2014

Criterios	Bélgica	Perú	España	Chile	Francia	Colombia	Alemania
Facilidad de hacer negocios	42	35	33	41	31	34	14
Apertura de un negocio	14	89	74	59	28	84	114
Manejo permiso de construcción	82	87	105	62	86	61	8
Registro de propiedades	171	26	66	45	126	42	81
Obtención de crédito	89	12	52	71	71	2	23
Protección de los inversores	40	40	30	56	17	10	51
Pago de impuestos	81	57	76	29	95	146	68
Comercio transfronterizo	26	55	30	40	36	10	18
Cumplimiento de contratos	10	100	69	64	7	10	13

Fuente: Doing Business 2015 Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

¹ Cfr. Doing Business 2015: Bélgica

4.1. Intercambio Comercial Bélgica - Mundo

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial Bélgica – Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Promedio	Var% 2014/2013
Exportaciones	475,912	446,599	446,599	468,753	472,306	-0.2	0.8
Importaciones	391,503	467,044	439,792	451,700	455,445	3.9	0.8
Balanza Comercial	84,410	-20,445	6,807	17,054	16,861	-	-
Intercambio Comercial	867,415	913,643	886,391	920,453	927,750	1.7	0.8

Fuente: GTA Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

El intercambio comercial de Bélgica con el mundo ha venido incrementándose en los últimos años, a pesar de una ligera caída en 2012, se vio una clara recuperación en 2013 que continuó durante el año 2014. Siendo las importaciones las que han tenido mayor crecimiento durante el último lustro, aun así, Bélgica mantiene una balanza comercial superavitaria frente al resto del mundo.

Cabe destacar que sus principales socios comerciales tanto en importaciones como exportaciones son Países Bajos, Francia, Alemania y Reino Unido.

4.2. Intercambio Comercial Bélgica – Perú

Información Comercial Bélgica – Perú

Cuadro N° 4: Intercambio Comercial Bélgica – Perú
Millones de US\$

Comercio Exterior	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Promedio	Var% 2014/2013
Exportaciones	583	781	707	699	656	3.0	-6.1
Importaciones	157	221	207	252	264	13.8	4.6
Balanza Comercial	426	560	500	446	392	-	-
Intercambio Comercial	741	1,002	913	951	920	5.6	-3.3

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

En los últimos cinco años el comportamiento del intercambio comercial entre Perú y Bélgica ha experimentado una tendencia creciente, pasando de US\$ 741 millones en 2010 a US\$ 920 en 2014. Asimismo, la balanza comercial se ha mantenido favorable para el Perú; sin embargo, la diferencia se ha hecho más pequeña, sobre todo en el último año, como consecuencia de una ligera depresión en las exportaciones hacia este mercado así como un incremento continuo en las importaciones provenientes de ese país.

En 2014, Bélgica fue el décimo sexto mercado mundial y el quinto de la Unión Europea al cual se destinaron las exportaciones peruanas, las cuales totalizaron US\$ 656 millones. Los envíos peruanos han mostrado una caída en los últimos tres años debido básicamente a la caída en los envíos de productos mineros, plomo, zinc, y cobre principalmente.

Sectores Tradicionales y No Tradicionales
Cuadro N°5: Exportaciones por Sectores Económicos
 Millones de US\$

SECTOR	2013	2014	VAR % 2014 / 2013
TOTAL TRADICIONAL	546.1	459.9	-15.8
MINERO	426.1	286.4	-32.8
PESQUERO	50.8	53.6	5.6
PETRÓLEO Y GAS NATURAL	0.0	35.2	332168806.7
AGROPECUARIO	69.2	84.7	22.4
TOTAL NO TRADICIONAL	152.5	195.7	28.4
SIDERO-METALÚRGICO	84.4	109.2	29.4
AGROPECUARIO	40.0	53.5	33.9
PESQUERO	13.9	16.4	17.5
TEXTIL	6.5	4.6	-29.6
QUÍMICO	4.7	4.1	-12.9
MINERÍA NO METÁLICA	0.8	3.7	379.6
VARIOS (inc. joyería)	0.4	2.4	536.1
MADERAS Y PAPELES	1.3	1.2	-7.9
METAL-MECÁNICO	0.5	0.7	23.9
PIELES Y CUEROS	0.0	0.0	-51.0
TOTAL GENERAL	698.5	655.7	-6.1

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

En contraparte, las exportaciones del sector tradicional experimentaron un aumento de 28,4% respecto al año 2013, gracias a la buena performance de los sectores siderometalúrgico, agropecuario y pesquero.

