

NOTAS PRÁCTICAS SOBRE LOS MERCADOS DE BÉLGICA, PAÍSES BAJOS Y LUXEMBURGO.

1. DATOS INTRODUCTORIOS BÁSICOS

- ❑ 29,9 millones de habitantes (11,584 B, 17,682 NL y 0,645 en Lux)
- Los mercados de Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo tienen en su conjunto una población de **casi 30 millones de habitantes**, con alto poder adquisitivo y estrechas relaciones comerciales con España.
- ❑ 4 idiomas - 4 culturas
- ❑ Bélgica 3 Regiones 3 Comunidades Lingüísticas



1. DATOS INTRODUCTORIOS BÁSICOS DE LOS MERCADOS DE BÉLGICA, PAÍSES BAJOS Y LUXEMBURGO

% PIB 2020 – 2021 – 2022 (*) – 2023 (*)

B -5,7 / +6,2 / +2,0 / +1,8

NL -3,8 / +5,0 / +3,3 / +1,6

Lux -1,8 / +6,9 / +2,2 / +2,7

España -10,8 / +5,1 / +4,0 / +3,4

Desempleo 2020 – 2021 – 2022 (*) – 2023 (*)

B 5,8 / 6,3 / 5,8 / 5,6

NL 4,9 / 4,2 / 4,0 / 4,2

Lux 6,8 / 5,3 / 5,2 / 5,1

España 15,5 / 14,8 / 13,4 / 13,0

INFLACIÓN 2020 – 2021 – 2022 (*) – 2023 (*)

B 0,4 / 3,2 / 7,8 / 1,9

NL 1,1 / 2,8 / 7,4 / 2,7

Lux 0,0 / 3,5 / 6,8 / 2,3

España 0,3 / 3,0 / 6,3 / 1,8

(*) 2022 Y 2023 previsiones CE MAYO 2022



2. APUNTES GENERALES DE INTERÉS (I)

- ❑ Mercados de muy alto poder adquisitivo, transparentes, con buenos canales de distribución.
- ❑ Interés por productos novedosos, innovadores, respetuosos con las condiciones sociales de los trabajadores, con el medio ambiente, el bienestar animal, procedentes del comercio justo, ecológicos, free from...
- ❑ Otras ventajas: Cercanía, ausencia de obstáculos, pertenencia a zona euro, facilidad de idioma y reducido coste de prospección, mercados más fácilmente accesibles para las pymes españolas que otros más intervenidos, lejanos o protegidos.



2. APUNTES GENERALES DE INTERÉS (II)



- ❑ Bélgica **segundo destino a nivel mundial** como receptor de exportaciones españolas per cápita por detrás tan solo de Portugal y delante de Francia y **Países Bajos que ocupan el cuarto puesto.**
- ❑ Situación estratégica. Magníficas infraestructuras en logística y comunicaciones.
- ❑ Muy internacionalizados, abiertos a nuevos proveedores. Cercanos, accesibles, sin obstáculos, pertenecientes a zona euro, con facilidad de idioma y reducido coste de prospección, son mercados más fácilmente accesibles para las pymes españolas que otros más intervenidos, lejanos o protegidos, son diversos argumentos en su favor.





2. APUNTES GENERALES DE INTERÉS (III)

- ❑ Mercados test: exigentes en calidad, presentación, servicio y precio.
- ❑ Predominante distribución por medio de importadores distribuidores.
- ❑ Muchos movimientos en el mercado retail: entrada de cadenas francesas y neerlandesas; e-commerce en auge (influencia pandemia);

colruytgroup

Carrefour



DELHAIZE  GROUP

JUMBO
supermarkten

 Albert Heijn

 Superunie



☐ Países Bajos, mercado de reexportación.



3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

CLIENTES POSIBLES:

- Importadores distribuidores especializados:
 - Por producto
 - Por nacionalidad
- No agentes
- Grandes Superficies generales o especializadas.
- Cash & Carry / Food Service.
- Industria como ingredientes o como complemento a su gama, materia prima o componentes.



4. RECOMENDACIONES DIVERSAS

4.1. PRODUCTO

- Disponer de las certificaciones. Obligatorio para Grandes superficies. BRC / IFS.
- Flexibilidad en las marcas, marca privada de distribuidor.
- Diversidad envases; envases unitarios. Envases pequeños.
- Envases limpios, imágenes modernas, sobrias. ¡Cuidar envases e imagen!
- Tarros frente a latas.
- Información (tri)bilingüe.
- Código de barras



4. RECOMENDACIONES DIVERSAS

4.2. CANALES DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA

- Seleccionar al menos un importador / distribuidor por país. Intentar más, compatibles entre sí.
- Exclusividades / períodos de prueba / volúmenes mínimos.
- Bélgica: distribución nacional.
- Países Bajos: re-exportadores.
- Logística: consolidación cargas, Barcelona.



4. RECOMENDACIONES DIVERSAS

4.3. PRECIOS Y PAGOS

- Ajustar precios al máximo. Dar precios netos. Descuentos posibles.
- Pagos: por transferencia bancaria. Pronto pago 10 días, 2-3% descuento. 30 días neto.
- Seguro de crédito a la exportación.



4. RECOMENDACIONES DIVERSAS

4.4. ALGUNOS CONSEJOS PRÁCTICOS

- Actualmente más dificultad de acceso a los importadores: teletrabajo y protección de datos.
- Muy poca respuesta a emails. Más por redes sociales.
- Si no hay interés potencial no aceptarán reuniones.
- Puntualidad.
- Neerlandés directo, belga hay que “leer entre líneas”.



CONCLUSIÓN

Las adaptaciones necesarias para introducir la empresa española en los mercados de Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo serán positivas para mejorar los productos e imagen de la empresa y servirán para muchos otros mercados.

¡Los mercados de Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo son mercados de interés para las empresas españolas y que deben ser cubiertos con importadores y ventas regulares!



¡Muchas gracias por su atención!

ARAMO sprl

Enrique Quirós

Tel: + 32 2 2199787

[*aramo@aramo.be*](mailto:aramo@aramo.be)

[*www.argosconsulting.net*](http://www.argosconsulting.net)