Exportaciones No Tradicionales
Cuadro N° 6: Principales productos no tradicionales
 Millones US\$

Partida	Descripción	2010	2011	2012	2013	2014	Var% Promedio	Var% 2014/2013	% Part. 2014
7901120000	Cinc sin alear con un contenido inferior al 99.99% de Cinc en peso	16	68	77	81	99	56.6	21.9	50
1801001900	Cacao en grano	6	14	12	13	26	42.6	97.1	13
0307291000	Conchas de abanico	3	7	4	12	14	43.0	9.9	7
0803901100	Banano fresco	0	0	6	8	6	-	-18.1	3
2005600000	Espárragos en conserva	1	2	2	3	5	38.5	46.4	3
7905000011	Laminados planos de Cinc de espesor inferior o igual a 0.65 MM	1	2	3	1	5	43.2	828.5	3
7905000012	Laminados planos de Cinc de espesor superior	3	3	3	2	3	4.1	41.6	2
0811909100	Mangos congelados	1	2	3	2	3	22.8	40.9	2
2701110000	Antracitas	0	0	0	0	2	-	-	1
7112990000	Los demás desperdicios de metal precioso	0	0	0	0	2	-	-	1
	Otros	43	44	32	30	30	-8.4	1.5	15
	Total general	75.5	143.2	140.8	152.5	195.7	26.9	28.4	100

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

El principal producto no tradicional exportado a Bélgica es el cinc sin alear, cuyos envíos ascendieron a US\$ 99 millones en 2014. Asimismo, las ventas cacao en grano y las conchas de abanico, tienen importante participación en los envíos hacia este mercado.

Particular dinamismo han mostrado los despachos de laminados planos de cinc, al crecer en 828,5% en 2014 como resultado de la mayor demanda belga de productos utilizados en las diversas industrias de ese país.

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

Las mercancías importadas en Bélgica puede ser objeto de cuatro tipos de gravámenes a la importación: los derechos de aduana, las exigencias reguladoras agrícolas, impuestos especiales e IVA. Además, en algunas circunstancias, las mercancías pueden ser objeto de derechos antidumping y compensatorios.

Bélgica, al igual que los otros miembros de la UE, aplica las mismas tasas de aranceles aduaneros sobre los productos importados. Para mayor información sobre aranceles de importación para productos específicos provenientes de Perú, se sugiere visitar el sitio web de EXPORT HELPDESK: http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

Por otra parte, existen impuestos especiales se aplican a determinados bienes producidos o entregados para el consumo en Bélgica. Estos incluyen las bebidas alcohólicas y no-alcohólicas, tabaco, café y los productos

Los productos agrícolas importados de fuera de la UE están sujetos a derechos de importación, sean estos procesados o no. Los procedimientos aduaneros de importación y exportación se aplican en virtud de la Política Agrícola Común (PAC).

Cuadro N° 7: Preferencias arancelarias para los principales productos no tradicionales

RK	Partida	Descripción	Posición del Perú como proveedor	Principales Competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	7901120000	Cinc sin alear con un contenido de cinc inferior al 99.99% en peso	1°	Francia (31%) México (22%) Luxemburgo (6%)	2,5%	0%
2	1801001900	Cacao en grano	7°	Costa de Marfil (49%) Ghana (22%) Camerún (5%)	0%	0%
3	0307291000	Conchas de abanico	1°	EE.UU. (21%) Países Bajos (14%) Reino Unido (13%)	20%	0%
4	0803901100	Banano fresco	8°	Colombia (33%) Ecuador (19%) Costa Rica (16%)	20,07%	0%
5	2005600000	Espárragos en conserva	1°	China (17%) Francia (14%)	17,6%	0%

				Países Bajos (12%)		
6	7905000011	Laminados de cinc de espesor inferior o igual a 0.65 MM	3°	Francia (40%) Alemania (32%) Países Bajos (11%)	5%	0%
7	7905000012	Laminados de cinc de espesor superior a 0.65 MM	3°	Francia (40%) Alemania (32%) Países Bajos (11%)	5%	0%
8	0811909100	Mangos congelados	7°	Países Bajos (11%) Polonia (10%) Canadá (9%)	16,07%	0%
9	2701110000	Antracitas	15°	Rusia (44%) Ucrania (14%) Alemania (12%)	0%	0%

Fuente: SUNAT / Trademap Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

Medidas No Arancelarias

Bélgica aplica las normas comunitarias en su tratamiento comercial con terceros países ya que, al pertenecer a la Unión Europea, da el mismo tratamiento a las importaciones y exportaciones, aplicando los mismos aranceles y restricciones cuantitativas a los mismos productos, etc.

Requisitos generales para todos los productos:

- Factura comercial
- Documentos de transporte e (Marine Bill of Lading, Air way Bill)
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

Los productos del reino animal y vegetal deben venir acompañados de un certificado, de conformidad con la reglamentación de la UE, de tipo fitosanitario y/o sanitario, redactado en uno de los idiomas oficiales utilizados en el país de destino final. Para el caso de Bélgica, tiene que estar en francés, neerlandés o alemán.

Las empresas que deseen exportar sus productos a la Unión Europea deberán acercarse a las dependencias de la SOFOFA para los productos industriales, y la Cámara Nacional de Comercio para los productos agrícolas, donde podrán solicitar la comprobación del origen de sus productos. Este proceso conduce a la emisión del Certificado de Origen EUR.1

Etiquetado y regulación

El objetivo de la normativa sobre etiquetado de los alimentos es que los consumidores sepan a qué atenerse cuando compran alimentos. La información que debe incluir la etiqueta es la siguiente:

- El nombre ('granos', 'queso', 'azúcar'...).
- Los ingredientes (especialmente las sustancias que pueden provocar alergias).
- La duración mínima o la fecha de caducidad ("consumir preferentemente antes de").
- Las normas de conservación e instrucciones de uso.

- El nombre del fabricante, envasador y/o distribuidor.
- El lugar de origen, de lo contrario puede inducir a error a los consumidores sobre el verdadero origen del producto.
- La cantidad neta del producto.

Las mercancías deben ser acompañadas del conocimiento del embarque, de la factura pro-forma, del certificado sanitario de conformidad con las normas europeas. El certificado sanitario debe ser redactado en uno de los idiomas de destino final. En el caso de Bélgica, en alemán, francés o neerlandés. Se recomienda enviar antes por fax el certificado sanitario al personal de la aduana belga, encargado de liberar la mercancía a fin de averiguar si el documento está bien llenado, lo que evita un bloqueo posterior en Aduana. Una vez llegado al punto de entrada, la mercancía debe ser liberada en aduanas por un agente aduanero belga que se encarga de la declaración a las autoridades pertinentes y que presenta luego las mercancías a la aduana belga una vez que tiene todas las autorizaciones requeridas.

La inspección de documentos es obligatoria, en cambio la de las mercancías es aleatoria. El importador debe escoger su agente de aduana en Bélgica para establecer una relación de confianza con las aduanas belgas.

5.2. Otros impuestos Aplicados al Comercio

Impuesto sobre bienes y servicios

Con respecto al IVA, éste debe ser pagado a la entrada de los bienes a Bélgica. Las tasas aplicadas dependen de la tipología de los bienes:

- Tasa Estándar (21%): Se aplica a todos los bienes o servicios que no se beneficien de las tasas reducidas siguientes.
- Tasa reducida (6%): Principalmente para los bienes que cubren necesidades básicas como comida, productos farmacéuticos y las prestaciones de servicios de carácter social, como viviendas sociales, pequeñas reparaciones y renovaciones en algunos casos.
- Tasa intermedia (12%): Para bienes y prestación de servicios importantes desde un punto de vista económico y social, como fertilizantes, productos fitosanitarios, margarina, música, televisión de pago...
- Tasa nula (0%): Periódicos de interés general, o revistas publicadas al menos 48 veces al año y productos o bienes reciclados.

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

La relación comercial entre Perú y la Unión Europea, de la cual Bélgica forma parte, se ha basado en la aplicación de preferencias arancelarias adjudicadas por la UE a algunos productos originarios peruanos enmarcados en el "Régimen Especial de Estímulo del Desarrollo Sostenible y la Gobernanza", más conocido como SGP Plus. Este régimen estuvo vigente desde julio de 2005 hasta el 01 de marzo de 2013, fecha en que entró en vigor el Acuerdo Comercial Perú – UE.

El Acuerdo Comercial Perú – UE² concede acceso preferencial para el 99,3% de los productos agrícolas peruanos y para la totalidad de bienes industriales. Gracias a ello, productos como cacao, paltas, café, pimientos, pisco, arándanos, entre otros pueden ingresar al mercado europeo libres de arancel. Sin embargo, productos como ajos, alubias, alcachofas, bananos y cítricos cuentan con arancel cero (0%) válido únicamente para un determinado contingente arancelario³.

² Para mayor información: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

³ Para mayor información: [Lista de aranceles de la parte UE para las mercancías originarias de Perú](#)

Además, demás rubros incluidos en el acuerdo son: Reglas de Origen, Asuntos Aduaneros y Facilitación del Comercio, Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC), Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Defensa Comercial, Servicios, Establecimiento y Movimiento de Capitales, Compras Públicas, Competencia, Propiedad Intelectual, entre otros.

6.2. Productos con Potencial Exportador

Sector Agropecuario

Cuadro N° 8
Millones de US\$

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Bélgica 2014	Arancel Perú	Participación Competidores
180100	Cacao en grano	Estrella	873	0%	Costa de Marfil – 49%
					Ghana – 22%
					Camerún – 5%
230990	Las demás preparaciones del tipo utilizadas para alimentos de animales	Estrella	657	0%	Países Bajos- 70%
					Francia - 17%
					Italia - 3%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	Estrella	567	0%	Países Bajos - 53%
					Francia - 23%
					Alemania – 19%
180300	Pasta de cacao, sin desgrasar	Estrella	234	0%	Países Bajos - 69%
					Alemania - 19%
					Francia – 8%
210390	Las demás preparaciones para salsas y salsas preparadas	Estrella	192	0%	Países Bajos – 35%
					Alemania - 19%
					Francia – 13%
080520	Mandarinas, clementinas y similares, frescas	Estrella	109	0%	España - 69%
					Alemania - 14%
					Países Bajos - 10%
070960	Pimientos del genero capsicum	Estrella	79	0%	Países Bajos - 59%
					España - 22%
					Alemania - 11%
200799	Las demás compotas, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas	Estrella	74	0%	Francia - 34%
					Países Bajos - 19%
					Alemania - 15%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

De acuerdo a un estudio realizado por el Centro de la región de Flandes para el marketing de productos agrícolas y de la pesca, se indica que el lugar preferido de consumo de alimentos de los belgas es su propia casa; sin embargo, una tercera parte de los consumos se realizan fuera de casa. Esto se produce principalmente en el trabajo/ colegio, en casa de familia o amigos, y también en un establecimiento horeca.

Asimismo, si se toma en consideración todos los momentos de comidas, se puede deducir que el pan es el producto más consumido. Durante un día corriente, se siguen consumiendo pocas hortalizas y frutas, ya que sólo un 62% de los belgas come hortalizas, para las frutas se alcanza sólo un 35%. En lo referente a los acompañantes durante las comidas, las patatas y las preparaciones a base de patatas siguen por delante de las pastas y el arroz.

Del mismo modo, durante un día corriente, un 79% de los belgas come carne (inclusive charcutería, snacks a base de carne y sopa a base de carne), 12% pescados (inclusive pescado transformado y sopa de pescado) y 9% ni pescado ni carne (vegetarianos / veganos).

Sector Pesquero

Cuadro N° 9
Millones de US\$

Sector Pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Bélgica 2014	Arancel Perú	Participación Competidores
030617	Los demás camarones y langostinos congelados	Estrella	477	0%	India - 37%
					Bangladesh - 26%
					Vietnam - 10%
160414	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	Estrella	144	0%	Mauricio - 16%
					Países Bajos - 14%
					Alemania - 12%
160420	Las demás preparaciones y conservas de pescado	Estrella	65	0%	Francia - 26%
					Países Bajos - 18%
					Lituania - 15%
030627	Los demás camarones, langostinos, sin congelar	Estrella	41	0%	Países Bajos - 87%
					Francia - 11%
					Alemania - 2%
160419	Preparaciones y conservas de los demás pescados, enteros o en trozos	Estrella	41	0%	Alemania - 50%
					Países Bajos - 24%
					Francia - 20%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Inteligencia de Mercados - PROMPERU

De acuerdo al estudio mencionado anteriormente, el pescado fresco se consume proporcionalmente a la carne fresca, generalmente en establecimientos horeca, en casa de familiares o amigos, siendo las clases de pescado (así como productos marinos) más populares las gambas, salmón, bacalao fresco y mejillones.

Sector Textil y Confecciones

Cuadro N° 10
Millones de US\$

Sector Textil y Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Bélgica 2014	Arancel Perú	Participación Competidores
620342	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón	Estrella	704	0%	Bangladesh - 20%
					Alemania - 14%
					Países Bajos - 10%
611030	Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares	Estrella	507	0%	China - 32%
					Alemania - 12%
					Francia - 10%
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles	Estrella	421	0%	Francia - 12%
					Tailandia - 12%
					China - 12%
620343	Los demás anoraks, cazadoras y artículos similares para hombres o niños	Estrella	166	0%	China - 17%
					Vietnam - 15%
					Francia - 7%
620193	Los demás anoraks, cazadoras y artículos similares para hombres o niños	Estrella	158	0%	China - 33%
					Vietnam - 10%
					Alemania - 9%
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	139	0%	China - 16%
					Francia - 13%
					Alemania - 12%
620293	Demás anoraks, cazadoras y artículos similares para mujeres o niñas	Estrella	79	0%	China - 33%
					Alemania - 18%
					Países Bajos - 9%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Inteligencia de Mercados - PROMPERU

El mercado de la vestimenta en Bélgica es un mercado relativamente abierto, que en la actualidad está presenciando ciertas transformaciones como el desarrollo de comercio en línea y la tendencia a la concentración del mercado por cierto número de empresas.

En 2013, las ventas de estos productos ascendieron a EUR 8,2 billones (US\$ 8,96 billones), incluyendo ropa y accesorios para bebés, lo que significó un incremento de 1,32% respecto a 2012. De ese total, la venta de vestimenta para mujeres sumo EUR 4,1 billones (US\$ 4,48 billones) (+1,66%), mientras que la de caballeros fue de EUR 2,2 billones (US\$ 2,40 billones) (+1,31%).

Adicionalmente, es importante indicar que al ser un país cuna de varios diseñadores famosos a nivel mundial, el consumidor belga se caracteriza por ser un consumidor bien informado que demanda productos de buena calidad.

Sector Manufacturas Diversas

Cuadro N° 11
Millones de US\$

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Bélgica 2014	Arancel Perú	Participación Competidores
392690	Las demás manufacturas de plástico	Estrella	1 252	0%	Alemania – 22%
					Países Bajos – 14%
					Francia – 11%
390120	Poliétileno de densidad igual o superior a 0,94	Estrella	1 127	0%	Arabia Saudi- 37%
					Alemania - 11%
					Países Bajos - 8%
390190	Los demás polímeros de etileno, en formas primarias	Estrella	999	0%	EE.UU. - 33%
					Países Bajos - 20%
					Arabia Saudi – 17%
840734	Motores de embolo alternativo para automóviles, tractores y demás vehículos	Estrella	902	0%	Suecia - 66%
					Alemania - 15%
					Reino Unido – 7%
330499	Las demás preparaciones de maquillaje	Estrella	846	0%	Reino Unido – 30%
					Francia - 18%
					Países Bajos – 17%
392010	Placas, hojas, películas, bandas y láminas de etileno	Estrella	533	0%	Alemania - 31%
					Países Bajos – 16%
					Francia - 12%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Inteligencia de Mercados - PROMPERU

VII. Tendencias del Consumidor

Bélgica tiene una infraestructura excelente de negocios, su ubicación central, hace que Bélgica funcione como puerta de entrada al mercado europeo de 456 millones de clientes que está continuamente ampliándose. Además, se ha convertido en un centro de diferentes culturas y de actividades económicas y tecnológicas y, por otro lado, representa la conectividad de Europa.

En el acceso al mercado, no existen barreras comerciales significativas. De hecho, este mercado se caracteriza por su gran apertura al exterior y por su perfil como mercado "test" para lanzar productos nuevos. Esta diversidad cultural hace que este mercado sea un importante mercado de nichos, a veces de un tamaño pequeño en el contexto europeo, pero que pueden llegar a ser muy importantes para economías como la peruana.

Adicionalmente, con apenas un 0,15% de la población mundial, Bélgica ha logrado ocupar el lugar n° 13 como país exportador y el lugar n° 11 como país importador a nivel mundial. Así mismo, como ya se mencionó, presenta un rol clave como centro logístico de distribución dentro de Europa. Este atributo abre opciones comerciales interesantes complementarias al sistema de exportación, ya que al usarlo como plataforma permite lograr una mejor y más amplia presencia comercial en Europa.

El tema idiomas debe tenerse muy en cuenta ya que al menos en lo que respecta a especificaciones, catálogos, publicidad, etc. ésta debe hacerse en francés y flamenco., aunque el inglés como lengua para los negocios es bien aceptado.

Una tendencia que está muy presente en el consumidor belga es el concepto “BIO” (orgánico) y FAIRTRADE (comercio justo). Cada día más y más belgas eligen “productos sostenibles” y muestran interés en conocer la historia que viene con el producto, con los cuales pueden a la vez cocinar platos naturales y sabrosos. Por ello, es importante que esto se vea reflejado en la información que contiene el producto y otros medios (sitio web, folletos).

Al final, la demanda en productos orgánicos, comercio justo o sustentabilidad simboliza una búsqueda de la ética por parte del consumidor, un deseo de regresar a una vida natural combinando el placer de la comida sana con una vida sana.

VIII. Cultura de Negocios⁴

Construir relaciones a largo plazo y de confianza es importante para el éxito de interacciones comerciales en Bélgica. La gente puede parecer a un principio bastante reservada. Generalmente, lo mejor es dar el tiempo necesario a su contraparte para sentirse cómodo. Una vez que la confianza se ha establecido, habrá un sentido de lealtad como un respetado socio de negocios con el que se puede recorrer un largo camino. Las relaciones comerciales en este país existen entre las empresas así como entre los individuos.

Si la empresa reemplaza con otra persona en el transcurso de una negociación puede ser fácil para su reemplazante tomar las cosas donde estaban. Del mismo modo, si se presenta a alguien más de la empresa (extranjera) en una relación comercial existente dicha persona puede ser aceptada rápidamente como socio de negocio válido. Sin embargo, la integridad personal y la fiabilidad son importantes si se requiere ganar su confianza. La mayoría de los empresarios belgas esperan de sus socios hacer un compromiso a largo plazo.

Además se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Para un primer contacto con el importador, la vía más utilizada es el correo electrónico, en el que es muy importante que la presentación de la empresa y sus servicios/productos sea muy completa y clara. Es fundamental, contar con un sitio web adecuado y que incluya, como mínimo, su versión en inglés.
- Al momento de tener una primera reunión con su cliente potencial, es muy importante llegar bien preparado y con ofertas lo más concretas posible. Se recomienda llevar muestras de los productos.
- Hay que dar a conocer el interés en apoyar actividades de promoción con el importador.
- Mostrar flexibilidad y capacidad de respuesta rápida que atenúe el efecto distancia.
- Evitar comparaciones con países vecinos.

⁴ Prochile

IX. Links de interés

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
Gobierno belga	www.belgium.be
Ministerio de Economía belga	http://mineco.fgov.be
Agencia de Comercio Exterior Belga	www.abh-ace.org
Agencia Valona de Exportación e Inversión	www.awex.be
Oficina de Promoción de Exportaciones e Inversión de Flandes	www.flanderstrade.be
Federación Industria de Alimentos	www.fevia.be
Federación del Sector Textil, Madera y Muebles	www.fedustria.be
Federación belga de Distribución	www.comeos.be

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13

Nombre del Evento	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Le salón de la Maison	Decoración	Charleroi	Del 12 al 20 de marzo de 2016	www.salonprintemps.be
Seafood Expo	Pesquero	Bruselas	Del 26 al 28 de abril de 2016	www.seafoodexpo.com
Vita Sana	Alimentos	Bruselas	Del 27 al 28 de setiembre de 2015	www.vitasanaexpo.org

XI. Bibliografía

- Trademap: www.trademap.org
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú : www.sunat.gob.pe
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Market Access Map: www.macmap.org
- Acuerdos Comerciales del Perú: www.acuerdoscomerciales.gob.pe